

ŚWIAT **D** DRUKU

**25
LAT**

THE WORLD OF PRINTING

12/2018

ISSN 1230-5316

Indeks 341096

Cena 15 zł (w tym 8% VAT)

3M Science.
Applied to Life.™

Zdrowych, szczęśliwych,
pogodnych Świąt
w rodzinnej atmosferze

życzy 3M Poland

Dział Taśm i Klejów Przemysłowych
al. Katowicka 117, Kajetany
05-830 Nadarzyn

Telefon +48 22 739 60 00
Fax +48 22 739 60 01
Web 3m.pl/tasmyikleje

3M to kluczowy dostawca taśm do montażu form
fleksograficznych i systemów do łączenia roli.



Czas na Maszyny i Urządzenia!

GRAW[®]



TRESU
Group

Tresu
Flexo
Innovator



Codimag
VIVA



**Autoryzowany
przedstawiciel w Polsce firm:**

TRESU

Maszyny fleksograficzne, systemy komorowe,
systemy obiegu i kontroli farby.

CODIMAG

Maszyny waskostęgowe pracujące
w technologii suchego offsetu semirotacyjnie.

graw@graw.pl 48 42 718 21 21 www.graw.pl

Drodzy Czytelnicy,

tradycyjnie w ostatnim numerze każdego roku wiele miejsca poświęcamy ekologii. Bez względu na rezultaty niedawnego szczytu klimatycznego musimy o niej myśleć cały czas i to całkiem poważnie. Zresztą najczęściej, gdy mówimy: recykling, do głowy przychodzi nam przede wszystkim papier, zwłaszcza ten zadrukowany, który faktycznie po przetworzeniu jest stosunkowo łatwo wprowadzić do ponownego obiegu. Dużo większym problemem są pozostałe materiały wykorzystywane w poligrafii, przede wszystkim farby, ale także kleje, laminaty, folie, zużyte formy drukowe i chemikalia pozostające po ich obróbce. Niemniej coraz więcej producentów wprowadza na rynek produkty spełniające wyśrubowane normy dotyczące ochrony środowiska.

Kolejnym ważnym tematem poruszonym w tym wydaniu jest edukacja poligraficzna. Wszyscy wiemy, że nie jest dobrze, ale są szanse, że będzie lepiej. Co prawda z wielkim mozołem, ale jednak tworzone są sensowne podstawy programowe do nauki zawodów poligraficznych, coraz więcej firm angażuje się w otwieranie klas patronackich w szkołach i organizację praktyk zawodowych. O tym również obszernie piszemy na naszych łamach.

A skoro mamy grudzień, nie może zabraknąć świątecznych upominków, także reklamowych, modnych i pięknie opakowanych. Co będzie na topie w przyszłym roku? Dowiedzą się Państwo po lekturze niniejszego wydania „Świata DRUKU”.
Ciekawej lektury!

**Na nadchodzące Święta i na cały nowy rok życzymy Państwu zdrowia i wszelkiej pomyślności.
Niech Wam się darzy, a troski i zmartwienia z daleka omijają Wasze domy i firmy.**

Zespół „Świata DRUKU”

WYDAWCA:

Polski Drukarski sp. z o.o.
Adres: ul. Obywatelska 115, 94-104 Łódź
tel. 42 687 12 92
biuro@swiatdruku.eu
www.swiatdruku.eu

DYREKTOR WYDAWNICTWA:

Jolanta Ziemiak-Ronke

REDAKCJA:

Jolanta Ziemiak-Ronke – redaktor naczelna
Magdalena Korczyńska – sekretarz redakcji
Anna Strożek – sekretarz redakcji
Anna Dudkiewicz – redaktor

WSPÓŁPRACA:

Marek Bujny, Joanna Hańczkiewicz
Agnieszka Rusin, Justyna Sarna

KOREKTA: Aneta Wieczorek

redakcja@swiatdruku.eu

DZIAŁ MARKETINGU I SPRZEDAŻY:

Anna Piórek – prenumerata i obsługa klienta
Tomasz Frączak – reklama i marketing
Rafał Kłęb – reklama i marketing
marketing@swiatdruku.eu
prenumerata@swiatdruku.eu
reklama@swiatdruku.eu

KSIĘGOWOŚĆ: Elżbieta Porczyńska

Redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń i artykułów promocyjnych oraz nie zwraca materiałów niezamówionych. Zastrzegamy sobie prawo skracania i adiacji tekstów oraz zmiany ich tytułów. Przedrukowywanie materiałów lub ich części – tylko za pisemną zgodą redakcji.

Materiały do artykułów promocyjnych powinny być dostarczone w wersji cyfrowej w postaci plików DOC lub RTF (dane teleadresowe i tekst) oraz JPEG lub TIFF (logo i zdjęcia). Artykuły promocyjne przygotowywane do publikacji są przed oddaniem ich do druku przesyłane zamawiającemu do akceptacji. Forma graficzna artykułów promocyjnych podlega zasadom jednolitym dla wszystkich materiałów zamieszczanych w czasopiśmie. Jedna strona artykułu to około 3500 znaków (z grafiką).

Skład i łamanie:

Studio Graficzne Agaty Sobiepańskiej

Druk okładki:

Drukarnia Leyko sp. z o.o.
www.leyko.pl

Uszlachetnienie okładki:

Multifol sp. z o.o. sp.k.

Druk i oprawa:

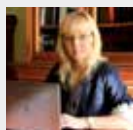
Drukarnia Wist sp. z o.o.
ul. Barona 8 B, 95-100 Zgierz

Cena: 15 zł (w tym 8% VAT)

Informacje o sposobie zamawiania prenumeraty i reklamy znajdują się na 80 stronie czasopisma.



Wspólnie tworzymy



Jolanta Ziemiak-Ronke



Elżbieta Porczyńska



Magdalena Korczyńska



Anna Dudkiewicz



Marek Bujny



Anna Strożek



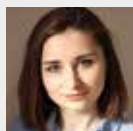
Rafał Kłęb



Anna Piórek



Tomasz Frączak



Joanna Hańczkiewicz



Aneta Wieczorek



Justyna Sarna

POLSKI DRUKARZ SPÓŁKA Z O.O.

Członek Polskiej Izby Druku

Członek Polskiej Izby Opakowań

Członek Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych

Członek Wspierający Fundacji Rozwoju Kadr Poligraficznych

Członek Polskiego Stowarzyszenia Sitodruku i Druku Cyfrowego

Członek Polskiej Izby Fleksografów

Partner programu Solidni w Biznesie

Partner Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie



Spis treści

- 3 News
 19 Bez tuszu ani rusz
 22 Co wnoszą etykiety do gospodarki w obiegu zamkniętym?
 25 Nowa generacja materiałów do etykietowania – RAFNXT+
 26 Poligrafia może być eko!
 28 Krótka historia cylindrów rastrowych
 31 Konica Minolta i cyfrowe drukowanie etykiet alternatywną dla techniki fleksograficznej
 34 O etykietach nad jeziorem
 40 Osobisty miniprzewodnik po historii poligrafii. Część 3
 42 Main Topics News
 46 Dostawcy rozwiązań, materiałów i usług do druku w wielkim formacie
 47 Biuletyn PBKG 8/2018
 50 PolyNews
 52 Dostawcy materiałów poligraficznych
 54 INFOgrafika 2/2018
 55 Promujmy polografię wśród młodzieży
- 58 Kształcenie zawodowe w środowisku klastra
 61 Krakowski „Poligrafik” obchodził 110. urodziny
 62 Opakowanie zdobi... upominek
 64 Podwójny jubileusz UPM Raflatac podczas Joulupukki w stolicy Tatr
- 65 Uwolniona kreatywność na tekstyliach
 66 Limitowana edycja produktu a kolor
 68 Upominki reklamowe – czy znasz już trendy na 2019 rok?
 70 Fujifilm Jet Press 750S – kolejny krok ku idealnej jakości i wszechstronności
 72 Drukarki OKI z serii Pro dla firm z branży Graphic Arts
- 73 Międzynarodowa Konferencja Opakowaniowa we Lwowie
 76 „Książki są bramą, przez którą wychodzisz na ulicę”
 78 Pożegnanie – Andrzej J. Gosk

Teksty dotyczące: upominków reklamowych i dekoracji okolicznościowych; nauki i szkolnictwa poligraficznego; materiałów poligraficznych: chemii, farb, klejów, lakierów, obciągów, płyt, tulei, wałków, wykrojników, podłoża do druku (m.in. folia, karton, papier).

Tematy przewodnie następnego wydania: poligrafia reklamowa; systemy komunikacji wizualnej; sitodruk i tampondruk; druk cyfrowy na tekstyliach; druk w małym i wielkim formacie; urządzenia do obróbki po druku; podłoża do druku (m.in. papier, karton, folie, tekstylia, banery).

Contents

- 3 News
 19 Wild (Th)inks
 22 What Do the Labels Bring to the Circular Economy?
 25 A New Generation of Labeling Materials – RAFNXT+
 26 Printing Can Be Eco!
 28 A Brief History of Anilox Cylinders
 31 Konica Minolta And Digital Label Printing as an Alternative to the Flexographic Technique
 34 About Labels on the Lake
 40 A Personal Mini-Guide to the History of Printing. Part 3
 42 Main Topics News
 46 Suppliers of Equipment, Materials and Services for Large Format Printing
 47 The PBKG Bulletin 8/2018
 50 PolyNews
 52 Suppliers of Printing Materials
 54 INFOgrafika 2/2018
 55 Let's Promote Printing Among Young People
 58 Vocational training in a cluster environment
 61 The Cracow “Poligrafik” celebrated its 110th birthday
 62 The Packaging Decorates... a Gift
 64 A Double Jubilee of UPM Raflatac During Joulupukki in the Capital of the Tatra Mountains
 65 Freed Creativity on Textiles
 66 Limited Edition of the Product And Color
 68 Promotional Gifts – Are You Already Familiar With Trends for 2019?
 70 Fujifilm Jet Press 750S – Another Step Towards Perfect Quality And Versatility
 72 OKI Printers from the Pro Series for Companies from the Graphic Arts Industry
 73 International Packaging Conference in Lviv
 76 “Books Are the Gate Through Which You Go Out Onto the Street”
 78 The Last Farewell to Andrzej J. Gosk

Texts concerning: promotional gifts and decorations; education and training for printing industry; printing materials: chemicals, inks, adhesives, varnishes, printing blankets, plates, sleeves, cylinders, die-cutters and substrates (foil, cardboard, paper).

Next issue will be devoted to: graphic arts in advertising; visual communication systems; screen & pad printing; digital printing on textiles; small & large format printing; finishing appliances; printing substrates (e.g. paper, cardboard, foils, textiles, banners).

Indeks reklam

3M	*I, 52
Acron	*IV
Agfa	43
API Folie	*IV, 52, 57
API.PL	*IV, 46
ATS Tanner	27, 52
Avery Dennison	*IV, 52
Datev	21
Digiprint	46
Docufield	67
Epson	47
Eurobox	*IV, 52
Film Video Foto	77
FlexCon	*IV
Fujifilm	*IV
GRAW	*II, 52
Inpol Papier	*IV
Kodak	45, 53
Łapiński	*IV
Magenta Vision	46, 51
Multifol	*III, *IV, 29
Paperworld	23
Phoenix Xtra Print	*IV
PolimerPRO	*IV
Polkos	46, 59
Print Cycero	37
RemaDays	wrzutka, 75
Scandstick	*IV
SCORPIO	*IV
Spilker	*IV, 53
Sun Chemical	53
Tesa	*IV
Vilpol	*IV, 69
Violetta Grafik-Polska	53
viscom	65
WAB	53
Weilburger Grafik-Polska	49, 53
WOK	*IV

* strona okładki

Artykuły promocyjne

Fujifilm	70
Konica Minolta	31
OKI	72
UPM Raflatac	25

WYDARZENIA

XXI Sympozjum Poligraficzne Chespy

W dniach 22 i 23 listopada br. w Hotelu Arkas w Prószkowie k. Opola odbyło się XXI Sympozjum Poligraficzne, zorganizowane przez firmę Chespa, połączone ze zwiedzaniem zakładów produkcyjnych.

Tematyka tegorocznego zjazdu dotyczyła kierunków rozwoju branży poligraficznej, zagadnień ekonomicznych określających drogi rozwoju światowej gospodarki oraz motyacji do rozbudowywania firmy. Wśród prelekcji znalazły się wystąpienia na temat przyszłości druku, systemów magazynowych dla wykrojników, elektroniki drukowanej, druku folii farbami UV-LED i laminacji solventless w druku wąskostęgowym, sukcesu w sporcie i w biznesie oraz przyszłości gospodarczo-ekonomicznej Europy i świata. Drugi dzień zjazdu organizatorzy przeznaczili na zwiedzenie zakładów produkcyjnych Grupy Chespa we wszystkich opolskich lokalizacjach, gdzie odbywa się produkcja farb graficznych, klisz fotopolimerowych i wykrojników.

Szczegółową relację z wydarzenia zamieścimy w jednym z kolejnych wydań „Świata DRUKU”.

Cyfrowy druk offsetowy w Colours Factory

Colours Factory to zakład poligraficzny z Piły, który stawia na rozwój technologiczny. Spółka swoje usługi kieruje do odbiorców z Polski, ale też całej Europy, są to m.in. druk wielkoformatowy, offsetowy oraz cyfrowy druk o jakości offsetu. To ostatnie możliwe jest dzięki urządzeniom HP Indigo oraz rozwiązaniom end-to-end – oprogramowaniu PrintOS. Portfolio usług Colours Factory obejmuje nie tylko druk materiałów reklamowych (od wizytówek po druki wielkoformatowe), ale również kompleksową obsługę nośników reklamowych (wyklejanie billboardów, montaż reklam i materiałów POS w sklepach). Firma dysponuje jednym z najnowocześniejszych parków maszynowych wśród zakładów poligraficznych w Polsce. Do druku cyfrowego wykorzystuje obecnie trzy maszyny HP Indigo, których dostawcą jest firma Digiprint: 20 000, 10 000 oraz 7800. Umożliwiają one produkcję zamówień niskonakładowych oraz personalizowanych. Dwie pierwsze oferują druk do formatu B2, z kolei 7800 pozwala na druk na materiałach syntetycznych i kolorowych kartonach do formatu A3.

„Dzięki tym maszynom możemy zagwarantować klientom, że nawet jeśli złożą zamówienie przed końcem dnia, już w dniu następnym otrzymają gotowe wydruki, np. ulotki czy wizytówki” – mówi Marek Kruszka, dyrektor ds. produkcji i rozwoju w Colours Factory. „Zanim kupiliśmy pierwszą maszynę HP Indigo, najniższy oferowany nakład wynosił 500 sztuk. Potem mogliśmy zejść z minimalnymi nakładami plakatów, wizytówek czy ulotek nawet do jednej sztuki”. Oprócz możliwości produkowania niskich nakładów przy zachowaniu bardzo atrakcyjnych cen, dyrektor Kruszka podkreśla też oferowany przez HP Indigo brak różnicy jakościowej między drukiem offsetowym

Od Wydawcy

Szanowni Państwo,

informujemy, że w związku ze wzrostem kosztów związanych m.in. z dystrybucją od **1 stycznia 2019** roku cena egzemplarza „Świata DRUKU” wyniesie **18 zł** (w tym VAT 8%), prenumeraty rocznej – **216 zł**, prenumeraty półrocznej – **120 zł. Uczniowie i studenci otrzymają 50% zniżki od tych kwot.** Jednakże osoby, które zamówią prenumeratę od numeru „Świata DRUKU”, który ukaże się jeszcze w roku 2018 (np. od numeru 11 lub 12/2018), zapłacą według cennika obowiązującego obecnie. Szczegółowe informacje znajdą Państwo na stronie <http://www.swiatdruku.eu/Swiat-DRUKU/Prenumerata>.

a cyfrowym, możliwość znacznego poszerzenia portfolio produktów firmy oraz personalizacji wydruków. Niezależnie od wielkości nakładu każda sztuka może być inna. Dodatkowo zastosowanie druku cyfrowego przekłada się też na ekologię, ponieważ oznacza mniejszą liczbę procesów poprzedzających druk.

Inną korzyścią wynikającą z użytkowania maszyn HP Indigo jest oprogramowanie PrintOS – zabezpieczona platforma w chmurze, łącząca aplikacje internetowe oraz mobilne, podłączone do urządzeń drukujących HP. Umożliwia ona całkowitą kontrolę nad drukiem z dowolnego miejsca i w dowolnym czasie. Pozwala uprościć i zautomatyzować produkcję od początku do końca, podejmować szybsze, świadome decyzje, stale ulepszając operacje. Zespół Colours Factory otrzymuje aktualizacje stanu maszyn HP Indigo za pośrednictwem pulpitu Print Beat oraz raportów opartych na danych historycznych i informacjach przekazywanych w czasie rzeczywistym. Wykorzystuje także aplikację mobilną PrintOS, aby kontrolować wszelkie operacje w dowolnym miejscu i o każdej porze, dzięki czemu operatorzy poszczególnych urządzeń mogą w razie potrzeby reagować natychmiast. HP Indigo oferuje również standardową w branży metodologię OEE (Overall Equipment Effectiveness), dzięki której użytkownicy mogą zredukować nadgodziny i koszty pracy oraz zwiększyć wydajność maszyny nawet o 20%.

Dni otwarte firmy Proxer i jej partnerów

W dniach 28–29 listopada br. w poznańskim Hotelu Ilonn odbyły się warsztatowe dni otwarte, zorganizowane przez firmę Proxer oraz jej partnerów: Canon Polska, Riset Polska oraz Epson Polska. Poprzez prezentację cyfrowych maszyn arkuszowych i wielkoformatowych oraz urządzeń introligatorskich został zaprezentowany cały proces powstawania uszlachetnionych gotowych materiałów. Pokazano również wielofunkcyjne urządzenia drukujące dla dużych i małych firm, spełniające wymogi RODO.

Podczas spotkania zaprezentowano modele marki Canon: urządzenie do druku cyfrowego imagePRESS C850, drukarkę monochromatyczną VarioPrint 140 i wielkoformatową maszynę imagePROGRAF Pro-4000S. Obok nich

goście mogli zapoznać się z możliwościami maszyn prezentowanych przez firmę Riset. Były to: foliarka UCHIDA Foilglazer, bigówka AutoCreaser Pro 33, wycinarka UCHIDA AeroCut Prime i falcerka UCHIDA EZF 600. Epson prezentował urządzenia wielofunkcyjne A4: WorkForce Pro WF-C579RDTWF i Pro WF-C579DWF.

Spotkanie miało charakter warsztatowy, goście mogli zobaczyć, jak urządzenia pracują i do czego służą. Uczestnicy, którzy zarejestrowali swój udział poprzez stronę internetową, mogli wydrukować i oprawić prace z przyniesionych przez siebie plików.

Więcej informacji o tym wydarzeniu znajdują Państwo w następnym numerze „Świata DRUKU”.

Wrocławskie Targi Dobrych Książek

W dniach 29 listopada–2 grudnia br. we wrocławskiej Hali Stulecia przy ul. Wystawowej 1 odbyła się 27. edycja Targów Dobrych Książek, która w tym roku zgromadziła ponad 160 wydawnictw z całej Polski. Wśród atrakcji znalazło się ponad 100 spotkań z autorami oraz liczne warsztaty i dwie wystawy. Tradycyjnie targi zgromadziły wydawców z całej Polski, ale pojawiły się także stoiska z literaturą rumuńską, ukraińską, czeską, słowacką i węgierską. Tę ostatnią goście mogli poznać bliżej dzięki programowi spotkań wokół literatury Węgier – pierwszego w historii imprezy gościa honorowego. Gośćmi WTDK byli w tym roku m.in.: prof. Jerzy Bralczyk i Lucyna Kirwil, Mariusz Szczygiel, Katarzyna Bonda, Adam Wajrak, Barbara Gawryluk, Olga Drenda, Katarzyna Gubała, Elżbieta Sieradzińska, Marta Fox, Ewa i Paweł Pawlakowie, Anna Bikont, Jakub Małecki, Jakub Cwiiek, Magdalena Kordel, Anna Kańtoch, Katarzyna Surmiak-Domańska, Kasia Gubała, Michał Ogórek, Joanna Opiat-Bojarska, Andrzej Strejlau, Jerzy Chromik, Wojciech Chmielarz, Beata Maciejewska, Mirosław Maciorowski, Jędrzej Morawiecki, Krzysztof A. Zajas, Krzysztof Koziółek, Paweł Fajdek, Mariusz Urbanek, a także Urszula Dudziak oraz zespół Varius Manx i Kasia Stankiewicz.

Po raz drugi imprezą towarzyszącą książkowemu świętu były Targi Wszystkiego Dobrego – w kularach Hali Stulecia można było kupić wyroby rękodzielnicze, m.in. ubrania młodych polskich projektantów, a także oryginalne artykuły dla domu czy kosmetyki naturalne. Tutaj również można było wziąć udział w warsztatach artystycznych m.in. z sitodruku i tworzenia własnych magnesów, przygotowywania ozdób choinkowych i kartek świątecznych, a także własnych ekslibrisów.

W programie wydarzenia znalazło się ponad 100 spotkań z autorami. Nowością był dodatkowy, wieczorny program w klubie Proza, zatytułowany „Salon Zdobywców”. To cykl spotkań z laureatami polskich nagród literackich przyznanych w 2018 roku, prowadził je Michał Nogaś. Przez cztery dni dziennikarz rozmawiał m.in. z Dominikiem Bielićkim, Anną Bikont, Martyną Bundą, Julią Fiedorcuk, Sławą Lisiecką, Maciejem Płazą, Elżbietą Sobolewską, Pawłem Sołtysem oraz Marcinem Wichą.

Targi Dobrych Książek to także mnóstwo atrakcji dla najmłodszych fanów literatury. Dzieci mogły spędzić każdy targowy dzień w strefie zabaw, gdzie wzięły udział m.in. w tworzeniu ozdób świątecznych, obrazów, witraży i masek, a także uczestniczyły w zajęciach wokół książki Wydawnictwa Zakamarki. W ramach imprezy prezentowane były również wystawy: pierwsza, pt. „Bookmacherzy. Odsłona III”, zawierała projekty książek i ilustracje studentów i dydakty-

ków Katedry Projektowania Graficznego wrocławskiej ASP; druga, pt. „Kultura na Widoku”, przygotowana przez Fundację Legalna Kultura, pokazywała ponad 800 utworów wraz ze wskazaniem legalnych źródeł, w których są one dostępne.

Warsztaty produktowe Canon

W dniach 21 i 22 listopada br. firma Canon przeprowadziła warsztaty dla swoich akredytowanych partnerów, podczas których zapoznano ich z nowymi ploterami drukującymi imagePROGRAF serii TM. Spotkania odbywały się w zmienionej formule, w której znacznie większy nacisk niż dotychczas położono na poznanie prezentowanych maszyn w praktyce, podczas wykonywania konkretnych działań.

W dwóch sesjach warsztatowych wzięło udział 40 osób. Miały one okazję zapoznać się z obsługą i funkcjami urządzeń imagePROGRAF TM. Nowe plotery zapewniają wysoką jakość druku aplikacji CAD/GIS/POS, szybszy druk i wyższą ogólną wydajność niż konkurencyjne urządzenia; ponadto płynniejsze cięcie, mniejsze wibracje i hałas zmniejszony aż o 60% w stosunku do poprzednich serii. Maszyny odznaczają się kompaktową budową, mają także rozbudowane funkcje bezpieczeństwa, w tym uwierzytelniania i kontroli użytkowników.

W czasie spotkań rozmawiano również o nowych mediach eksploatacyjnych Canon LFP, 5-kolorowych wodoodpornych atramentach pigmentowych systemu Canon Lucia TD, zastosowanym w urządzeniach oraz różnych rodzajach oprogramowania Canon, które może ułatwić pracę na urządzeniu. To m.in. program Direct Print & Share, który ułatwia drukowanie plików PDF, JPEG, TIFF i HP-GL/2 bez potrzeby otwierania aplikacji źródłowej. Pozwala także bezproblemowo dzielić się plikami z innymi osobami za pośrednictwem usług pamięci masowej w chmurze. Innym przykładem jest PosterArtist Lite, aplikacja, która umożliwia projektowanie i drukowanie profesjonalnych plakatów w zaledwie czterech prostych krokach. Zawiera ponad 1300 szablonów, zdjęć i klipartów z wzorami, które sprawdzą się w wielu różnych środowiskach biznesowych. Wreszcie użytkownicy imagePROGRAF serii TM mogą skorzystać także z oprogramowania Free Layout Puls, które pozwala na ułożenie wielu różnych wydruków na jednym arkuszu w trybie podglądu wydruku.

Pod koniec każdego ze spotkań organizatorzy inicjowali dyskusję na temat docelowych adresatów produktów z serii imagePROGRAF TM. Spotkania zwińczył konkurs z wiedzy na temat urządzeń serii TM.

Studenci z wizytą w zakładach Koenig & Bauer

W dniach 23–25 października br. niemal 30-osobowa grupa studentów polskich uczelni poligraficznych (reprezentujących Zakład Technologii Poligraficznych Instytutu Mechaniki i Poligrafii PW oraz Instytut Papiernictwa i Poligrafii PŁ) wraz z opiekunami naukowymi wzięła udział w wizycie w zakładach Koenig & Bauer w Radebeul, gdzie produkowane są arkuszowe maszyny offsetowe tej firmy. Goście z Polski mieli okazję zwiedzić halę montażową fabryki i centrum demonstracyjne, wysłuchać prezentacji technologicznych oraz zwiedzić Uniwersytet Nauk Stosowanych (Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur) w Lipsku.

Wizyta na tutejszej uczelni była głównym punktem pierwszego dnia pobytu polskich studentów w Niemczech. Studenci zostali zapoznani z podstawowymi informacjami na temat funkcjonowania HTWK: formami kształcenia, liczbą semestrów, wykładanymi przedmiotami, programem Erasmus. Następnie zwiedzili laboratoria uczelniane, gdzie mogli obejrzeć sprzęt pomiarowy wykorzystywany podczas zajęć oraz poznać rodzaje wykonywanych badań. Nie zabrakło czasu na wymianę doświadczeń dotyczących studiów poligraficznych realizowanych w Niemczech i w Polsce. Drugi dzień niemal w całości wypełniła wizyta w zakładach arkuszowych maszyn offsetowych Koenig & Bauer w Radebeul, gdzie na wstępie studenci wysłuchali prezentacji poświęconej gospodarzowi oraz niektórym oferowanym przez niego rozwiązaniom, np. systemom automatyzującym i usprawniającym pracę maszyn z serii Rapida (budowanych w Radebeul) oraz rozwiązań kontrolno-pomiarowych.

Po zakończeniu prezentacji grupa z Polski zwiedziła halę montażową (poznając całą linię budowanych tu maszyn arkuszowych, z uwzględnieniem ich instalacji i testowania) oraz magazyn wysokiego składowania części zamiennych. Następnie studenci udali się do centrum demonstracyjnego, gdzie wzięli udział w pokazie 8-kolorowej maszyny pełnoformatowej RA106-8SW4+L z wieżą lakierującą, wyposażonej w system odwracania arkusza.

Można się rejestrować na RemaDays

Rozpoczęła się rejestracja zwiedzających na 15. edycję Międzynarodowych Targów Reklamy i Druku RemaDays Warsaw 2019, która odbędzie się w dniach 13–15 lutego w Ptak Warsaw EXPO w Nadarzynie. Na stronie internetowej targów www.remadays.com uruchomiony został formularz rejestracji zaproszeń. Należy w nim wpisać kod RDW 021, następnie uzupełnić informacje o firmie i wysłać do weryfikacji. Jeśli będzie ona pozytywna, otrzymają Państwo drogą mailową identyfikator na targi, który należy wydrukować i okazać w punkcie rejestracyjnym.

Organizatorzy wydarzenia ogłaszają również konkurs Korony Reklamy, skierowany do wystawców oraz uczestników Programu Solidni w Biznesie, który patronuje rywalizacji. Celem jest wyróżnienie najlepszych firm z branży reklamowej, w czterech kategoriach: producent oraz importer upominków reklamowych, technologia, Out & InDoor. Statuetki zostaną wręczone zwycięzcom na uroczystej ceremonii podczas Wieczoru Wystawców w czasie targów RemaDays, laureaci konkursu zostaną zaprezentowani podczas targów, na stronie internetowej organizatora, w magazynie „Gifts Journal” oraz w ponad 25 mediach partnerskich. Zgłoszenia konkursowe przyjmowane są od 12 listopada 2018 roku do 11 stycznia 2019 roku.

Zbliżają się targi CCE International i ICE Europe

W dniach 12–14 marca 2019 roku na terenie Munich Trade Fair Centre w Niemczech odbędzie się czwarta edycja targów CCE International – jedynej w Europie wy-

stawy handlowej skupionej wokół produkcji oraz obróbki tektury falistej i litej. Równocześnie odbędą się już po raz jedenasty targi poświęcone obróbce papieru, folii i taśm – ICE Europe.

CCE International to wydarzenie oferujące możliwość odkrycia trendów technologicznych ze świata tektury falistej i litej, w tym rozwiązań do indywidualizacji opakowań. Opakowania przetwarzalne i zrównoważone stają się coraz ważniejszym elementem kompozycji marketingowej i odnotowywany jest na nie coraz większy popyt. Wdrożenie rozwiązań cyfrowych dla całego łańcucha produkcyjnego pozwala na prowadzenie inteligentniejszej i wydajniejszej produkcji, bardziej zaawansowanych procesów planowania oraz na wprowadzenie nowych form komunikacji z klientem – opakowania mogą być śledzone przez cały proces dostawy i zapewniają klientowi informacje o produkcie za pośrednictwem kodów QR. Na targach CCE International w 2019 roku kontynuowana będzie również udana seria otwartych seminariów skupiających się na druku cyfrowym.

Wielu wystawców zaprezentuje swoje urządzenia „na żywo”. Profil wydarzenia obejmuje kompleksowe portfolio produktów dla całej linii produkcyjnej. Zaprezentowane zostaną: surowe materiały, maszyny, wyposażenie i usługi związane z produkcją i obróbką tektury falistej oraz litej; tektury i kartony; materiały eksploatacyjne; linie do karbowania, wyposażenie i podzespoły; maszyny do przetwórstwa tektury falistej i litej; oprogramowanie CAD/CAM; procesy i urządzenia drukarskie; urządzenia do cięcia, bigowania i wycinania matrycowego; wyposażenie dodatkowe; obsługa i magazynowanie materiałów; systemy owijania taśmą i przenoszenia palet; MIS (system informacji zarządczej) i systemy planowania instalacji produkcyjnej; odpady papierowe i belowanie. Do chwili obecnej na targach CCE International 2019 swoje miejsce zarezerwowało już 122 wystawców z 22 krajów. Dodatkowe informacje oraz aktualny program seminariów są dostępne na stronie organizatora.

Równoległe targi – ICE Europe – to odbywająca się co dwa lata wystawa dla przemysłu przetwórczego, która oferuje odwiedzającym przegląd innowacji technologicznych i trendów produkcyjnych dla przetwórstwa materiałów elastycznych, takich jak papier, folia i włókny. W 2019 roku wydarzenie skupi się na cyfryzacji, zrównoważonym rozwoju i indywidualizacji produktów, a także wydajności maszyn i rozwiązań. Cyfryzacja oraz powiązane z nią inteligentne produkty i opakowania pozostają ważnym trendem w kwestii przetwórstwa. Folie specjalne (do baterii, biopolimerowe, wysokobarierowe, optyczne, odporne na czynniki atmosferyczne i inne) umożliwiają zastosowanie w różnych obszarach. Po raz pierwszy w historii na targach ICE Europe 2019 otwarta zostanie strefa „Special Film & Extrusion Area”, przeznaczona dla rozwijającego się sektora folii specjalnych. Będą tam prezentowane linie do wytłaczania folii metodą rozdmuchu oraz linie do wytłaczania folii i arkuszy płaskich, a także zgrzewarki i kalandry.

Niestabnące trendy na recykling i zrównoważony rozwój produktów, coraz większe wykorzystanie biomateriałów oraz jednoczesne stale rosnące zapotrzebowanie na zindywidualizowane produkty o wysokiej jakości oraz rozwiązania z zakresu opakowań wymuszają wdrażanie innowacyjnych procesów powlekania i wykańczania. Konkretnie rozwiązania można znaleźć na targach ICE Europe. Poświęcone są wszystkim głównym obszarom i procesom produkcyjnym związanym z przetwarzaniem materiałów elastycznych,

takich jak papiery, folie czy włókniny. Wystawa obejmie materiały, powlekanie/laminowanie, suszenie/utwardzanie, obróbkę wstępną i zasadniczą, akcesoria, cięcie/przewijanie, druk fleksograficzny/wkłęśtodruk, wykańczanie, zarządzanie zakładem/utylizację odpadów/recykling, modernizację/ulepszenie maszyn, powlekanie specjalistyczne/przetwarzanie/cięcie, sterowanie, testowanie i dokonywanie pomiarów, zarządzanie procesami produkcyjnymi, usługi, informowanie i komunikacja oraz półprodukty/produkty wykończone. Dotychczas na targach swoje miejsce zarezerwowało około 430 wystawców z 25 różnych krajów.

Bilety upoważniające do wejścia na teren jednych i drugich targów będzie można nabyć poprzez stronę internetową od stycznia 2019 roku.

Hunkeler Innovationdays 2019

Zbliża się kolejna edycja Hunkeler Innovationdays, która odbędzie się w dniach 25–28 lutego 2019 roku w centrum wystawienniczym w Lucernie w Szwajcarii. Międzynarodowe środowisko specjalistów związanych z szeroko rozumianą branżą poligraficzną skoncentruje się na procesach automatyzacji i zaprezentuje najnowsze rozwiązania wykorzystywane na każdym etapie procesu produkcyjnego i obróbki po druku cyfrowo zadrukowanych materiałów. Motyw przewodni przyszłorocznej imprezy brzmi: „Automatyzacja drogą do sukcesu”. Zwiedzający będą mieli możliwość zapoznania się z wieloma praktycznymi aplikacjami wykorzystywanymi w procesach produkcyjnych i umożliwiającymi rozwiązywanie bieżących problemów. Jednym z takich rozwiązań jest w pełni zautomatyzowany system produkcyjny Generation 8, który zaprezentuje firma Hunkeler AG. Przedsiębiorstwa zajmujące się drukiem transakcyjnym, mailingiem bezpośrednim, producenci książek i maszyn do druku komercyjnego odnotowują duże spadki wielkości nakładów, co znacznie zwiększa liczbę koniecznych do przeprowadzenia procesów przygotowania do druku. Wydajne nowoczesne linie produkcyjne muszą minimalizować lub eliminować manualne interwencje w proces produkcyjny, aby obniżyć koszty i zwiększyć marżę. Model biznesowy „od białego papieru do gotowego produktu” jest uzależniony od stopnia zaawansowania procesów automatyzacji.

W wydarzeniu weźmie udział niemal 100 wystawców, więcej niż w poprzednich latach. Wśród nich znajdą się wiodący na rynku producenci systemów do druku i obróbki po druku, dostawcy rozwiązań software'owych oraz materiałów wykorzystywanych w tych procesach. Większość z nich zapowiada premierowe pokazy swoich najnowszych rozwiązań. Wystawcy Hunkeler Innovationdays 2019 skupią się przede wszystkim na zagadnieniu usprawnienia automatyzacji procesów workflow. Udział w imprezie deklarują właściciele, kadra zarządzająca i przedstawiciele firm z całego świata. Aby wziąć udział w wydarzeniu, należy się zarejestrować na stronie innovationdays.com. Udział jest bezpłatny.

Jaka będzie drupa 2020?

Kolejna edycja tych największych targów poligraficznych będzie się odbywać w dniach 16–26 czerwca 2020 roku. Krótko po rozpoczętej z początkiem listopada tego

roku rejestracji wystawców, organizator drupa – Messe Düsseldorf – wyprzedał 96% liczącej 160 tys. m² powierzchni wystawienniczej. Swój udział zaplanowały firmy z ponad 40 krajów, w tym zarówno największe marki, jak i obiecujące start-upy. Aktualizowana na bieżąco lista wystawców dostępna jest na stronie www.drupa.com.

Przyszłe targi drupa ponownie zajmą całą powierzchnię hal Düsseldorf Exhibition Center. Dla zapewnienia porządku i ułatwienia odwiedzającym dotarcia do interesujących ich stoisk powierzchnia wystawowa będzie podzielona na kilka stref, m.in. druk i prepress, obróbka po druku/opakowania, technologie przyszłości, materiały oraz sprzęt/usługi/infrastruktura. Tradycyjnie jak co cztery lata można spodziewać się wielu rynkowych premier i prezentacji innowacyjnych produktów. Sabine Geldermann, dyrektor targów, w 2020 roku spodziewa się prezentacji wielu innowacyjnych technologii: „Branża poligraficzna nie przestaje się rozwijać, oferując wydruki z wyczuwalnymi w dotyku fakturami, coraz to nowsze materiały i uszlachetnienia. Wpływ na poligrafię mają różnorodne światowe trendy, co inspirowało branżowych innowatorów do rozwijania jej w zakresie np. druku elektronicznego, wprowadzania nanotechnologii czy szeroko pojętej koncepcji przemysłu 4.0, która może zrewolucjonizować wiele procesów”.

W 2020 roku targi drupa w większym stopniu poświęcone będą opakowaniom, drukowi przemysłowemu i funkcjonalnemu, a także technologiom przyrostowym. Organizatorzy zapowiadają utworzenie specjalnych sektorów tematycznych stanowiących platformę dialogu i wymiany doświadczeń z przedstawicielami tych segmentów poligrafii. Sektor touchpoint packaging będzie poświęcony szeroko pojętej produkcji opakowań, czyli projektowaniu, pokazom nowoczesnych materiałów, drukowi i obróbce po druku, a także uszlachetnianiu i zagadnieniom związanych ze znakowaniem i śledzeniem. Specjalne forum opakowaniowe, które po raz pierwszy odbywało się na poprzedniej drupie, będzie organizowane we współpracy z Europejskim Stowarzyszeniem Projektantów Opakowań EPDA, firmami Agfa, BOBST, Esko, Heidelberg, HP, Kurz i Siegwert, a także międzynarodowymi markami Danone i Nestlé. Za organizację sektora touchpoint 3D fab + print odpowiedzialne będzie natomiast holenderskie wydawnictwo KCI Publishing. W wydzielonej dla niego przestrzeni w hali 7A prezentowane będą najnowsze technologie druku przestrzennego, a także ich potencjalne zastosowania. Organizatorzy tej strefy postawili sobie za cel uświadomienie odwiedzającym ogromu potencjału ekonomicznego tkwiącego w technologiach przyrostowych.

Targi drupa stanowią też okazję do prognozowania i rozważań o tym, co czeka poligrafię w przyszłości. W 2020 roku będzie to możliwe w specjalnie przygotowanym sektorze oznaczonym skrótowo Dna, czyli drupa next age. Stanowi on rozwinięcie zaaranżowanej na poprzednich targach strefy dip (drupa innovation park) i podobnie jak dwa lata temu, w 2020 roku przedstawiciele start-upów będą mogli w nim prezentować swoje nowe pomysły, innowacyjne usługi i inspiracje w zakresie poligraficznych technologii przyszłości.

Konferencje i inne wydarzenia towarzyszące, poświęcone innowacyjnym zastosowaniom druku, organizowane będą w ramach sektora drupa cube. Będą w nim prezentowane i omawiane m.in. technologie drukowania elektronicznego czy kreatywne, skomplikowane aplikacje wykonywane w technice druku cyfrowego. Nad harmonogramem drupa cube pracuje brytyjska agencja FreemanXP.

Targi drupa w 2020 roku rozpoczną się we wtorek 16 czerwca i potrwać 11 dni – do piątku 26 czerwca. Hale wystawowe Düsseldorf Exhibition Center będą otwarte dla odwiedzających w godzinach od 10.00 do 18.00, a w sobotę i w niedzielę o godzinę krócej. Wszystkie informacje o targach pojawiają się na bieżąco na stronie www.drupa.com, a o nowych technologiach druku i produkcji opakowań poczytać można na „drupowym” blogu dostępnym pod adresem blog.drupa.com.

Rewolucja w druku offsetowym?

W dniu 30 listopada br. przedstawiciele prasy branżowej zostali zaproszeni do siedziby Heidelberg Polska na konferencję prasową poświęconą produktowi, który z pewnością nie pozostanie niezauważony, jeśli chodzi o jakość druku offsetowego, oszczędność farby drukowej i zabezpieczenia opakowań i etykiet przed fałszowaniem. Mowa o nowatorskim rastrze offsetowym Multidot, opracowanym w ramach projektu badawczo-rozwojowego przez konsorcjum Heidelberg Polska sp. z o.o., Drukarnię Perfekt SA i Zakład Technologii Poligraficznych Politechniki Warszawskiej. Zakończenie prac nad tym całkowicie polskim wynalazkiem oficjalnie planowane jest na luty przyszłego roku.

Multidot jest rastrem modulowanym amplitudowo, niemniej komórka rastrowa została w nim w nowatorski sposób zmodyfikowana. Jego największe zalety, zdaniem twórców, to: mniejsza liniatura drukowania, niemal niewidoczna struktura rastrowa, większa szczegółowość obrazu, zwiększony gamut reprodukcji barwnej, redukcja efektu mory, dokładność pasowania, stabilny druk w całym nakładzie, oszczędność farby i mniej odpadów przy produkcji. Poza tym struktura rastra umożliwia umieszczenie w nadruku niewidocznego nieuzbrojonym okiem elementu zawierającego zakodowane dane o produkcie. Rozwiązanie to, przechodzące obecnie procedury patentowe na całym świecie, ma pozwolić na niemal 100-procentowe zabezpieczenie opakowania lub etykiety przed sfałszowaniem. Po więcej szczegółów zapraszamy do styczniowego wydania „Świata DRUKU”.

INWESTYCJE

Foliant Mercury 530 NG w zabrzańskej fundacji

Do Zakładu Aktywności Zawodowej w Zabrze, prowadzonym przez Fundację Nadzieja Dzieci, trafił foliant Mercury 530 NG. Zakład prowadzi działalność w zakresie usług poligraficznych, introligatorskich oraz krawieckich. Bogato wyposażony park maszynowy pozwala na realizację dużej liczby zamówień.

Celem założonej w 1999 roku fundacji jest niesienie pomocy dzieciom, młodzieży i dorosłym pokrzywdzonym przez los oraz dostosowywanie do aktywności zawodowej osób niepełnosprawnych. Zorganizowany przez nią Zakład Aktywności Zawodowej jest pierwszą tego typu placówką w województwie śląskim. Obecnie zakład zatrudnia ponad

100 osób o znacznym stopniu niepełnosprawności. To jedyne miejsce, gdzie mogą pracować.

Foliant Mercury 530 NG jest przeznaczony do laminowania małych i średnich nakładów, może być używany do wszystkich technologii druku. Urządzenie jest obsługiwane i programowane za pomocą ciekłokrystalicznego dotykowego panelu sterowania. Dostawcą urządzenia jest firma Derya z Tychów. Zarówno instalacja, jak i szkolenie przebiegły terminowo i bez przeszkód.

EFI Escada Profile pomoże Dunapack

Firma Dunapack Packaging, produkująca opakowania z tektury falistej z nadrukiem, mająca zakład w podłódzkim Ujeździe, podpisała umowę z firmą EFI dotyczącą zakupu zaawansowanego systemu sterowania procesem kontroli nad tekturą falistą w obiegu zamkniętym, który zapewni wyższą i stałą jakość oraz wydajność – Escada Profile.

„Od kilku lat używamy systemu Escada Syncro 7 do kontroli wilgotności i suchości w naszej tekturnicy, a po konsultacji z EFI o dodatkowych opcjach, które mogą nam pomóc w ciągłym dążeniu do maksymalnej jakości, zdecydowaliśmy się na zakup Escada Profile. Wierzymy, że jest to najlepszy zintegrowany system do kontroli tekturnic pracujących w obiegu zamkniętym. Liczymy, że ta inwestycja przyniesie nam wiele korzyści, jak optymalizacja produkcji i oszczędności, oraz wyższa, powtarzalna jakość naszych produktów” – mówi Jakub Wojtko, dyrektor produkcji w należącej do Dunapack Packaging firmie Eurobox Polska.

Dunapack Packaging wchodzi w skład austriackiej Prinzhorn Group, która została założona w 1853 roku i obecnie zatrudnia około 6600 pracowników w 15 krajach. Prinzhorn Group działa na europejskim rynku opakowań, papieru i recyklingu.

Fujifilm Jet Press 720S w drukarni CEWE

Europejska drukarnia internetowa CEWE, specjalizująca się w usługach typu web-to-print, w jednym ze swoich zakładów produkcyjnych w niemieckim Oldenburgu od pewnego czasu użytkuje arkusową maszynę inkjetową Fujifilm Jet Press 720S. CEWE to jeden z większych dostawców usług poligraficznych na europejskim rynku, opartych na technologii web-to-print. Specjalizuje się w wyrobach wymagających personalizacji, takich jak fotoalbumy, kalendarze, plakaty. Firma posiada ponad 20 zakładów produkcyjnych zlokalizowanych w 14 krajach i obsługuje klientów z całego kontynentu. W ubiegłym roku wykonała około 6 mln fotoalbumów, będących jej flagowym produktem.

W zakładzie produkcyjnym w Oldenburgu, gdzie znajduje się główna siedziba firmy, od pewnego czasu pracuje półformatowa maszyna inkjetowa Fujifilm Jet Press 720S. Andreas Kluge, dyrektor zarządzający zakładem, uważa, że już niedługo po wdrożeniu urządzenia okazało się, że stanowi ono znaczące wzbogacenie parku maszynowego drukarni: „Wykorzystujemy je przede wszystkim do produkcji okładek naszych fotoalbumów, gdzie bardzo

przydatna okazuje się możliwość zadrukowywania grubszych podłoży. Inne prace, jakie przy jego zastosowaniu realizujemy, to plakaty, materiały typu canvas, widokówki oraz kalendarze. Nasi klienci oczekują wysokiej jakości, niemal natychmiastowej dostawy i zazwyczaj zamawiają po jednym egzemplarzu każdej ze zlecanych tu prac, niezależnie od jej specyfiki”.

Przedstawiciele drukarni są szczególnie zadowoleni ze znaczącego wzrostu wydajności, jaki osiągnięto dzięki wdrożeniu Jet Press 720S, a także poprawy jakości, którą zauważają zlecający prace profesjonalni lub półamatorscy fotografowie. Wskazują także, że przyczyniła się ona do poszerzenia oferty firmy o m.in. cieszące się dużą popularnością personalizowane trójwymiarowe kalendarze adwentowe, zawierające czekoladki.

PERSONALIA

Zmiany personalne w BOBST

Przstawiciele Grupy BOBST poinformowali o roszadach personalnych w Komitecie Wykonawczym. Do końca bieżącego roku opuści go Erik Bothorel, związany z BOBST od 2004 roku, a jego obowiązki kierowania oddziałem maszyn wstęgowych obejmie 1 stycznia 2019 roku Stephan März, obecny szef działu usług serwisowych. Jego miejsce zajmie Julien Laran, aktualny szef ds. zaopatrzenia i działań operacyjnych w dziale usług serwisowych.

Zmiany te są związane z planowanym rozwojem, tworzeniem innowacji w zakresie druku cyfrowego, IoT oraz cyfryzacji kluczowych procesów biznesowych.

Nowy CEO w MPS Systems

Od 1 stycznia 2019 roku Atze Bosma będzie nowym dyrektorem generalnym MPS Systems, holenderskiego producenta fleksograficznych, offsetowych i hybrydowych maszyn drukarskich. Zastąpi on na tym stanowisku Wima van den Boscha, który postanowił kontynuować karierę poza MPS.

Bosma ma 30-letnie doświadczenie na stanowiskach kierowniczych w firmach działających w branży opakowań, logistyki i przemysłu spożywczego, wcześniej pracował dla różnych międzynarodowych firm, w tym Heinekena, Florimex International i Holenderskich Kolei. W najbliższych miesiącach będzie podróżować po całym świecie, aby spotkać się z międzynarodowym zespołem MPS, agentami, klientami i liderami branży.

TECHNOLOGIE

Nowa generacja produkcyjnych skanerów Canona

Canon zaprezentował najnowsze modele skanerów produkcyjnych z serii imageFORMULA. Modele DR-G2090, DR-G2110 i DR-G2140 zaprojektowano z myślą o firmach, w których skanuje się dużo i często – urządzenia

bowiem łączą trzy najważniejsze cechy nowoczesnych urządzeń biurowych: szybkość i wydajność pracy, ciche działanie i dodatkowy interfejs LAN do skanowania materiałów A3.

W nowych modelach zastosowano technologię czujnika CIS i procesor DR, co pozwala skanować z prędkością nawet 280 obrazów na minutę w kolorze (300 dpi). Dodatkowo na wzrost wydajności wpływa podajnik o pojemności do 500 arkuszy przeznaczony do jednorazowej obsługi bardzo dużych partii dokumentów, a także funkcja szybkiego skanowania, która minimalizuje opóźnienia po uruchomieniu urządzenia. Skanery imageFORMULA DR-G2110 i DR-G2140 to pierwsze skanery produkcyjne z wbudowanym interfejsem LAN i łącznością Bluetooth, które wpływają na oszczędność zarówno kosztów, jak i miejsca na biurku, eliminując konieczność posiadania specjalnie do tego przeznaczonego komputera i oprogramowania. Urządzenia z nowej serii wyposażono również w narzędzia deweloperskie (SDK), aby umożliwić klientom pełniejsze dopasowanie skanerów do potrzeb organizacji. Pakiet SDK zawiera narzędzia niezbędne do rozbudowania i tworzenia nowych aplikacji oraz innowacyjnych rozwiązań wspierających procesy obrazowania. Otwarty interfejs API i możliwość projektowania dedykowanych rozwiązań na platformie Canon oznacza, że nowe skanery łatwo wpasują się w niemal każde środowisko firmowe i zintegrują z jego infrastrukturą IT.

Urządzenia mają również sterowniki ISIS/TWAIN/WIA i Kofax VRS, umożliwiające integrację z różnymi aplikacjami skanowania. Tryb Active Thresholding pozwala skanować zróżnicowane dokumenty bez ręcznego dostosowywania jasności i innych ustawień dla każdej strony. Ponadto funkcja rozpoznawania kodów kreskowych i kodów 2D daje możliwość automatycznego rozdzielania partii dokumentów, sortując je w wielostronicowe, odpowiednio nazwane pliki, podczas gdy informacje z kodów wykorzystywane są do indeksowania przetworzonych cyfrowo materiałów. Do skanerów dołączane jest oprogramowanie CaptureOnTouch Pro Canon – proste w obsłudze narzędzie z bogatymi funkcjami OCR i łącznością w chmurze dla wydajnego skanowania i przetwarzania dokumentów do różnych formatów.

Urządzenia z serii imageFORMULA DR-G2 sprawdzą się w biurach, gdzie przetwarzane są duże ilości dokumentów w formie cyfrowej, jak np. działy obsługujące korespondencję w firmie lub firmy outsourcingowe, procesujące dokumenty swoich klientów z formy analogowej do cyfrowej. Modele DR-G2110 i DR-G2140 trafiły do dystrybucji europejskiej w listopadzie br., model DR-G2090 jest dostępny od grudnia br.

Canon zaprezentował także adaptory sieciowe NA10 i WA10, które umożliwiają podłączenie do sieci nawet kilku skanerów USB Canon. Dzięki temu rozwiązaniu firmy mogą teraz udostępniać jedno urządzenie skanujące wszystkim użytkownikom w biurze, a także instalować je w miejscach dostępnych dla klientów bez konieczności korzystania z dodatkowych komputerów. Urządzenia oferują prostsze zarządzanie drukiem dzięki możliwości skonfigurowania skrótów szybkiego skanowania (easy job button). Model NA10 wyposażono w interfejs przewodowego połączenia LAN, a model WA10 – w dodatkowy moduł Wi-Fi. Oba modele są dostępne w dystrybucji europejskiej od listopada br.

Brother uzupełnia ofertę

Firma Brother wprowadziła na rynek model MFC-L2752DW, który jest uzupełnieniem serii monochromatycznych urządzeń wielofunkcyjnych zaprojektowanych specjalnie do biur domowych oraz małych firm. To ciche, kompaktowe urządzenie laserowe, obok przydatnych funkcjonalności i wysokiej prędkości druku, wyróżnia wbudowana komunikacja NFC, która umożliwia wygodne drukowanie z telefonu komórkowego.

MFC-L2752DW obok funkcji automatycznego dwustronnego drukowania, skanowania, kopiowania oraz faksowania, ma wbudowany interfejs sieci bezprzewodowej (wykazuje Wi-Fi Direct bez konieczności używania routera) i przewodowej oraz automatyczny podajnik dokumentów. Pomimo niewielkich rozmiarów urządzenie mieści w sobie toner, który umożliwia drukowanie do 1200 str., natomiast podajnik papieru ma pojemność 250 ark. Urządzenie oferuje wysoką prędkość druku dwustronnego – do 34 str./min oraz automatyczny podajnik dokumentów na 50 ark. do wykonywania skanów, faksów oraz kopii. Model został wyposażony w intuicyjny ekran dotykowy o przekątnej 6,8 cm, dzięki któremu użytkownicy mogą tworzyć do 12 własnych spersonalizowanych skrótów ulubionych funkcji, a także mają możliwość tworzenia wydruków i skanów do usług w chmurze, np. Dropboxa i Google Drive. MFC-L2752DW obsługuje m.in. aplikacje: Brother iPrint & Scan, AirPrint, Mopria, Google Cloud Print 2.0, współpracuje też z PrintSmart Cost Control, dzięki czemu użytkownik ma kontrolę nad eksploatacją urządzenia.

Nowe drukarki w ofercie Epson

Firma Epson wprowadziła na rynek dwa nowe modele drukarek technicznych klasy podstawowej: 24-calową SureColor SC-T3400 i 36-calową SureColor SC-T5400 oraz dwa modele wydajnych drukarek atramentowych WorkForce Pro A4 RIPS: czterofunkcyjną WF-C579RDTWF i jednofunkcyjną WF-C529RDTW.

Modele SureColor SC-T3400 do ustawienia na biurku lub na stojaku i wolnostojąca SC-T5400 stanowią uzupełnienie oferty firmy w zakresie drukarek technicznych dla różnych sektorów przemysłu. Przeznaczone są m.in. dla profesjonalistów, którzy drukują rysunki CAD, projekty techniczne, architektoniczne, inżynierskie lub GIS. Jak zapewnia producent urządzeń, są one konkurencyjne cenowo, a także umożliwiają precyzyjne i powtarzalne wydruki nawet przy sporadycznym drukowaniu. Technologia weryfikacji dyszy (Nozzle Verification Technology, NVT) zapobiega błędom wydruku. Drukarki oferują ponadto możliwość drukowania bez marginesów (tylko w przypadku druku z rolki), obsługują rolki o średnicy do 170 mm, wyposażone zostały we wkłady atramentowe o dużej pojemności (110 ml i 350 ml) oraz czterokolorowy atrament UltraChrome XD2, odporny na rozmazywanie i działanie wody. Drukarki pozwalają użytkownikom na drukowanie bezprzewodowe z poziomu tabletów i smartfonów oraz z dysku USB lub innego urządzenia pamięci masowej.

Opierając się na sukcesie tegorocznych biznesowych drukarek atramentowych A4 serii WF-C5000, firma Epson ogłosiła także premierę dwóch nowych biurowych modeli

WorkForce Pro A4 RIPS (Replaceable Ink Pack System). Są to: czterofunkcyjna drukarka WF-C579RDTWF z jednonprzebiegowym skanerem dwustronnym 60 ipm z automatycznym podajnikiem oraz jednofunkcyjna drukarka WF-C529RDTW, która dzięki oprogramowaniu Epson Print Admin oferuje bezpieczne drukowanie w trybie wydruku podążającego. Obydwa modele zostały zaprojektowane z myślą o wydajności i bezpieczeństwie dokumentów. Mają unowocześniony wygląd i mniejsze gabaryty, są łatwiejsze w obsłudze oraz podnoszą wydajność w miejscu pracy i zmniejszają wpływ na środowisko dzięki niskiemu zużyciu energii i brakowi emisji ozonu. Większa trwałość przekłada się na wydłużenie cyklu pracy do 240 tys. str. w porównaniu z ich poprzednikami, które osiągały 150 tys. str.

O wysokiej wydajności urządzenia decydują kolejno: krótki czas wydruku pierwszej strony (FPOT) z trybu gotowości, wynoszący 4,8 s w czerni i 5,3 s w kolorze, prędkość drukowania do 24 str./min w kolorze i mono (prędkość ISO), wydajność atramentu do 50 tys. str. w czerni i 20 tys. str. w kolorze oraz szybkie skanowanie dwustronne (60 str./min.). Technologia atramentowa nie wymaga ciepła, więc w przeciwieństwie do drukarek laserowych nie trzeba czekać, aż urządzenie się rozgrzeje. Maksymalna pojemność tac na papier wynosi 1330 ark. Zgodność z niezależnymi producentami oprogramowania za sprawą platformy Epson Open Platform pozwala na korzystanie z rozwiązań programistycznych innych producentów, takich jak PaperCut, Nuance, YSoft. Producenci mogą również korzystać z własnych rozwiązań firmy Epson, takich jak Epson Print Admin, Document Capture Pro i Epson Device Admin.

HP dla druku biurowego

Firma HP Inc. przedstawiła nowe usługi i rozwiązania w dziedzinie inteligentnej łączności sieciowej oraz rozwiązań zabezpieczających, które pomogą przedsiębiorstwom działać elastyczniej i na większą skalę. Są to: aktualizacja firmware'u HP FutureSmart, usługa Immersive Analytics Service oraz integracja z platformami McAfee Security Information and Event Management (SIEM) i Microsoft System Center Configuration Manager (SCCM) – dostępna po raz pierwszy dla urządzeń drukujących.

HP FutureSmart 4 to nowa wersja firmware'u dla drukarek i urządzeń wielofunkcyjnych klasy Enterprise oraz MFP, zwiększająca produktywność poprzez bardziej czytelny i intuicyjny interfejs użytkownika. Aktualizacja daje nowe możliwości, w tym bezserwerowe ewidencjonowanie zadań, które pozwala drukarkom rejestrować informacje analityczne bez centralnego serwera oraz umożliwia kopiowanie wybranych ustawień druku przez USB do nowych urządzeń, co bardzo przyspiesza instalację.

Oprogramowanie HP FutureSmart 4 będzie instalowane w nowych urządzeniach HP, m.in. HP PageWide Color 755dn, PageWide Color MFP 774dn oraz PageWide Color MFP 779dn. Przejście na nową wersję jest możliwe także dla urządzeń HP z firmware'em HP FutureSmart nawet z 2012 roku.

Aby zapewnić klientom jeszcze większy arsenał środków bezpieczeństwa, firma HP oferuje integrację z platformą Microsoft SCCM. Dzięki niej działy IT mogą używać jednego narzędzia do konfigurowania zabezpieczeń drukarek obok wszystkich innych podłączonych do sieci urządzeń,

które obsługują SCCM. W celu rozszerzenia monitorowania zagrożeń, firma HP uzyskała certyfikat integracji z narzędziem SIEM McAfee Enterprise Security Manager. McAfee SIEM dostarcza dane, które pozwalają badać potencjalne złośliwe ataki na drukarki HP, określać ich priorytety oraz podejmować odpowiednie działania prewencyjne. Nowy komponent usług HP Business Intelligence, który wykorzystuje postępy HP Labs w dziedzinie wizualizacji i analityki, zapewnia klientom bardziej wnikliwy wgląd w kluczowe czynniki wpływające na ich środowisko druku. W ramach tej usługi konsultanci HP pomagają klientom szybko zidentyfikować problematyczne zachowania w celu przyspieszenia cyfryzacji, zwiększenia efektywności i ograniczenia ryzyka.

Nowe drukarki Xerox

Xerox wprowadził na rynek dwie nowe kolorowe drukarki A3, należące do rodziny VersaLink – modele C8000 i C9000. Przeznaczone są one dla średnich i dużych grup roboczych, zapewniają profesjonalną jakość barw, umożliwiają personalizację wydruków, ponadto drukarka C9000 jest wyposażona w precyzyjne narzędzia do zarządzania kolorem, większą elastyczność nośników i zwiększoną produktywność.

Obydwa urządzenia zapewniają profesjonalną jakość kolorowego obrazu dzięki zaawansowanemu tonerowi EA i wysokiej rozdzielczości druku. Dla lepszego zarządzania kolorami C9000 wykorzystuje system Xerox Precise Color Management, oferujący precyzyjne dostrajanie odcieni do wzornika Pantone i niestandardowych kolorów spotowych. C9000 obsługuje również grubsze i cięższe media, takie jak broszury, plakaty, elementy poczty bezpośredniej. Aby zautomatyzować produkcję końcową, na obu urządzeniach dostępne są finishery z funkcją zszywania broszurowego, bigowania i tworzenia broszur.

Oba modele umożliwiają łatwą instalację i konfigurację, dodatkowo 5-calowy kolorowy interfejs użytkownika, z regulowanym kątem nachylenia, podobnie jak urządzenia mobilne reaguje na dotyk oraz przesuwanie i może być spersonalizowany dla różnych środowisk pracy lub indywidualnych użytkowników. Dodatkową personalizację zapewniają aplikacje Xerox ConnectKey, dostępne w Xerox App Gallery, dające szybki i łatwy dostęp do usług w chmurze. VersaLink C8000 oraz C9000 są dostępne na całym świecie.

Pomysł Tresu na automatyzację produkcji

Firma Tresu wprowadziła na rynek cyfrowy, zautomatyzowany system pomp farbowych F10 iCon. Jest to rozwiązanie opracowane z myślą o skróceniu czasu przestoju maszyny drukującej i minimalizacji ryzyka wystąpienia błędu ludzkiego. Dostawcą systemu jest niemiecka firma Bürkert specjalizująca się w produkcji urządzeń technologii pomiarowej oraz sterującej dla cieczy i gazów.

Jako jedno z największych wyzwań stojących przed drukarzami firma Tresu wskazuje pozyskanie ustandaryzowanych, zautomatyzowanych maszyn umożliwiających prowadzenie stabilnej i wydajnej produkcji. Jest to związane z tym, że samo drukowanie jest starym rzemiosłem

i mimo ciągłego udoskonalania nowoczesnych maszyn nadal wymaga dużego nakładu pracy ręcznej. Chodzi m.in. o zmianę i uzupełnianie farb, czyszczenie i sprawdzanie ich lepkości, ciśnienia i przepływu, czyli czynności, które nadal w wielu drukarniach wykonywane są przez ludzi, a to niesie za sobą ryzyko popełnienia przez nich błędów i konieczność wstrzymywania produkcji na czas wykonywania tych czynności. W tym obszarze produkcji poligraficznej firma Tresu dopatrzyła się możliwości usprawnienia i w 2012 roku podjęła prace nad zautomatyzowanym systemem pomp farbowych kompatybilnym z każdym rodzajem maszyn drukujących.

W ich wyniku powstał system pomp umożliwiający automatyczną zmianę farb i czyszczenie, jednak był on przesadnie skomplikowany. Dlatego duński producent postanowił znaleźć kompetentnego partnera, który dopracuje system. Została nim firma Bürkert, której zawory typu on/off miały uprościć strukturę systemu. Ważne było jednak to, czy zawory te poradzą sobie z przepływem gęstych farb drukowych. W farbach na bazie wody wykorzystywane są tworzywa sztuczne, a żeby tworzywo sztuczne się rozpuściło i pozostawało w postaci płynnej, trzeba dodawać do niego środek regulujący pH w ilości pozwalającej utrzymywać jego poziom powyżej wartości 8,2. A później, kiedy pompy i zawory trzeba wyczyścić z farb, przepuszcza się przez nie środek czyszczący o jeszcze wyższym poziomie pH. Ponieważ zawory wybrane dla Tresu przez Bürkert nie były wcześniej stosowane do płynów o tak wysokiej lepkości, konieczne było przeprowadzenie wielu testów i konsultacji. Dostawca wykazał, że powinny one wytrzymać w takich warunkach aż około 35 lat pracy pod maksymalnym ciśnieniem. Po udoskonaleniu projektu przyjął on znacznie bardziej kompaktową formę – liczbę zaworów zredukowano z 25 do 14, a żeby sprostać wytycznym Tresu, zawory i resztę osprzętu zamontowano na jednym wspólnym kolektorze. Do jego budowy trzeba było użyć specjalnego tworzywa spełniającego wymagania europejskiej dyrektywy ATEX dla produktów przeznaczonych do stosowania w strefach zagrożonych wybuchem, tak aby system mógł obsługiwać także farby rozpuszczalnikowe.

Rezultatem sześcioletnich prac jest cyfrowy, zautomatyzowany system pomp farbowych wprowadzony na rynek jako F10 iCon. Firma Tresu dokonała już kilku jego wdrożeń, których najbardziej zauważalnym efektem jest wzrost produktywności drukarni. Jednemu z klientów udało się zmniejszyć przestoje aż o 30%, dzięki czemu produkuje on teraz w ciągu godziny 10 tys. m² opakowań, zamiast 7 tys. m² przed zastosowaniem systemu. W niektórych maszynach mogą pracować nawet 24 jednostki drukujące, każda z oddzielnym rodzajem farby i osobnym systemem pomp zapewniających ich cyrkulację. W przypadku ręcznej zmiany farby i czyszczenia czynności te pochłaniają około 10 min na każdą jednostkę. Według deklaracji firmy Tresu, ze zautomatyzowanym systemem F10 iCon proces ten trwa łącznie dla wszystkich jednostek od 5 do 10 min.

Coraz szybsze i większe plotery Summa F

Użytkownicy stołowych ploterów tnąco-frezujących serii F otrzymali upgrade F-Performance. Nowy tryb pracy

zwiększa wydajność urządzenia tego belgijskiego producenta nawet o 40% dzięki szybszym ruchom głowicy tnącej w górę i w dół oraz ruchom obrotowym. Przyspieszenie ma największy wpływ na narzędzia tnące typu Kiss-Cut, używane do wycinania etykiet bez przecięcia papieru podkładowego.

Obecnie w skład serii F wchodzi cztery modele: F1612, F1330, F1832 i F2630, dodatkowo w 1. kwartale 2019 roku na rynku pojawią się dwa nowe modele, w tym F3232 – wyróżniający się rozmiarem. Będzie on miał obszar roboczy o szerokości 327 cm (materiał 332 cm) i długości 320 cm. Będzie podzielony na 14 niezależnych stref podsysu, które można będzie niezależnie aktywować i deaktywować. Za podsysty będą odpowiadać dwie zewnętrzne pompy. Tryb tandemowy w ploterze Summa F3232 dzieli stół na dwie strefy (przód i tył). Kiedy cięcie zakończy się na jednej strefie i przeniesie się na drugą, wycięty materiał można zdjąć i załadować kolejny do cięcia, itd. Nowy, większy model pozwoli ciąć i obrabiać popularne formaty płyt 3 × 2 m, całe rollupy i flagi, banery, tekstylia i inne. Dzięki wielonarzędziowej głowicy w nowym F3232 można zainstalować wszystkie moduły dostępne dla urządzeń Summa F. W standardowej konfiguracji ploter jest wyposażony w moduł noża wleczanego, moduł ADC (funkcja automatycznej kontroli głębokości), kamerę (optyczny system rozpoznawania znaczników i ramek cięcia), oprogramowanie i system bezpieczeństwa użytkownika.

Plotery Summa znajdują zastosowanie w wielu branżach: od poligrafii przez reklamę po różnego rodzaju produkcję. Zestaw oferowanych narzędzi pozwala tym maszynom na dopasowanie się do potrzeb konkretnego zadania. Dodatkowe moduły można wybrać w dowolnym momencie. Na wielofunkcyjnej głowicy można zamontować trzy różne narzędzia. Po zamontowaniu system automatycznie rozpoznaje typ zamontowanego podzespołu. W centralnej części głowicy znajduje się laserowy wskaźnik ułatwiający pozycjonowanie i określanie rozmiaru materiału. Dodatkowo zainstalowana kamera pozwala na szybkie i dokładne odczytanie znaczników OPOS (cięcia konturowego). Plotery wyposażone są też w optyczny system rozpoznawania różnych znaczników cięcia oraz cięcia formatek na podstawie ramek. Dzięki zróżnicowanemu systemowi prowadzenia mediów możliwe jest skuteczne cięcie materiałów z roli, arkusza czy w postaci płyt (np. formatki PCV). Obszar roboczy stołu jest dostosowany do długich nośników i wynosi w zależności od modelu: 120 × 160, 129 × 305, 184 × 320 i 265 × 305 cm. Pneumatycznie napędzane łąpy przytrzymują materiał w trakcie obróbki. System przewijanego stołu „conveyor” pozwala na przesuwanie materiału znacznie dłuższego niż wymiar stołu. Zestaw kołnierzy prowadzących rolę pozwala na precyzyjne prowadzenie materiałów rozwijanych z rolki. Akceleracja głowicy sięga 1 G. Dzięki systemowi rozpoznawania narzędzi ploter ustawia właściwe parametry zaraz po zainstalowaniu narzędzia.

Moduł noża aktywnego oferuje siłę nacisku do 12 kg, a dokładność cięcia wynosi 0,05 mm. Nóż tnący poradzi sobie z cięciem wymagających materiałów dostępnych w postaci roli. Nóż odcinający z pojedynczym ostrzem przetnie także folię samoprzylepną, cienki karton, teksturę. Z kolei nóż odcinający z podwójnym ostrzem pozwala na cięcie np. folii magnetycznych i tekstyliów. Ploter umożliwia cięcie tekstury falistej, płyt kompozytowych z powle-

eniem aluminiowym czy płyt kanalikowych, a także folii odbłaskowych stosowanych w drogownictwie. Nóż typu heavy-duty poradzi sobie z najgrubszymi materiałami, może realizować obróbkę np. płyt z tworzyw sztucznych oraz wykładzin czy dywanów. Wreszcie elektroniczny nóż oscylacyjny jest przeznaczony do cięcia tekstury falistej i płyt piankowych. Różnorodne narzędzia bigujące pozwalają na obróbkę rozmaitych kartonów. Moduł noża wleczanego pozwala na szybkie nanoszenie opisów i cięcie mediów; siła nacisku noża wynosi maksymalnie 600 g. Wydajna pompa podciśnieniowa wyposażona jest w tłumik. Utrzymuje ona materiał w czasie pracy plotera. Dodatkowo, poprzez nadmuchiwanie powietrza pod materiał, ładowanie i ustawianie mediów jest łatwe – automatycznie dopasowujący się zawór tworzy podciśnienie na zadanej szerokości.

Standardowo dostarczany oprogramowaniem z ploterami Summa jest Axis Control. Pozwala ono w pełni kontrolować parametry urządzenia. Zoptymalizowany system ekranu dotykowego daje możliwość szybkich zmian parametrów pracy plotera. Dodatkowo maszyna wyposażona jest w pilota. SummaFlex to aplikacja pozwalająca na przygotowanie projektu, post-processing oraz import gotowych plików. Obsługiwane są najpopularniejsze formaty z AutoCAD, Adobe Illustrator, CorelDRAW. Program umożliwia płynne włączenie plotera F-Class do już istniejącej infrastruktury sprzętu i oprogramowania w pracowni. Po ustaleniu i zaplanowaniu zadań, system makropoleceń wykona pracę w sposób automatyczny. SummaFlex Pro oferuje także możliwość współpracy z kamerą do rozpoznawania znaczników – systemu OPOS-CAM.

Plotery mają również zamontowany zestaw bezpieczeństwa: laserowe „ogrodzenie” zabezpiecza maszynę i przestrzeń wokół niej, w czasie gdy pracuje z pełną mocą, zaś po przekroczeniu bariery przełącza się na tryb bezpieczny.

Omet optymalizuje maszynę klientów

Włoska firma Omet oferuje swoim klientom „szyte na miarę” rozwiązania, które mają na celu optymalizację pracy ich maszyn drukujących pod kątem ich specyficznych wymagań i uwarunkowań. Przykładem takiego rozwiązania jest możliwość umieszczenia modułu sitodruku rotacyjnego na specjalnej szynie zamiast bezpośrednio jako osobnej stacji drukującej. Jest to rozwiązanie adresowane do drukarni etykietowych, które zajmują się produkcją wyszukanych etykiet wymagających użycia wielu kolorów i dodatkowego modułu sitodruku jako osobnej stacji maszyny drukującej. Umieszczając taki moduł na szynie można wygospodarować dodatkowe miejsce np. na kolejną stację druku fleksograficznego. Firma Omet opisuje to rozwiązanie jako formę optymalizacji wykorzystania powierzchni produkcyjnej pod względem wysokości, a nie długości maszyny.

Zamontowana na szynie stacja sitodruku jest całkowicie niezależna, zarówno pod względem elektronicznym, jak i mechanicznym. Ma chłodzony cylinder dociskowy i lampę UV. Konstrukcja szyny opracowanej przez Omet umożliwia ustawianie stacji sitodruku w różnych miejscach na maszynie – przed lub za poszczególnymi modułami wykańczania.

Nowa głowica drukująca Seiko

Firma Seiko Instruments GmbH wprowadza na rynek nową głowicę drukującą 1024HG-L, przeznaczoną głównie do zastosowań związanych z kodowaniem i znakowaniem. Według producenta jednocześnie drukowanie dwóch kolorów przy jej użyciu istotnie zwiększa wydajność druku.

Dzięki rozdzielczości dysz 180 dpi w dwóch kolorach i 360 dpi w przypadku druku w jednym kolorze głowica umożliwia druk zarówno atramentami UV, jak również tuszami olejowymi i rozpuszczalnikowymi.

System Koch Pac do druku pojedynczych blistrów

Firma Koch Pac-Systeme wprowadza na rynek system do produkcji blistrów, umożliwiający pełną personalizację ich zadruku. System KBS-PL można bowiem doposażyć w atramentową drukarkę Omega Pro UV firmy Atlantic Zeiser.

„Użytkownicy naszych maszyn oczywiście mogli dotychczas drukować na blistrach zmienne dane, np. nanosząc numery seryjne. Jednak nowa jednostka drukująca od Atlantic Zeiser otwiera przed nimi zupełnie nowe perspektywy, pozwala bowiem w pełni zindywidualizować, w kolorze, całą powierzchnię jednej strony blistra” – mówi Jürgen Welker, dyrektor działu automatyzacji i technologii w firmie Koch Pac-Systeme. Drukarka Omega Pro UV firmy Atlantic Zeiser, stanowiąca element wyposażenia systemu KBS-PL, jest urządzeniem drukującym czterema kolorami w rozdzielczości 600 dpi. Takie parametry pozwalają jej drukować również bardzo małe detale, np. napisy wykonane czcionką w rozmiarze 3. Omega Pro UV ma też funkcję automatycznego czyszczenia głowic. Nowe rozwiązanie zostało zaprezentowane na tegorocznych targach Fachpack.

OKI zwiększa wydajność ploterów ekosolwentowych

OKI Europe uruchomiło bazę danych (Media Profiles) dla użytkowników ploterów z serii ColorPainter z ponad 14 tys. profilami nośników, zapewniając zarejestrowanym użytkownikom szybki i bezpłatny dostęp do dokładnych ustawień zarządzania mediami i kolorem, otwierając w ten sposób nowe możliwości uzyskania przychodu dla firm z branży graphic arts i kreatywnych organizacji.

Opracowana przez OKI we współpracy z producentami podłoży do druku platforma umożliwia pobranie nieograniczonej ilości profili, co znacznie skraca czas i koszty handlowców, dystrybutorów i użytkowników biznesowych, eliminując potrzebę tworzenia nowych, niestandardowych profili. Oprócz aktualnego portfolio ploterów ekosolwentowych ColorPainter profile nośników są również dostępne do starszych urządzeń i różnego oprogramowania RIP, łącznie z ONYX i Caldera. Zarejestrowani użytkownicy mogą utworzyć konto, w ramach którego uzyskują możliwość zarządzania kolejką pobrań dla wybranych profili nośników i mogą przeglądać historię pobrań dla powtarzających się zadań. Łatwa w obsłudze funkcja wyszukiwania sprawia, że poruszanie się po obszernej

platformie i znalezienie odpowiedniego profilu do konkretnego zadania wydruku jest bardzo łatwe. Platforma zawiera aktualnie ponad 14 tys. profili nośników, zasób ten będzie bezpłatnie aktualizowany o nowe profile, które będą zawierać różne typy mediów.

Seria ploterów ColorPainter jest przeznaczona do drukowania profesjonalnych materiałów umieszczanych zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz, dzięki wykorzystaniu ekosolwentowych tuszów. Została ona specjalnie zaprojektowana, aby przezwyciężyć powszechne bariery w zakresie ochrony środowiska, bariery jakościowe i ograniczenia elastyczności w zakresie doboru odpowiedniego nośnika, umożliwiając firmom tworzenie takich produktów, jak banery, billboardy i plakaty, tekstylia techniczne, okleiny na samochody i budynki, podświetlane oznakowania i grafiki podłogowe. Za ich pomocą można tworzyć wiele aplikacji do dekoracji wnętrz, takich jak tapety, repliki obrazów olejnych, wydruki zdjęć, rolety okienne. Na portfolio ploterów z tej serii składają się modele: ColorPainter H3-104s, ColorPainter M-64s oraz ColorPainter E-64s.

NiceLabel modernizuje proces etykietowania

NiceLabel, producent oprogramowania do projektowania etykiet i systemów zarządzania etykietami, wprowadził na rynek pierwszy na świecie system zarządzania etykietami oparty na chmurze publicznej. Umożliwia on firmom szybką cyfryzację procesów etykietowania w fabrykach i magazynach.

Label Cloud stanowi rozwiązanie typu software-as-a-service (oprogramowanie jako usługa, SaaS), oparte na systemie NiceLabel Label Management System. Przeznaczone jest do etykietowania podczas produkcji, prezentowania informacji o alergenach i wartościach odżywczych, do przeklejania metek na ubraniach i elementach odzieży. Rozwiązanie to umożliwia centralne zarządzanie projektowaniem etykiet, dokumentacją o produkcie i kontrolą jakości. Oddziały, dostawcy i partnerzy mają dostęp do wszystkich informacji w chmurze i są w stanie drukować swoje własne etykiety lokalnie. Zapewnia to użytkownikom oszczędność kosztów (brak potrzeby inwestowania w infrastrukturę IT), łatwość stosowania (nie są konieczne zasoby IT do projektowania oraz implementowania etykiet) oraz większą elastyczność i krótszy czas wprowadzania na rynek. Cyfrowo zapewniana jakość eliminuje proces ręcznej kontroli jakości, niweluje konieczność i koszt pracy, a w efekcie również minimalizuje ryzyko błędów.

Środowisko Label Cloud nie wymaga instalacji – jest łatwe w konfiguracji, oparte o sprawdzoną platformę usług w chmurze Microsoft Azure, a interfejsy API dają możliwość integracji z innymi systemami działającymi w chmurze lub typu on-premise, np. ERP czy MES.

Równoległe z wprowadzeniem usługi Label Cloud firma zapowiada także istotne aktualizacje rozwiązań dostępnych stacjonarnie (ang. on-premise). Aktualizacje pozwolą na usprawnienie wydajności drukowania i wprowadzą nowe elementy pozwalające na ograniczenie wsparcia IT oraz na dalsze uproszczenie procesu zapewnienia jakości. Label Cloud i zaktualizowany system zarządzania etykietami NiceLabel są już dostępne pod adresem www.nicelabel.com.

Większe możliwości HP Jet Fusion 3D

Firma HP ogłosiła nowe i rozbudowane instalacje swoich rozwiązań drukujących Jet Fusion 3D, aby sprostać rosnącemu światowemu zapotrzebowaniu na produkowane seryjnie części wytwarzane w technologii druku 3D.

Z rozwiązań HP korzystają liderzy przemysłu motoryzacyjnego, tacy jak BMW Group czy Volkswagen Group, którzy drukują wybrane części do modeli BMW i8 Roadster oraz VW T-Cross przy użyciu HP Jet Fusion 3D. VW wykorzystuje zarówno technologie tworzyw sztucznych, jak i metali (HP Metal Jet). HP kontynuuje jednocześnie współpracę z firmą Autodesk. W jej wyniku powstał program Autodesk Fusion 360 – zintegrowany z HP Multi Jet Fusion, umożliwiający szybsze i bardziej kreatywne cykle projektowania od prototypowania do produkcji. Na potrzeby produkcji seryjnej firma HP pracuje nad globalną ekspansją druku 3D, rozszerzając możliwości technologii Multi Jet Fusion. Koncern ściśle współpracuje z nowymi i obecnymi partnerami w zakresie produkcji cyfrowej na całym świecie, są to m.in. chiński RecTech 3D i amerykański Forecast 3D. Nowe możliwości zaprezentowano podczas targów formnext 2018 we Frankfurcie, które odbyły się w dniach 13–16 listopada br.

Royal DSM pomaga w symulacji druku 3D

Holenderska firma Royal DSM stworzyła cztery wirtualne odpowiedniki swoich filamentów dla stworzonego przez e-Xstream programu Digimat-AM, służącego do przeprowadzania symulacji procesu drukowania przestrzennego. Tego rodzaju symulacja ma umożliwiać tworzenie przestrzennie drukowanych elementów o odpowiednich parametrach wytrzymałościowych bez konieczności wielokrotnego prototypowania metodą prób i błędów.

Wirtualne odpowiedniki filamentów Royal DSM mają pojawić się w wersji 2019.0 programu Digimat-AM, w której będzie można je wykorzystywać do przeprowadzania symulacji druku przestrzennego metodą FFF (ang. Fused Filament Fabrication) i obliczania wytrzymałości wykonanych z nich wydruków. Baza danych programu Digimat-AM zostanie rozszerzona o następujące materiały od Royal DSM: poliamidowy filament Novamid ID 1030; wzmocniony jednoprocetową domieszką włókna węglowego filament Novamid ID 1030-CF10 o podwyższonej odporności na wysoką temperaturę (do 180°C); filament Novamid ID 1070, który charakteryzuje się wysoką sztywnością i stopniem krystaliczności; oraz Arnite ID 3040 – plastik o temperaturze topnienia wynoszącej 255°C, rekomendowany dla elementów wykorzystywanych np. w motoryzacji czy elektronice.

Uprozczone planowanie z PrintJobManager

Na początku listopada amerykańska firma Aleyant udostępniła nową wersję swojego oprogramowania PrintJobManager. Wersja 2.0 ma większe możliwości integracji

z oprogramowaniem Web2Print Pressero firmy Aleyant, nowością jest także funkcja uproszczonego planowania.

„Pracując nad rozwojem PrintJobManagera staramy się brać pod uwagę opinie naszych klientów i dopasowywać program do obowiązujących w tej branży trendów”, wyjaśnia Trent Foreman, menedżer produktu w firmie Aleyant. „Klienci mogą teraz wyświetlać informacje o danym zleceniu i pozostałej ilości zasobów, co ma ułatwić inteligentne planowanie produkcji. Poprzez podgląd można uzyskać dostęp do szczegółowych danych poszczególnych zleceń, takich jak termin realizacji, przewidywany czas wydruku czy informacje o kliencie. Zlecenia można segregować na różne sposoby, np. wyróżniając te o wyższym priorytecie”, dodaje przedstawiciel amerykańskiej firmy.

Nowa generacja oprogramowania OneVision

Głównym celem, który przyświecał twórcom najnowszych wersji oprogramowania OneVision, było zwiększenie stopnia automatyzacji produkcji poligraficznej, począwszy od fazy prepress i przygotowania plików, aż po sam druk i wykańczanie. Wśród nowości wprowadzonych w wersjach 18.2 programów Workspace, Asura i Amendo wymienić można m.in. obsługę technologii XPath, czyli języka służącego do adresowania części dokumentów XML, wstępne konfiguracje linii produkcyjnych oraz możliwość konwertowania całych stron na obrazy.

Firma OneVision poddała aktualizacji oprogramowanie Workspace, którego zadaniem jest automatyzacja przepływu pracy w skomplikowanych systemach z podziałem etapowym. Dzięki obsłudze języka Xpath umożliwia ono nadpisywanie ustawień poszczególnych modułów systemu workflow w czasie rzeczywistym, korzystając z odczytów ich parametrów pracy. Ma to ułatwiać dostosowywanie systemu do wymagań poszczególnych prac.

Od jesieni dostępny jest także program Asura w wersji 18.2, służący do przygotowywania i optymalizacji plików do druku. W jego najnowszej wersji wprowadzono funkcję konwersji stron zawierających duże ilości odrębnych elementów graficznych na zwykłe obrazy, dzięki czemu ich przetwarzanie ma być odczuwalnie szybsze. Usprawniono także działanie funkcji związanych z nestingiem i drukowaniem kodów kreskowych.

Przeznaczony do optymalizacji plików graficznych program Amendo otrzymał natomiast wstępnie skonfigurowane profile ustawień dla różnych środowisk produkcyjnych. Jest to funkcja adresowana głównie dla wydawców czasopism, którzy w ramach jednego środowiska tworzą kilka tytułów. W najnowszej wersji Amendo ma umożliwiać dostosowywanie plików graficznych na potrzeby różnych rodzajów prac poprzez korygowanie blasku, jasności, ostrości, kontrastu i szumów obrazów.

MATERIAŁY

Nowy tusz Linx do druku na szklanych butelkach

Firma Linx Printing Technologies, dostarczająca urządzenia i materiały do kodowania i znakowania produktów, wpro-

wadziła na rynek nowy atrament Linx Black 1068 do druku na szkło, umożliwiający ponowne użycie szklanych butelek.

Dzięki użyciu nowego tuszu do nadrukowania kodów serii i dat butelki można ponownie wykorzystywać – atrament jest zmywany, co umożliwia ponowny zadruk i wprowadzenie na rynek napełnionych butelek. Jak twierdzi producent, atrament Linx Black 1068 zapewnia wyraźne i trwałe kodowanie na szkło, także w butelkach z zimnym napojem i w wilgotnym środowisku. Na jakość zadruku nie wpływa proces pasteryzacji, zanurzenie w lodowatej wodzie, przechowywanie butelek w magazynie lub w lodówce przez dłuższy czas. Ma to niewątpliwie korzyści dla środowiska, jest także odpowiedzią na oczekiwania klientów coraz częściej wykazujących postawy proekologiczne.

Firma Linx zmodernizowała również swoje drukarki serii 8900 Continuous Ink Jet (CIJ). Dodano nowe oprogramowanie, które umożliwia instalowanie kolejnych aplikacji. Prędkość drukowania wzrosła blisko o 33% i wynosi nawet do 440 m/min. Możliwe też jest wyraźne zadrukowanie z odległości 40 mm, nawet gdy głowica drukująca nie może zbliżyć się do kodowanego obiektu, co znajduje zastosowanie w kodowaniu na wyłoczeniach i produktach o nieregularnych kształtach. Dodano także nową funkcję ułatwiającą szybszą zmianę danych bez konieczności ręcznego ich edytowania – wystarczy, że operator wybierze odpowiednią informację, np. datę ważności, ze wstępnie zdefiniowanego zakresu dat.

MIX NEWS

Kodak sprzedaje oddział fleksografii

Firma Eastman Kodak nawiązała wiążące porozumienie dotyczące sprzedaży jej oddziału zajmującego się rozwiązaniami do produkcji opakowań w technice fleksograficznej (Flexographic Packaging Division) firmie Montagu. Po zakończeniu transakcji, co powinno nastąpić w pierwszej połowie przyszłego roku, oddział ten będzie funkcjonował jako samodzielna firma zajmująca się rozwijaniem, produkcją i sprzedażą produktów Kodaka przeznaczonych dla branży opakowań i etykiet.

Pomimo zmiany właściciela oddział Flexographic Packaging zachowa swoją strukturę organizacyjną i zespół zarządzający. Stanowisko CEO nowego podmiotu obejmie Chris Payne, który przez ostatnie trzy lata zarządzał oddziałem jako prezes Kodak Flexographic Packaging Division. Firma Kodak może zarobić na transakcji nawet 390 mln dol. Na tę wartość składa się podstawa ceny odkupu wynosząca 340 mln dol. (może ulec zmianie na kolejnych etapach negocjacji), udział w zyskach w okresie do 2020 roku mogący osiągnąć nawet 35 mln dol. oraz 15 mln dol. przedpłaty, którą Montagu zapłaci Kodakowi na poczet przyszłych usług i produktów. Pieniądze uzyskane ze sprzedaży oddziału fleksografii Kodak zamierza przeznaczyć na spłatę bieżących zobowiązań.

Ricoh kupuje ColorGATE i Rechenzentrum Schulte

Firma Ricoh ogłosiła, że osiągnięto porozumienie w sprawie zakupu przez nią ColorGate Digital Output Solutions

GmbH, niemieckiego dostawcy profesjonalnego oprogramowania wykorzystywanego w druku przemysłowym i wielkoformatowym. Przeniesienie akcji nastąpiło z końcem listopada br. Funkcję CEO firmy będzie nadal pełnił jej współzałożyciel Thomas Kirschner. Przejęcie ma na celu wzmocnienie rosnącej pozycji Ricoh w branży druku przemysłowego i jest jednym z elementów strategii rozwoju koncernu. Peter Williams, wiceprezes i dyrektor generalny działu drukowania i druku przemysłowego Ricoh, powiedział: „Dzięki połączeniu opatentowanej technologii oprogramowania ColorGATE z naszymi własnymi drukarkami przemysłowymi będziemy w stanie dostarczać rozwiązania obejmujące cały proces drukowania od prepressu do postpressu. Firma ColorGATE zyska rozszerzenie działalności w zakresie druku przemysłowego i globalną obecność, a my wspólnie będziemy w stanie wspierać naszych klientów, aby przyspieszyć przejście z produkcji opartej na technologii analogowej na cyfrową”.

Niemiecki oddział koncernu Ricoh przejął także Rechenzentrum Schulte GmbH (RZS). Ta założona w 1971 roku w Aslar firma jest dostawcą usług druku komercyjnego. Specjalizuje się w produkcji i przetwarzaniu dokumentów transakcyjnych. Rechenzentrum Schulte oferuje kompleksowe usługi obejmujące cały proces zarządzania danymi, produkcji, konfekcjonowania i dystrybucji dokumentów. „Ta transakcja pozwoli nam zwiększyć nasze możliwości w zakresie usług związanych z drukiem transakcyjnym” – mówi Yoshihiko (Yoshi) Sasaki, Director Corporate Strategy Planning w Ricoh Germany.

Cellutech częścią Stora Enso

Stora Enso, dostawca rozwiązań w zakresie opakowań, biomateriałów, konstrukcji drewnianych i papieru, przejęła szwedzką firmę Cellutech AB, która specjalizuje się w opracowywaniu nowych materiałów na bazie celulozy, mikrowłókniściej celulozy (MFC) i innych składników drewnopochodnych.

Cellutech działa m.in. w obszarze pianek do opakowań i hydroponiki. Pianki celulozowe są ekologiczną alternatywą dla takich tworzyw sztucznych jak polistyreny, używane do produkcji opakowań. Założony w 2013 roku Cellutech to niewielki zespół naukowców, który działa jako łącznik między środowiskiem akademickim a przemysłem. Bazując na badaniach opracowanych w firmach SweTree Technologies i Wallenberg Wood Science Center oraz swoich, tworzy komercyjne technologie i produkty. Przejęcie firmy Cellutech wspiera wizję Stora Enso polegającą na zastąpieniu materiałów kopalnych materiałami odnawialnymi pochodzącymi z drewna.

Dwie nowe inwestycje Metsä Board

Metsä Board – spółka należąca do Metsä Group – w odpowiedzi na rosnący popyt rozpoczęła montaż nowej linii do przekrawania na arkusze w swoim zakładzie produkcji tektury w Äänekoski. Inwestycja warta 11 mln euro obejmuje także dodatkową automatyzację zainstalowanych przekrawaczy oraz urządzenia do transportu i przechowywania zwojów. Nowa linia do przekrawania na arkusze zostanie zainstalowana w już działającej krajalni, a jej uruchomienie jest planowane na wrzesień 2019 roku. Spodziewany jest dzięki niej wzrost rocznej wydajności krajalni o 35 tys. ton – do łącznej wartości 120 tys. ton.

Metsä Board chce także zwiększyć potencjał produkcyjny w swojej celulozowni w Kaskinen, inwestując w drugą linię belowania. Uzupełniając wcześniejsze zmiany procesu technologicznego i wytwarzanego produktu, inwestycja ta umożliwi zwiększenie ilości wytwarzanej masy chemotermomechanicznej bielonej (BCTMP), zapewni stabilną jakość i niezawodność produkcji. Linia została uruchomiona z początkiem grudnia br. Wartość inwestycji wyniosła 6 mln euro. Przewidywany jest wzrost produkcji o 30 tys. ton i osiągnięcie poziomu 370 tys. ton, co pomoże zakładowi reagować na rosnące zapotrzebowanie. Produkowana w Kaskinen masa BCTMP jest wykorzystywana do produkcji tektury litej Metsä Board oraz sprzedawana na rynku. Zastosowanie masy BCTMP o wysokiej jakości umożliwia uzyskanie tektury litej o pożądanych parametrach, takich jak niska gramatura.

QuadGraphics przejmie LSC Communications

Przedstawiciele QuadGraphics poinformowali o zamiarze kupna firmy LSC Communications. Fuzja ma na celu stworzenie jednego podmiotu oferującego wydawcom książek, czasopism i katalogów o dużych nakładach skonsolidowaną ofertę, stałą jakość i ceny oraz krótki czas wprowadzania produktu na rynek.

„Formuła Quad 3.0 to strategia tworzenia większej wartości dzięki wykorzystaniu zintegrowanej oferty rozwiązań marketingowych, która zapewni naszym klientom oszczędność kosztów i czasu. Oczekiwana korzyść z połączenia firm to oszczędność rzędu 135 mln dol. w ciągu dwóch lat” – powiedział Joel Quadracci, dyrektor zarządzający QuadGraphics.

LSC Communications przed dwoma laty wyodrębniła się ze struktury RR Donnelley i obecnie zatrudnia około 22 tys. pracowników w 46 fabrykach w USA i Meksyku, generując obroty rzędu niemal 4 mld dol. rocznie. Oddziały QuadGraphics zlokalizowane są w większości w Ameryce Północnej, w Europie na terenie Polski działa też filia Quad Winkowski. Przewidywany czas finalizacji transakcji to połowa 2019 roku. Dokładny termin zależy od uzyskania akceptacji organów regulacyjnych.

Zanders w rękach nowego właściciela

Z dniem 1 grudnia 2018 roku produkująca specjalistyczne papiery i kartony firma Zanders została przejęta przez spółkę Zanders-Paper GmbH, kierowaną przez norweskiego biznesmena Terje Haglunda. Postępowanie upadłościowe rozpoczęło się latem, w wyniku negocjacji podjęto decyzje zabezpieczające kontynuację działalności produkcyjnej przedsiębiorstwa w zakładach usytuowanych w niemieckim Bergisch Gladbach.

Dr Marc d'Avoine, zarządca masy upadłościowej w Zanders, ogłosił, że negocjacje zakończyły się sukcesem, a Terje Haglund i jego zespół wkrótce przedstawią się publicznie: „Cieszymy się, że przejęcie zostanie dokonane przez specjalistów działających z sukcesami w branży papierniczej. Dzięki wspólnemu know-how istnieją bardzo dobre warunki dla zabezpieczenia produkcji papieru w Ber-

gisch Gladbach na długi czas”. W wyniku zmiany właściciela zmieni się organizacja pracy w zakładzie produkcyjnym – w zakładach będzie zatrudnionych około 300 spośród obecnych pracowników, zaś około 150 osób musi opuścić firmę. Otrzymają oni znaczną część wynagrodzenia przez kolejnych 7 miesięcy oraz pomoc w znalezieniu nowej pracy.

FINAT przyjmuje zgłoszenia do #LABELicious

Od 15 stycznia do 15 maja 2019 roku można zgłaszać swój udział w międzynarodowym konkursie #LABELicious, którego organizatorem jest stowarzyszenie FINAT, łączące producentów etykiet samoprzylepnych oraz dostawców powiązanych produktów i usług. Celem inicjatywy jest zaprezentowanie branży etykiet jako istotnego czynnika sukcesu marek, a przede wszystkim przekonanie młodych talentów, że praca w niej jest atrakcyjna.

Konkurs towarzyszy obchodom 60-lecia działalności organizacji i jest skierowany do studentów i młodych profesjonalistów w wieku 18–25 lat, ma umożliwić im rozwój kariery. Uczestnicy mogą przysłać swoje pomysły i koncepcje etykiet poprzez stronę www.labelicious.eu. Przez cały okres trwania konkursu #LABELicious organizatorzy będą publikować tam materiały edukacyjne i inne pomocne treści dla młodych profesjonalistów. Dzięki wsparciu ze strony partnerów konkursu międzynarodowy zwycięzca w każdej kategorii odbędzie tygodniowe praktyki branżowe i odwiedzi targi Labelexpo 2019 w Brukseli, gdzie odbędzie się rozdanie nagród. Otrzyma również nagrodę finansową.

Konkurs podzielono na trzy kategorie, a każda z nich uwzględni istotne kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem. Pierwsza z nich, dotycząca wizerunku marki, ma wyłonić projekt etykiet, które zarówno pod względem wizualnym, konstrukcyjnym, jak i funkcjonalnym będą stanowić rozwiązania nowej generacji. Praca powinna wykazać, jak etykiety z elementami wizualnymi marki mogą zapewnić w 2025 roku pozytywny odbiór klientów, przewagę konkurencyjną oraz wartość dodaną dla marki z określonej kategorii produktów. Druga kategoria to pomysły/inteligentne/wielofunkcyjne etykiety – zwycięży w niej praca oparta na nowatorskiej, a zarazem realistycznej analizie biznesowej na rok 2025, która będzie dotyczyć zintegrowania rozwiązań technologicznych w produkcji etykiet markowych/funkcjonalnych w taki sposób, aby poprawić wrażenia klientów końcowych. Praca powinna wykazać, jak wybrana technologia przetwarzania etykiet zwiększa ich wartość dzięki nowym właściwościom, metodom produkcji lub innowacjom technologicznym wykraczającym poza elementy wizualne marki. W ostatniej kategorii, dotyczącej zrównoważonego rozwoju, organizatorzy zachęcają do prezentacji nowych podejść, dzięki którym procesy związane z etykietowaniem produktów będą bardziej ekologiczne. Praca powinna wykazać, jak w 2025 roku nowe podejście do projektowania, produkcji i stosowania etykiet może zapewnić lepsze wyniki w zakresie zrównoważonego rozwoju.

„Wyniki naszej corocznej ankiety branżowej pokazują, że w ostatnich latach nasz sektor miał coraz większe problemy z przyciąganiem młodych talentów. Europejska branża etykiet rzuca wyzwanie talentom nowego pokolenia –

mamy nadzieję, że ich nowatorskie pomysły będą dla nas równie inspirujące co dla nich ten konkurs” – mówi Jules Lejeune, dyrektor zarządzający FINAT.

Konkurs Roland Heroes 2018

Do 31 grudnia 2018 roku można zgłaszać udział w konkursie firmy Roland DG na najciekawsze historie użytkowników maszyn tej marki z całego regionu EMEA. Zwycięzcy otrzymają tytuł Roland Hero 2018, w puli nagród są trzy ekskluzywne wycieczki.

Konkurs ma na celu promowanie przedsiębiorczości, kreatywności i pasji wszystkich osób i firm związanych z marką Roland, które np. przekształciły swoje hobby w biznes, znalazły zastosowanie urządzeń przy tworzeniu nietypowych lub innowacyjnych produktów, bardzo szybko odniosły sukces lub przekazywały swoją działalność przez kilka pokoleń, a także np. pracowały w wyjątkowych lokalizacjach, przekazały darowizny na cele dobroczynne lub zrobiły inną wyjątkową rzecz.

Członkami jury konkursu są: Christian Duyckaerts, prezes FESPA, Beth Kempton, bestsellerowa autorka i wielokrotnie nagradzany przedsiębiorca, oraz Gillian Montanaro, dyrektor ds. marketingu w Roland DG EMEA. Bliższe informacje, regulamin oraz dotychczas przesłane historie z wielu branż i krajów znajdują się na stronie internetowej www.rolandhero.com. Osoby zainteresowane mogą do końca roku za jej pośrednictwem przesyłać historie swoich bohaterów. Ogłoszenie wyników konkursu nastąpi w styczniu.

Arctic Paper z tytułem „Top Marka 2018”

Wtegorocznej edycji konkursu „Top Marka 2018”, organizowanego przez magazyn „Press” pierwsze miejsce w kategorii producentów papieru zdobyła firma Arctic Paper.

Konkurs obejmuje łącznie 500 marek w 50 branżach i opiera się na szeroko zakrojonym badaniu aktywności mediowej w ciągu roku. Badanie obejmuje analizę obecności medialnej zarówno w ujęciu ilościowym, jak i jakościowym, obejmującym impakt, wydźwięk i zasięg.

„Jesteśmy bardzo dumni z otrzymania tej nagrody i znalezienia się w gronie najsilniejszych marek w Polsce. To potwierdzenie skuteczności naszej pracy nad budowaniem mocnych marek, co jest dla nas ważnym celem strategicznym” – mówi Michał Sawka, wiceprezes wykonawczy ds. sprzedaży w Arctic Paper.

Xerox liderem w raporcie Quocirca

Xerox po raz dziewiąty z rzędu został liderem światowego rankingu dostawców usług zarządzania drukiem (MPS), organizowanego przez agencję Quocirca. Technologia Xerox ConnectKey łączy świat realny i cyfrowy oraz przekształca tradycyjne urządzenia drukujące w „inteligentnych asystentów”. Personalizowane, zautomatyzowane przepływy pracy, błyskawiczny dostęp do chmury, mobilność, dostosowane aplikacje i wielowarstwowe funkcje zabez-

pieczeń pomagają zwiększyć produktywność, wydajność oraz bezpieczeństwo informacji.

Oferta MPS firmy Xerox została zaprojektowana z myślą o potrzebach zarówno małych, jak i dużych firm przechodzących z obiegu papierowego na cyfrowy. Platforma DocuShare stanowi istotny element nowoczesnego biura, oferując pracę mobilną, intuicyjne zarządzanie danymi i automatyzację czasochłonnych procesów. W zakresie istotnego dla oferty MPS bezpieczeństwa dokumentów i danych, Xerox według raportu Quocirca oferuje zestaw kluczowych usług i zabezpieczeń, takich jak usługi oceny, opracowywania polityki bezpieczeństwa, zgodności środków zaradczych oraz analityki użytkownika, audytu i śledzenia.

Navigator podnosi ceny papieru

Firma Navigator, producent papierów biurowych, ogłosiła, że od połowy stycznia 2019 roku zwiększy ceny o 4–6%. Dotyczy to wszystkich produktów firmy dystrybuowanych na wszystkich europejskich rynkach. Decyzja została podjęta w wyniku ciągłego zwiększania kosztów produkcji firmy.

Navigator sprzedaje swoje produkty do 130 krajów na pięciu kontynentach, pod własnymi markami – Navigator, Pioneer, Inacopia, Discovery, Soporset i Inaset.

Jednolite stawki VAT na książki i prasę

Jak podaje portal wirtualnemediamedia.pl, 9 listopada br. Ministerstwo Finansów opublikowało projekt nowelizacji ustawy o podatku VAT. Zgodnie z zawartymi w niej zapisami od przyszłego roku zostanie obniżony VAT na e-booki i e-prasę oraz książki. Ponadto wszystkie gazety, dzienniki i czasopisma drukowane będą objęte jedną, 8-procentową stawką podatku.

Dotychczas 8-procentową stawkę VAT miały tylko te gazety, dzienniki i czasopisma, które były oznaczone specjalnymi symbolami ISSN, pozostałe zaś miały 23-procentową stawkę. Wyższy VAT dotyczył również e-czasopism, e-booków oraz książek, które symbolu ISSN nie miały. Zaproponowane zmiany w projekcie nowelizacji ustawy zakładają zrównanie stawek podatku VAT wszystkich wyżej wymienionych wydań z wydaniem papierowymi. Książki, niezależnie od formy wydania, a więc zarówno papierowe, drukowane, na dyskach, taśmach i innych nośnikach oraz w wersji elektronicznej, czyli e-booki, mają zostać objęte jednakową, obniżoną stawką VAT – zamiast 23% będzie to 5%. Obniżony zostanie również VAT na e-czasopisma oraz gazety, dzienniki i magazyny, które nie posiadają oznaczenia ISSN – z obecnych 23% do 8%. Podwyższony zostanie natomiast VAT na czasopisma specjalistyczne (zarówno te drukowane, jak i w formie elektronicznej) – dotychczasowa stawka 5% zostanie podwyższona do 8% w związku z ujednoczeniem stawki do 8% na wszystkie gazety i czasopisma.

W sprawie ujednoczenia stawek VAT na wszystkie wydawnictwa apelowała do Ministerstwa Finansów Izba Wydawców Prasy. Jak mówi Marek Frąckowiak, dyrektor generalny Izby, postulowane obniżenie podatku dla prasy i książki elektronicznej, pomimo pozytywnego nastawienia Ministerstwa, nie mogło stać się obowiązującą normą ze względu na dyrektywę

UE. Kwestię nierównego traktowania tych samych de facto dóbr – książki i prasy – zauważyła także KE, która pod koniec 2016 roku przygotowała projekt dyrektywy, dający możliwość państwom członkowskim zrównania stawek podatku VAT dla prasy i książki elektronicznej do poziomu obowiązującego dla form tradycyjnych. Parlament Europejski szybko przyjął projekt, ale sprawa ugrzęzła w Radzie Europejskiej. Sprawy podatkowe wymagają bowiem uzyskania jednomyślności w RE, a Czechy, podczas rozpatrywania wniosku KE, były (jako jedyny kraj w UE) przeciwko. Po kilkunastu miesiącach Czechy zmieniły swoje stanowisko i 2 października Rada przyjęła projekt dyrektywy. Dokument trafił następnie do obróbki prawnej i ostateczny kształt dyrektywy został przyjęty kilka dni temu. Zacznie obowiązywać 14 dni od publikacji w Dzienniku Urzędowym UE.

Kompap na fali

Grupa Kompap SA, do której należą drukarnie dziełowe GBZGraf i OZGraf oraz drukarnia offsetowa rolowa Imprimus, poinformowała o wypracowaniu przychodów ze sprzedaży w wysokości 67,87 mln zł po 9 miesiącach 2018 roku, co oznacza wzrost o 44% rok do roku. Jednocześnie skonsolidowany zysk brutto ze sprzedaży w tym czasie zwiększył się do 12,21 mln zł wobec 9,60 mln zł rok wcześniej. Po trzech kwartałach zysk netto grupy wyniósł zaś 627 tys. zł.

„W portfelu mamy rozpoznawalne drukarnie na polskim rynku poligraficznym, zarówno w zakresie druku dziełowego, jak i offsetowego, które dysponują nowoczesnymi parkami maszynowymi. Staramy się wykorzystywać wynikającą z tego przewagę i konsekwentnie budujemy sprzedaż, umacniając swoją pozycję w kraju i za granicą. Jednocześnie biorąc pod uwagę fakt, że leasing maszyn rozliczany jest w euro, na wyniki Kompapu wpłynęły różnice kursowe związane ze wzrostem kursu tej waluty. Za nami też wakacyjne miesiące, które zazwyczaj są nieco spokojniejsze w poligrafii. Obecnie zaś trwa najważniejszy dla branży kwartał i pracujemy pełną parą, by jak najlepiej spożytkować ten czas. Spodziewamy się też, że wkrótce zakończymy już trwającą od stycznia restrukturyzację w zakupionej przez Kompap drukarni Imprimus. Liczymy, że podjęte działania przyniosą mierzalne efekty w postaci osiągniętych przez tę spółkę zysków i przełożą się pozytywnie na wartość całej grupy” – mówi Waldemar Lipka, prezes zarządu Kompap SA.

Po 9 miesiącach 2018 roku przychody z tytułu działalności produkcyjnej, na którą składa się sprzedaż książek, katalogów, czasopism i innych artykułów poligraficznych oraz produkcja poligraficzna i usługi z tym związane, odpowiadały za 66,18 mln zł w przychodach grupy w porównaniu z 45,25 mln zł rok wcześniej. Produkty grupy trafiają nie tylko do odbiorców w Polsce, ale też za granicę, m.in. na wymagające rynki skandynawskie, do Niemiec, Wielkiej Brytanii czy Francji. W zeszłym roku eksport stanowił niemal ¼ sprzedaży. Kompap obsługuje renomowane wydawnictwa, jak Lantarn Publisher z Holandii, Wydawnictwo Marginesy, Wydawnictwo Dwie Siostry, Vigmostad & Biorke AS z Norwegii, PWN, Świat Książki, Wydawnictwo C.H. Beck, Firma Księgarska Olesiejuk, Egmont Polska czy Burda. Wśród klientów grupy są też banki, poczty, firmy mailingowe, a także instytucje takie jak ministerstwa, NFZ, ZUS czy KRUS.

Zarząd sukcesyjny dla ochrony firmy

Zdnem 25 listopada 2018 roku weszła w życie ustawa o ustanowieniu zarządu sukcesyjnego dla przedsiębiorstwa na wypadek śmierci właściciela firmy. Nowe rozwiązanie ma na celu zachowanie ciągłości przedsiębiorstwa, ochrony jego kontrahentów i pracowników. Zarządca sukcesyjny jest powoływany do prowadzenia spraw firmy do momentu rozstrzygnięcia o dalszych jej losach przez spadkobierców.

Firmy rodzinne stanowią w polskiej gospodarce najpopularniejszą formę działalności gospodarczej. Wypracowują one łącznie około 36% PKB i zatrudniają co drugiego pracownika. Ponadto spośród ponad 2 mln firm wpisanych do CEIDG właściciele prawie 230 tys. z nich mają ukończone 65 lat. Praktyka pokazuje, że często w przypadku śmierci przedsiębiorcy dochodzi również do „śmierci” przedsiębiorstwa wskutek niemożności sprawnego zarządzania nim, nierzadko spowodowanego konfliktem pomiędzy spadkobiercami. Rozwiązaniem tego problemu ma być ww. ustawa, której celem jest zapewnienie ciągłości działalności gospodarczej prowadzonej w ramach danego przedsiębiorstwa na wypadek śmierci przedsiębiorcy. Nowe przepisy mają zastosowanie nie tylko do jednoosobowych działalności gospodarczych, ale stosuje się je odpowiednio także do przedsiębiorców działających w spółkach cywilnych.

Zarządcą może zostać osoba fizyczna, która ma pełną zdolność do czynności prawnych. Wykluczone zostały jedynie osoby, wobec których prawomocnie orzeczono zakaz prowadzenia działalności gospodarczej lub środek karny albo środek zabezpieczający w postaci zakazu prowadzenia określonej działalności gospodarczej, obejmującej działalność gospodarczą wykonywaną przez przedsiębiorcę lub działalność gospodarczą w zakresie zarządu majątkiem. Do ustanowienia zarządu sukcesyjnego wymagane jest powołanie zarządcy sukcesyjnego, wyrażenie zgody osoby powołanej na zarządcę sukcesyjnego na pełnienie tej funkcji oraz dokonanie wpisu do CEIDG zarządcy sukcesyjnego. Pełnienie funkcji zarządcy rozpoczyna od momentu wpisu do CEIDG.

Zarządca może zostać powołany przez przedsiębiorcę na dwa różne sposoby: poprzez wskazanie danej osoby albo zastrzeżenie, że z chwilą śmierci dany prokurent stanie się zarządcą sukcesyjnym. Ustawodawca dopuścił także możliwość złożenia wniosku online za pośrednictwem Profilu Zaufanego lub przy użyciu podpisu elektronicznego. W sytuacji gdy przedsiębiorca nie powoła zarządcy w jeden z powyższych sposobów, po jego śmierci zarządcę mogą powołać następujące osoby: małżonek przedsiębiorcy, któremu przysługuje udział w przedsiębiorstwie w spadku, spadkobierca ustawy przedsiębiorcy, który przyjął spadek, spadkobierca testamentowy albo zapisobierca windykacyjny przedsiębiorcy, którzy przyjęli odpowiednio testament albo zapis windykacyjny, jeżeli zgodnie z testamentem przysługuje im udział w przedsiębiorstwie w spadku.

Powołanie zarządcy po śmierci może zostać dokonane tylko w formie aktu notarialnego, w terminie dwóch miesięcy od śmierci przedsiębiorcy. Inaczej uprawnienie do powołania zarządcy wygasa. Notariusz po powołaniu zarządcy składa informację do CEIDG.

Zarząd sukcesyjny zostaje ustanowiony z chwilą śmierci przedsiębiorcy w przypadku, gdy przedsiębiorca złożył wnio-

sek o wpis do CEIDG zarządcy sukcesyjnego powołanego przez przedsiębiorcę albo z chwilą dokonania wpisu do CEIDG zarządcy sukcesyjnego powołanego po śmierci przedsiębiorcy przez opisane wyżej uprawnione do tego osoby.

Konkurs Mikroprzedsiębiorca Roku 2018

Trwa kolejna, 14. edycja Konkursu Mikroprzedsiębiorca Roku. Najmniejsze firmy z całej Polski po raz kolejny mają szansę na przedstawienie swoich osiągnięć oraz zdobycie głównej nagrody – 40 tys. zł. Udział w Konkursie jest bezpłatny, jedynym wymogiem jest wypełnienie formularza zgłoszeniowego oraz spełnienie podstawowych warunków konkursu: mniej niż 10 zatrudnionych pracowników oraz obrót roczny nieprzekraczający 2 mln euro.

Konkurs Mikroprzedsiębiorca Roku jest cyklicznie organizowany od 2005 roku. Od zeszłego roku jego operatorem jest Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych. W dotychczasowych edycjach wzięło udział blisko 3000 przedsiębiorców z przeróżnych branż, z których ponad 130 zostało nagrodzonych.

Zwycięzców wyłoni Kapituła Konkursu, której członkami są znani polscy eksperci i przedsiębiorcy. Oprócz tytułu „Mikroprzedsiębiorca Roku 2018” oraz nagrody pieniężnej przyznane zostaną także 4 dodatkowe wyróżnienia i nagrody finansowe w kategoriach Start (dla najmłodszych mikroprzedsiębiorstw), Progres (dla firm w „średnim wieku”), Senior (dla firm działających na rynku najdłużej) oraz Młody Biznes (dla mikroprzedsiębiorstw prowadzonych przez osoby poniżej 30. roku życia). Dbając o promocję przedsiębiorczości w różnych regionach Polski, przygotowano także 8 specjalnych wyróżnień dla najprężniej rozwijających się mikrofirm z całego kraju. Ostateczne wyniki konkursu zostaną ogłoszone w marcu 2019 roku podczas Gali Finałowej, która tradycyjnie odbędzie się w siedzibie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Nastroje wśród przedsiębiorców

Mikro, małe i średnie firmy obawiają się zmian prawno-podatkowych wprowadzonych w 2018 roku. Z Barometru EFL wynika, że przedsiębiorców najbardziej niepokoją: podzielona płatność podatku od towarów i usług, tzw. split payment (14% wskazań), zmiany w obszarze ochrony danych osobowych – tzw. RODO (13%), ponadto co 20. zapytany obawia się wymogu dotyczącego podpisu elektronicznego.

„Obecnie największym problemem większości firm w Polsce jest dostępność pracowników oraz rosnąca presja płacowa, na co wskazała połowa zapytanych przez nas przedsiębiorców. Jednak nie możemy zapomnieć o innych czynnikach, które mogą wpłynąć negatywnie na kondycję i dalszy rozwój przedsiębiorczości w naszym kraju, takich jak nowe regulacje prawno-podatkowe – split payment czy RODO. To bardzo istotne zmiany, które rzutują zarówno na ten najmniejszy, jak i korporacyjny biznes. O ile jednak w dużych firmach najczęściej działają wydzielone komórki zajmujące się prawem czy IT, które analizują bieżące zmiany i wprowadzają je w życie firmy, o tyle mikroprzedsiębiorcy w jednych rękach skupiają wiele różnych obowiązków. Tutaj nikt nie ma czasu na codzienną lekturę przepisów. Stąd ważne jest,

aby zmiany prawa w Polsce odbywały się z uwzględnieniem interesów i możliwości wszystkich stron zainteresowanych” – mówi Radosław Kuczyński, prezes EFL SA.

Wśród czynników prawno-podatkowych, mogących wpłynąć negatywnie na sytuację przedsiębiorstwa, najczęściej zapytanych przedstawicieli MŚP wskazało na split payment. Nowe przepisy obowiązują od 1 lipca 2018 roku i wpływają na sposób płatności za faktury: sposób płatności za usługi i towary polega na wpłacie kwoty netto na rachunek rozliczeniowy dostawcy, a kwoty podatku VAT na oddzielny rachunek. Split payment dotyczy wszystkich firm, jednak na razie obowiązuje zasada dobrowolności. Najbardziej mechanizmu podzielonej płatności obawiają się mikroprzedsiębiorcy (aż 20%), najmniej średnie firmy (8%). Biorąc pod uwagę branże, pesymistów jest najwięcej w produkcji i usługach (po 17%), najmniej wśród hotelarzy i restauratorów (4%).

Z Barometru EFL wynika, że 13 proc. przedstawicieli sektora MŚP obawia się RODO. Unijne Rozporządzenie o Ochronie Danych Osobowych weszło w życie w maju 2016 roku, jednak przedsiębiorcy otrzymali 2-letni okres przejściowy na dostosowanie swoich struktur i procedur do nowych przepisów, dlatego nowe przepisy są bezpośrednio stosowane dopiero od 25 maja 2018 roku. Najmniej RODO obawiają się średnie firmy (4%), najbardziej małe (ponad 18%). Wśród badanych branż nowe regulacje mogą wpłynąć najbardziej negatywnie na kondycję firm usługowych (21% wskazań) oraz HoReCa (18%), najmniej tej regulacji obawia się przemysł (4%).

Trzecią zmianą prawno-podatkową, której na razie obawia się tylko 5% mikro, małych i średnich firm, jest wymóg podpisu elektronicznego. Podpis elektroniczny to bardzo użyteczne, lecz nadal mało popularne narzędzie. Jest składany za pomocą specjalnej karty procesorowej lub tokena oraz oprogramowania służącego do składania podpisu elektronicznego. Pod względem prawnym kwalifikowany podpis elektroniczny jest równoważny z podpisem własnoręcznym. Można go stosować m.in. do podpisywania umów i dokumentów czy składania deklaracji podatkowych. Jego instalacja wiąże się jednak z kosztem. Być może dlatego najbardziej e-podpisu obawiają się najmniejsze podmioty zatrudniające do 9 pracowników (7% wskazań), najmniej zaś średnie firmy (2%). Patrząc na branże, ponownie z największym dystansem na ten obowiązek patrzą firmy usługowe (12% ma obawy).

W dniu 7 grudnia 2018 roku
na cmentarzu komunalnym Doły w Łodzi
w obecności Bliskich, Przyjaciół i Znajomych
został pochowany

Andrzej J. Gosk

pomysłodawca i założyciel
czasopisma „Świat DRUKU”,
współwłaściciel firmy SCORPIO sp. z o.o.

Składamy szczerze wyrazy współczucia
Dzieciom Zmarłego
Aleksandrze Chodkiewicz i Andrzejowi M. Gosk
z Rodzinami.

Zarząd i pracownicy
wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o.

Przewodniki z serii „Technologie wielkiego formatu” mają na celu zwiększenie świadomości i zrozumienia możliwości, jakie przed nami otwierają nowoczesne, cyfrowe urządzenia wielkoformatowe, za pomocą których można produkować najróżniejsze rozwiązania – od podłóg po sufity. Przewodniki przygotowuje grupa specjalistów, którzy pracują z Digital Dots. Mamy nadzieję, że przypadną Państwu do gustu prezentowane artykuły i że będą Państwo chcieli wykorzystać w praktyce zdobytą dzięki nim wiedzę.

Sonja ANGERER

Bez tuszu ani rusz

Dzięki technice druku cyfrowego możesz na ulubionej bluzie, podkoszulce, obrusie czy tapecie odwzorować, co tylko zechcesz. Najpierw jednak powinieneś dogłębnie przemyśleć wybór odpowiedniego rodzaju atramentu.

Cyfrowy druk wielkoformatowy umożliwia drukowanie niemal na każdym podłożu: na papierze, foliach, siatkach, tkaninach, dzianinach, a nawet na szkłe czy betonie. Jednak druk na odzieży czy tekstylnych materiałach dekoracyjnych wymaga nieco więcej uwagi i planowania. Poświęć na to chwilę, aby zyskać pewność, że efekt końcowy będzie dokładnie taki, jak sobie wymarzyłeś.

Tekstylia to nie papier

Obecnie na rynku najpopularniejszymi technologiami natryskowymi są druk lateksowy i UV. Każdy liczący się producent ma w swojej ofercie zarówno plotery lateksowe, jak i wyposażone w systemy utwardzania atramentu promieniowaniem ultrafioletowym. Oba rodzaje atramentów świetnie nadają się do drukowania tzw. miękkich oznakowań (ang. soft signage), czyli głównie wywieszek, flag i banerów, do tego zresztą

zostały wymyślone. Czasem na targach można zobaczyć dekoracje ścienne czy elementy wyposażenia wnętrz zadrukowane atramentami utwardzonymi ultrafioletem, niemniej trzeba pamiętać, że są to tylko okazjonalne wydruki, a ich wpływ chociażby na kontakt z ludzką (czy zwierzęcą) skórą nie został jeszcze dokładnie przebadany.

W cyfrowym drukowaniu na tekstyliach wyzwaniem jest też zapewnienie odporności nadruku na spieranie. Ma

to szczególne znaczenie przy druku na odzieży i tekstyliach domowych, jak obrusy czy serwety. Raczej nie ma co liczyć, że klient będzie zadowolony z koszulki, z której po dwóch praniach nadruk zniknie. Problem zmywalności nadruku nie dotyczy tylko druku cyfrowego, jednak techniki analogowe rozwinęły się już na tyle, że dawno sobie z nim poradzono. Na szczęście niektóre metody zabezpieczania nadruków na tekstyliach przed spieraniem można zaadaptować do druku cyfrowego. Na ubiegłorocznych targach SGIA jedna ze znanych marek zaprezentowała specjalny tekstylny materiał do dekoracji wnętrz, który wygrzewa się dla zapewnienia trwałości nadruku.

Pośrednio i bezpośrednio

W cyfrowym drukowaniu na tekstyliach najczęściej wykorzystywana jest technologia transferowa. Najpopularniejszą jej odmianą jest druk sublimacyjny, który polega na wykonaniu lustrzanego odbicia wydruku na specjalnym papie-



Nadruki na tekstyliach używanych do dekoracji wnętrz powinny być odporne na ścieranie i chemikalia



Poduszki to jeden z produktów najczęściej podlegających cyfrowemu zadrukowi, tak metodą sublimacji, jak i bezpośrednio

rze transferowym i przeniesieniu go na tkaninę pod wpływem oddziaływania wysokiego ciśnienia i temperatury. Istnieje także mniej popularna odmiana, czyli druk sublimacyjny bezpośredni. Nadruk wykonany tą metodą bywa mniej wyraźny, co może niekiedy być pożądane, np. przy drukowaniu flag czy innych dwustronnych tekstyliów.

W procesie druku sublimacyjnego materiał i wydruk na papierze transferowym są podgrzewane w termoprasie lub kalandrze. W efekcie atrament zmienia swój stan skupienia ze stałego na gazowy i osadza się głęboko we włóknach podłoża. Rezultatem jest stosunkowo trwały wydruk, jednak ze średnią odpornością na płowienie. Ponieważ do materiału tekstylnego przenikają tylko barwniki zawarte w atramencie, tego rodzaju wydruki są uważane za bezpieczne w kontakcie ze skórą. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że metoda sublimacyjna ma zastosowanie tylko w drukowaniu na podłożach poliestrowych (lub mieszkankach) oraz pokrytych poliestrem. Ponieważ cząsteczki barwnika wiążą się wyłącznie z włóknami poliestrowymi, im wyższa zawartość poliestru w tkaninie, tym więcej barwnika w nią wnika, a co za tym idzie – wyższa jest jakość uzyskanego nadruku. Jest to metoda powszechnie wykorzystywana m.in. w zadruku strojów sportowych, jak koszulki kolarskie czy biegowe.

W pionierskich czasach cyfrowego druku na tekstyliach metodą sublimacyjną drukowano jednak także na bawełnianych koszulkach. Ponieważ atramenty pigmentowe stawały się coraz popularniejsze, były powszechnie wykorzystywane do zadrukowywania zarówno jasnych, jak i ciemnych tkanin. Nadają się do tego nawet pomimo konieczności wstępnego powlekania materiału i wygrzewania po druku, warunkującego uzyskanie wysokiej jakości nadruku. Atramenty pigmentowe sprawdzają się w zadrukowywaniu wielu rodzajów naturalnych i sztucznych włókien, dlatego obecnie są często wykorzystywane w cyfrowym drukowaniu z roli na rolę. Stosowanie atramentów pigmentowych nie wiąże się z koniecznością prania gotowego produktu, dlatego są one postrzegane jako bardziej przyjazne dla środowiska naturalnego od tradycyjnych technologii druku na tekstyliach, w których zużywa się dużych ilości wody. Mimo to nadal zaleca się wypranie koszulki zadrukowanej atramentem pigmentowym przed jej pierwszym założeniem.



Od nadruków na ubraniach wymaga się bezpieczeństwa dla skóry i zmywalności

Maszyna cyfrowa, chemia analogowa

Do bezpośredniego cyfrowego druku na tekstyliach wykorzystuje się głównie dwa rodzaje farb na bazie wody: atramenty reaktywne oraz tusze kwasowe. Oczywiście wywodzą się one z produktów stosowanych w druku analogowym, ale zostały zaadaptowane do nowych rozwiązań. W druku cyfrowym zaczyna też wykorzystywać się barwniki kadziowe (do włókien celulozowych), które charakteryzują się wysoką odpornością na płowienie. Niestety, wszechstronność druku cyfrowego w przypadku tekstyliów jest nieco ograniczona i nie da się w tym przypadku zastosować zasady „jeden atrament do wszystkiego”, jak w druku wielkoformatowym na innych podłożach. Tusze kwasowe wykorzystuje się głównie do druku na materiałach wełnianych, jedwabnych lub nylonowych, zaś bawełnę i inne naturalne włókna zadrukowuje się częściej atramentami reaktywnymi. Obydwa rodzaje farb wymagają parowania i prania po druku, podobnie jak w druku analogowym, co – podobnie jak inne procesy wykańczania i obróbki wstępnej – wiąże się z koniecznością dysponowania wiedzą i kosztownym sprzętem. Dlatego cyfrowe maszyny drukujące wykorzystujące tradycyjną „chemię” są coraz częściej instalowane w fabrykach tekstyliów i z czasem wypierają swoje analogowe poprzedniki, trudniej natomiast znaleźć je w małej drukarni cyfrowej za rogiem.

Farby wodne wykorzystywane w cyfrowym rolowym druku tekstyliów uważane

są za bezpieczne dla skóry, niektóre posiadają nawet certyfikaty Oeko-Tex. Tego rodzaju wydruki wykazują przyzwoitą odporność na płowienie i ścieranie, a ubranie zadrukowane farbami wodnymi można prać zarówno na sucho, jak i w pralkach.

Kto pyta, nie błądzi

Możliwości oferowane przez cyfrowy druk tekstyliów chętnie wykorzystują duże koncerty odzieżowe, np. Inditex, będący właścicielem marek Pull & Bear, Massimo Dutti, Zara i Zara Home. Osoby zamierzające rozpocząć działalność w segmencie cyfrowego zadrukowywania tekstyliów mogą się od nich sporo nauczyć. Jeżeli chodzi o odzież, regulacje prawne dotyczą głównie wymagań w zakresie certyfikatów bezpieczeństwa i ekologii, takich jak popularny Standard 100 przyznawany przez stowarzyszenie Oeko-Tex. W zależności od lokalnych przepisów różnorodnych certyfikatów w zakresie emisji substancji lotnych czy ognioodporności wymaga się też od zadrukowywanych dekoracji wnętrz, jak tekstylne tapety, zasłony czy dywany. Jeśli jednak myślisz o produkcji mniejszych partii oryginalnych drukowanych koszulek, czapek czy poduszek, wystarczy, że zaprzyjaźnisz się z lokalną drukarnią cyfrową i zaufasz jej pracownikom; możliwe, że sami skierują cię do najlepszych specjalistów od cyfrowego druku na tekstyliach.

Tłum. MB

Fot. Sonja Angerer

Artykuł powstał przy wsparciu firm Digital Dots, EFI, Fujifilm, Mimaki, Roland.



Sonja ANGERER

menedżerka Rrrabbitproductions, Redaktionsbüro, agencji komunikacyjnej zajmującej się technologiami druku. Zanim została dziennikarką branżową, była dyplomowaną projektantką druków. Specjalistka od druku cyfrowego.



DATEV

KORRESPONDENCJA MASOWA DRUK I WYSYŁKA

BEZPIECZEŃSTWO DANYCH | NAJWYŻSZA JAKOŚĆ | NOWOCZESNA TECHNOLOGIA

PEŁNA OBSŁUGA PROCESU DRUKU CYFROWEGO



TRANSFER



PRZYGOTOWANIE



DRUK



KOPERTOWANIE



OBROBKA KOŃCOWA



WYSYŁKA

DATEV SMART TRANSFER

OBSŁUGA E-FAKTUR ■ ARCHIWIZACJA ELEKTRONICZNA ■ E-MAILING



WWW.DATEV.PL



BIURO@DATEV.PL



+48 22 862 17 00

Co wnoszą etykiety do gospodarki w obiegu zamkniętym?*

Agata RUSZKOWSKA

Wstęp

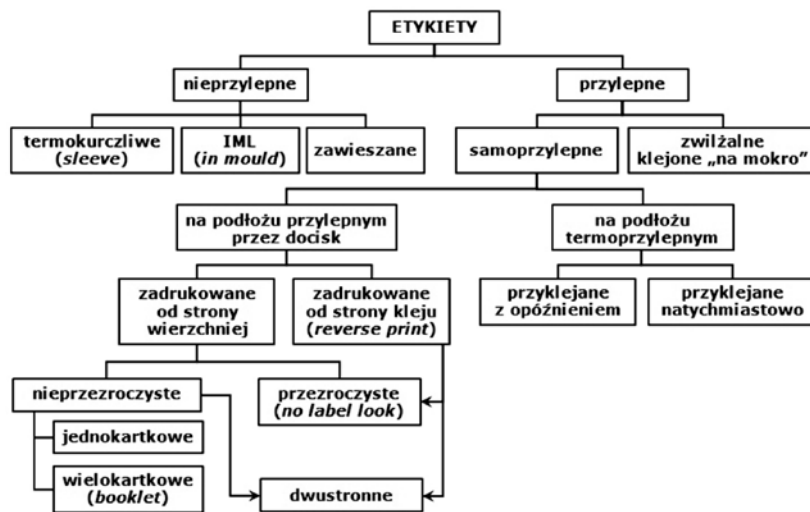
W dzisiejszych czasach opakowania odgrywają ogromną rolę we wszystkich sektorach współczesnej gospodarki. Zapotrzebowanie na nie stale rośnie, a ilość produktów, które muszą być zapakowane, sięga nawet 95% spośród wszystkich wyrobów dostępnych na rynku. Dla gospodarki w obiegu zamkniętym istotne jest, aby – przynajmniej częściowo – można je było wykorzystać ponownie lub przetworzyć. Ciągłe zmiany demograficzne, nacisk na ekologiczny styl życia oraz na ochronę środowiska naturalnego prowadzą do wzrostu wymagań względem opakowań. Członkostwo Polski w Unii Europejskiej wymusza na producentach stosowanie się do dodatkowych wymagań i dyrektyw, skierowanych na ochronę zdrowia konsumenta i nadzór nad ochroną ekosystemów. (...)

Kluczowymi elementami, które powodują stały rozwój rynku etykietowego, są:

- zapoczątkowanie stosowania klejów innych niż tradycyjne, do butelek na wina i inne napoje alkoholowe,
- wzmożona konsumpcja gotowych posiłków i żywności – opatrzonej etykietami,
- unowocześnienia i przepisy dla branży spożywczej, wymuszające wprowadzenie odpowiednich wielkości znaków i konieczności zawierania określonych informacji,
- nieustanny wzrost zakupów internetowych, wymuszający drukowanie etykiet ze zmiennymi danymi.

Klasyfikacja etykiet

Niekwestionowane jest stwierdzenie, że etykiety są praktycznie wszędzie. Można je znaleźć na opakowaniach z kosmetykami, alkoholami, artykułami przemysłowymi i gospodarstwa domowego, a także bezpośrednio na produktach spożywczych, np. wędlinach czy owocach. Pełnią one różne funkcje:



Rys. 1. Klasyfikacja etykiet ze względu na podłoże i sposób umieszczenia na produkcie²

zaczynając od nośnika cen poprzez informacje o terminie przydatności do użycia, nietestowaniu na zwierzętach, na składzie produktu kończąc. Etykiety jednocześnie ozdabiają, zamykają, zabezpieczają i reklamują. Dostępnych jest kilka metod etykietowania. Do niedawna najbardziej powszechne wśród nich były tzw. etykiety klejone na mokro. Aktualnie równie popularne są etykiety samoprzylepne, zwane PSL (ang. pressure sensitive labels, czyli etykiety wrażliwe na docisk)¹. (...)

Ogółem etykiety dzieli się ze względu na ich zastosowanie, typ podłoża, rodzaj mocowania itp., co przedstawiono schematycznie na rys. 1.

Do grupy etykiet nieprzylepnych kwalifikują się te, których połączenie z opakowaniem nie wymaga stosowania kleju. Należą do nich etykiety termokurczliwe, zawieszane i IML. Dwa pierwsze z tych rodzajów dają łatwą możliwość ponownego użycia opakowania. Usunięcie takich etykiet jest wręcz banalnie proste, co sprawia, że łatwo można będzie je poddać np. segregacji. (...)

Wśród etykiet przylepnych wyróżnia się: zwilżalne i samoprzylepne. Etykiety klejone „na mokro” bardzo często wykorzystuje się w różnych opakowaniach z alkoholem, zwykle do etykietowania butelek z winem lub piwem (...). Z kolei o etykietach samoprzylepnych mówimy wtedy, gdy umieszcza się je na podłożu termoprzylepnym lub przylepnym przez docisk. (...)

Etykiety samoprzylepne przez docisk typu linerless są wykonane na podłożu samoprzylepnym bez materiału podłożowego, tzw. linera/podlepki. Technologia ta jest bardzo ekonomiczna i korzystna dla środowiska ze względu na minimalny odpad produkcyjny. (...) Materiał podkładowy, który staje się odpadem poprodukcyjnym, przekłada się na blisko 10÷20% całkowitego kosztu etykiety, toteż jego wyeliminowanie daje możliwość obniżenia kosztów produkcji. (...)

Zaletą druku reverse jest bardzo dobre zabezpieczenie nadruku przed czynnikami zewnętrznymi i mechanicznymi oraz wyeliminowanie potrzeby dodatkowego zabezpieczania oraz uszlachetniania powierzchni etykiety, np. przez lakierowanie czy laminowanie. (...)



Uszlachetnianie etykiet

Jednymi z najpowszechniejszych metod udoskonalania lub ozdabiania druku etykietowego są: cold-stamping, hot-stamping, laminacja i embossing.

Cold-stamping zwany jest też złoceniem na zimno (...). Stosowanie tego rodzaju uszlachetnienia jest szczególnie niekorzystne dla gospodarki w obiegu zamkniętym. W większości przypadków złocenie przenoszone jest jedynie na wybraną, małą powierzchnię etykiety. Odpadem z takiego zdobienia są ogromne ilości folii, która nie nadaje się do przetworzenia.

Kolejną metodą ozdabiania etykiet jest hot-stamping, zwany także złoceniem na gorąco, hot-printem lub termodrukiem. (...) Szkodliwość hot-stampingu dla gospodarki o obiegu zamkniętym jest analogiczna do opisanego wcześniej cold-stampingu.

Laminacja to uszlachetnienie druku, stosowane, głównie aby chronić etykietę np. przed zniszczeniem płynami lub innymi substancjami zewnętrznymi. (...)

Ostatnim wymienionym w opracowaniu uszlachetnieniem jest embossing, który w języku polskim nazywany jest tłoczeniem. Polega on na wykonaniu odkształcenia powierzchni materiału. Wykonuje się je poprzez docisk stempla zrobionego z metalu lub silikonu o wysokiej twardości do powierzchni materiału (...).

Odpad produkcyjny

Znaczącym elementem przy produkowaniu etykiet samoprzylepnych jest powstawanie odpadu w postaci ażuru podczas druku oraz tzw. podleпки w momencie etykietowania. Obecnie większość producentów decyduje się na użycie papierowej podleпки, którą uważa się za mniej szkodliwą dla środowiska. Coraz częściej jednak jest ona zamieniana na wytworzoną z materiału PET. Ta ostatnia jest bardziej wytrzymała i daje większą stabilność podczas aplikowania na maszynach etykietujących. Może się wydawać, że to rozwiązanie będzie niekorzystne dla środowiska, jednak odgrywa dużą rolę dla gospodarki w obiegu zamkniętym.

Użycie materiału typu PET jest istotne ponieważ duża część materiału odzyskanego w procesie recyklingu pochodzi z opakowań. Stanowią one około 63% wszystkich zużytych wyrobów z tworzyw sztucznych. Obecnie w Europie recyklingowi poddaje się około 40% butelek i folii. Odpady te odgrywają istotną rolę w racjonalnym wykorzystaniu zasobów naturalnych i oszczędnym gospodarowaniu energią dzięki możliwościom ich zagospodarowania. PET to jedyny surowiec, który nie tylko można poddać wielokrotnie recyklingowi, przerabiając na nowe wyroby (np. z 35 zużytych butelek PET można uzyskać bluzę polarową, jak również odzyskać zmagazynowaną w nim energię poprzez wykorzystanie go jako składową do produkcji paliw alternatywnych). Odpady z tworzyw sztucznych mogą również

26–29.01.2019
Frankfurt nad Menem

The stationery trends.

paperworld

The visionary office.

Rozpocznij rok z nowymi inspiracjami
– już teraz zamów swoją kartę wstępu!

Zapoznaj się z najnowszymi trendami w handlu hurtowym i detalicznym na targach Paperworld 2019. Odkryj nowe przybory szkolne, innowacyjne pomysły do nowoczesnego biura oraz największy na świecie asortyment artykułów biurowych i prezentów. Weź udział w programie Business Matchmaking i zapewnij sukces swojej firmie.

paperworld.messefrankfurt.com

info@poland.messefrankfurt.com
tel. (22) 49 43 200

służyć jako substytut ropy naftowej i koksu w procesach przemysłowych np. przy wytopie stali³.

Znaczenie etykiet w GOZ

Analizując wszystkie wymienione w opracowaniu rodzaje etykiet, można stwierdzić, że nieprzylepne stwarzają zdecydowanie większe możliwości, jeżeli chodzi o recykling i zastosowanie w gospodarce w obiegu zamkniętym niż etykiety przylepne. Ich wpływ na GOZ pokazano w tabeli 1. Odnosząc się kolejno do schematu przedstawionego na rys. 1, mamy etykiety:

- termokurczliwe – wykonane z folii obkurczającej się pod wpływem ciepła; łatwo je usunąć z produktu poprzez np. ich rozcięcie; etykieta nie jest trwale połączona z opakowaniem, dlatego po ściągnięciu można ją poddać recyklingowi, natomiast pojemnik np. szklany po oczyszczeniu jest gotowy do ponownego użycia, jeśli zaś jest wykonany z tworzywa sztucznego, można go dalej przetwarzać;
- IML – wykonane z tego samego materiału co pudełko, są w nie wtapiane i stanowią integralną jego część; nie ma możliwości usunięcia etykiety, ale całe opakowanie można poddać recyklingowi;
- zawieszane – są najprostszymi do pozbycia się z produktu; wystarczy przeciąć tasiemkę lub sznurek (...); sama etykieta wykonana jest zwykle z papieru, więc jest atrakcyjna, jeżeli chodzi o dalsze przetwarzanie; z kolei samo opakowanie produktu można zużyć ponownie, analogicznie jak w przypadku etykiet termokurczliwych;
- samoprzylepne – stanowią największą część stosowanych etykiet i niestety dają najmniej korzyści z punktu widzenia GOZ; ten rodzaj trudno usunąć z opakowania (...), sprawia to trudności w recyklingu pojemnika wykonane go z innego materiału niż etykieta;
- zwilżalne, podobnie jak poprzednich ciężko pozbyć się z produktu; najłatwiejszym sposobem jest namocze-

nie etykiety w płynie, który rozpuści klej i ułatwi jej zdjęcie, jest to jednak dodatkowy i pracochłonny proces.

Na niekorzyść etykiet w gospodarce w obiegu zamkniętym wpływa także fakt stosowania uszlachetnień. Opisane wcześniej cold-stamping, hot-stamping, laminacja i embossing wykorzystują materiały trudne do ponownego przetworzenia, które trwale łączy się z etykieta. Zdobięń nie używa się w etykietach termokurczliwych i IML, dlatego ten problem ich nie dotyczy. Jeśli chodzi o [etykiety – dop. red.] zawieszane, to odsetek ich zastosowania jest bardzo mały w stosunku do wszystkich etykiet. Jednak w przypadku nanieśienia uszlachetnienia na ich korzyść będzie przemawiać łatwość usuwania etykiety, a w związku z tym powstanie małego odpadu niekorzystnego dla GOZ. Krytyczne w tym obszarze są etykiety przylepne i zwilżalne, które są najczęściej stosowane. Ze względu na brak możliwości łatwego ich rozdzielenia cała etykieta wraz z opakowaniem może być odrzucona w procesie ponownego przetworzenia. W wypadku cold-stampingu, hot-stampingu oraz embossingu ze złoceniem alternatywnie można stosować metaliczne farby. Oczywiście niemożliwe jest uzyskanie identycznego efektu i połysku, jednak dobrze dobrana farba może dać zbliżony i konkurencyjny wygląd. Na korzyść przemawia również niższa cena produkcji takiej etykiety. Laminacja zaś może być zastąpiona lakierem transparentnym. Obecnie na rynku dostępna jest szeroka gama lakierów o różnym połysku lub zmatowieniu. Producenci gwarantują odporność i zabezpieczenie etykiety równie dobre jak przy zastosowaniu laminacji.

Podsumowanie

Aktualnie na pierwszym planie stawia się obniżenie negatywnego wpływu produkcji poligraficznej na środowisko naturalne, dlatego międzynarodowe przepisy mogą istotnie zaważyć na fi-

nalnym wyglądzie etykiety, szczególnie jeśli jest ona przeznaczona dla branży spożywczej. Dużą uwagę zwraca się również na wykorzystywanie surowców wtórnych. Dzięki stosowaniu etykiet samoprzylepnych opakowania takie jak szklane butelki czy słoiki można ponownie wykorzystać, zamiast produkować jednorazowe opakowania z tworzyw sztucznych. (...)

Duży nacisk powinno kłaść się na projektowanie etykiet zgodnych z GOZ. Jedną z możliwości rozwoju w tym kierunku jest np. zastosowanie alternatywnych sposobów uszlachetnienia etykiet, które zmieniają je na bardziej przyjazne dalszemu recyklingowi.

*Fragmenty artykułu „Co wnoszą etykiety do gospodarki o obiegu zamkniętym”, którego pełną wersję przeczytają Państwo w monografii wydanej przez Polską Izbę Opakowań pt. „Transformacja przemysłu opakowań w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym” pod redakcją Wacława Wasiaka (Warszawa 2018, s. 337–355). Publikacja za zgodą wydawcy i autorki.

Literatura

1. Etykieta warta zachodu, „Packaging Polska” 2016 nr 3, s. 36–37.
2. Kołodziejuk E., Prezentacja *PLAPO_W7_2011-11-29.ppt* z zajęć Planowanie produkcji poligraficznej prowadzonych na Politechnice Warszawskiej w dniu 29.11.2011.
3. <https://www.ekologia.pl/srodowisko/ochrona-srodowiska/plastikowe-torebki-i-butelki-pet-jak-wykorzystac-odpady-z-tworzyw-sztucznych,13003.html>, dostęp 13.06.2018.



Agata RUSZKOWSKA

absolwentka kierunku papiernictwo i poligrafia na Wydziale Inżynierii Produkcji Politechniki Warszawskiej, studentka na kierunku mechanika i budowa maszyn. Obecnie pracuje jako główny planista i koordynator produkcji w drukarni Multi-Color Warsaw Poland.

Tabela 1. Wpływ poszczególnych rodzajów etykiet na GOZ

Rodzaj etykiety	Łatwe do usunięcia z opakowania	Korzystny wpływ na GOZ
termokurczliwe	tak	tak
IML	nie	tak
zawieszane	tak	tak
samoprzylepne	nie	nie
zwilżalne	nie	nie

Nowa generacja materiałów do etykietowania – RAFNXT+



Firma UPM Raflatac wprowadziła na rynek europejski trzy nowe, niezawierające bisfenolu A i przyjazne środowisku termiczne materiały etykietowe do zastosowań w sektorze detalicznym, żywnościowym i transportowym. Wszystkie produkty należące do serii RAFNXT+ opierają się na zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju koncepcji Forest Positive. Jest to wkład w zrównoważony rozwój bez negatywnego wpływu na proces produkcji.

RAFNXT+ to rozwiązanie nowej generacji w dziedzinie opakowań przyjaznych środowisku, które daje drukarniom możliwość rozszerzenia oferty o etykiety termiczne zgodne z przepisami prawnymi. Nowe regulacje Unii Europejskiej wymagają bowiem, aby wszystkie papiery termiczne sprzedawane w Europie od 2 stycznia 2020 roku nie zawierały bisfenolu A (BPA), obecnie powszechnie stosowanego jako wywoływalcy koloru.

Produkty etykietowe z serii RAFNXT+ powstają w oparciu o koncepcję Forest Positive, optymalizującą wykorzystanie surowców. W porównaniu ze standardowymi materiałami papierowymi są one o 20% bardziej przyjazne dla środowiska pod względem produkcji dwutlenku węgla emitowanego w trakcie procesu produkcji, oszczędzania energii i wody oraz zmniejszania ilości odpadów powstających w cyklu eksploatacji. Surowce wykorzystywane w tych materiałach są pozyskiwane z lasów zarządzanych w sposób zrównoważony, zgodnie z normami FSC (Forest Stewardship Co-

uncil) lub PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification). To podejście przynosi istotne korzyści nie tylko naturze i środowisku, ale też właścicielom drukarni i – w efekcie – właścicielom marek.

Nowe produkty UPM Raflatac zapewniają drukarniom krótsze przestoje i mniejszą ilość odpadów w związku z mniejszą częstotliwością zmiany rolki, ponadto niższe koszty opakowań i transportu oraz zwiększenie wydajności i przestrzeni magazynowej. „Wiele marek stosuje zasadę wartości dodanej netto w swoich strategiach i celach, a naszą odpowiedzią na to jest koncepcja Forest Positive i linia produktów RAFNXT+. Dzięki optymalizacji zasobów nasze produkty są nie tylko bardziej przyjazne dla środowiska pod kątem redukcji emisji i absorpcji dwutlenku węgla, ale pomagają też zwiększyć produktywność naszych klientów. Oferta Thermal Eco obejmuje teraz produkty, które charakteryzują się wszystkimi tymi zaletami, a ich dodatkową korzyścią jest to, że nie zawierają BPA” – wyjaśnia

Przemysław Różycki, dyrektor sprzedaży firmy UPM Raflatac Polska. I dodaje: „Drukarnie mogą produkować więcej etykiet w każdej rolce bez jej powiększania, co pozwala zmniejszyć wykorzystanie maszyn, zaoszczędzić czas na zmianę rolek i ograniczyć transport. Firmom, które chciałyby przejść na etykiety z serii RAFNXT+, rekomenduję przetestowanie naszego materiału i przeprowadzenie analizy całego łańcucha wartości, a następnie zebranie opinii pracowników produkcji na temat ich doświadczenia w zastosowaniu tego materiału”.

Seria produktów RAFNXT+ obejmuje materiały etykietowe dla licznych zastosowań końcowych w wielu branżach. Dla handlu detalicznego przeznaczone są: Retail Eco NXT+ PEFC dla wago-etykieciarek oraz Thermal Eco NXT+ PEFC i Thermal Top Food NXT+ PEFC do wcześniejszego etykietowania. Do pakowania, etykietowania i przechowywania żywności w standardowych warunkach producent poleca Raflacoat NXT+ PEFC, który to materiał przeznaczony jest także wraz z drugim – Thermal Top Food NXT+ PEFC – do wykorzystania przy żywności chłodzonej i mrożonej. Dla produktów z zakresu chemii gospodarczej rekomendowany jest materiał Raflacoat NXT+ PEFC. W sektorze logistycznym zastosowanie znajdują materiały do etykiet transportowych, pocztowych i na palety: Thermal Top Logistics NXT+ PEFC oraz Thermal Eco NXT+ PEFC oraz szczególnie wytrzymałe Vellum Log NXT+ FSC.

Poligrafia może być eko!

O materiałach poligraficznych nadających się do ponownego użycia, sposobach ponownego ich wprowadzania do obiegu produkcyjnego oraz o obowiązkach drukarni w zakresie ochrony środowiska naturalnego rozmawiamy z Krzysztofem HORNICKIM z firmy Interseroh Polska.

Jakie materiały zadrukowane stwarzają najwięcej problemów w recyklingu?

Recykling papieru jest jedną z najbardziej oczywistych form przetwarzania odpadów, należy jednak pamiętać, że nie wszystkie rodzaje makulatury nadają się do tego procesu. Spośród odpadów poligraficznych najwięcej problemów stwarzają papiery lakierowane, powlekane, laminowane oraz metalizowane. Tego rodzaju odpady stanowiące druk uszlachetniony lub wręcz powłoki wielomateriałowe nie są pożądane w zakładach papierniczych z uwagi na duże trudności w ich rozwłóknieniu oraz znaczne zanieczyszczenie poszczególnych elementów maszyn, co przekłada się zarówno na zmniejszoną wydajność linii technologicznych, jak i na występowanie wad jakościowych w gotowych wyrobach. W branży poligraficznej nie wystarczy zatem samo oddzielenie odpadów papieru od innych materiałów – niezbędna jest również świadoma segregacja makulatury na jej poszczególne gatunki, z odpowiedzianym odrzuceniem wrażeń nienadających się do recyklingu, co generuje nie tylko efekt ekologiczny polegający na prawidłowym i bezpiecznym zagospodarowaniu odpadów, ale również ekonomiczny, pozwalający na otrzymanie atrakcyjnej ceny za ich odbiór.

Jakie materiały zadrukowane najłatwiej jest przetworzyć i jakie produkty z nich otrzymujemy?

Zawsze najłatwiej jest przetworzyć odpady jednorodne – składające się z tego samego rodzaju materiału i pozbawione

wrażeń obcych. Takie wstępne przygotowanie surowców wtórnych przez ich wytwórcę nie wymaga późniejszego dodatkowego sortowania i doczyszczania, co przekłada się na niższe koszty zagospodarowania odpadów oraz minimalizuje ilości powstających wybrakowanych wyrobów gotowych i nienadających się do wykorzystania pozostałości z procesu recyklingu. Dotyczy to również makulatury, spośród której najbardziej atrakcyjne są materiały jednorodne pod względem gatunku papieru oraz niezawierające zanieczyszczeń innymi odpadami (tworzywa sztuczne, odpady organiczne) i wrażeń, np. w postaci papierów laminowanych, lakierowanych czy powlekanych. Nieważne zatem, czy odpadem poligraficznym jest ścinka drukarska, opakowania tekturowe czy gilzy kartonowe – w każdym przypadku najważniejsze jest ich prawidłowe przygotowanie do recyklingu, obejmujące właściwą segregację oraz wybór odpowiedniego odbiorcy, ponieważ nie wszystkie zakłady papiernicze zainteresowane są pozyskiwaniem każdego gatunku makulatury. Praktycznie rzecz biorąc, zdecydowaną większość wyrobów papierniczych można z powodzeniem wytwarzać z materiałów odpadowych, niemniej odzyskany papier wykorzystywany jest głównie do produkcji papieru toaletowego i ręczników papierowych, tektury falistej i kartonów opakowaniowych oraz papieru gazetowego. Rodzaj gotowego produktu jest oczywiście ściśle zależny od rodzaju makulatury oraz technologii wykorzystywanej w zakładzie papierniczym.

W jaki sposób przetwarza się odpady poligraficzne inne niż makulatura?

Branża poligraficzna jest źródłem bardzo zróżnicowanych odpadów, w ramach których, oprócz makulatury, wyszczególnić należy m.in. opróżnione opakowania, pozostałości substancji i preparatów chemicznych oraz zużyte czyszczywa, środki ochrony indywidualnej i odzież roboczą. Wiele z tych odpadów posiada właściwości i składniki powodujące, że w myśl przepisów prawnych stanowią one odpady niebezpieczne, wymagające szczególnej uwagi podczas ich czasowego magazynowania i dalszego zagospodarowania. Odpady poligraficzne w postaci pozostałości farb, lakierów i innych preparatów, jak również opakowań po tych substancjach i czyszczywa wytworzonego na skutek ich stosowania najczęściej podlegają przekształceniu termicznemu w spalarniach odpadów przemysłowych, jako materiały służące do wytwarzania energii. Nie należy jednak zapominać, że część odpadów drukarskich – nawet tych niebezpiecznych – nadaje się do recyklingu materiałowego i może zostać przetworzona do postaci gotowych wyrobów, zdalnych do ponownego zastosowania zarówno w samej branży poligraficznej, jak i szerzej w gospodarce. Przykładem takiego odpadu są opakowania w postaci paletopojemników IBC czy beczek stalowych, które mogą zostać zregenerowane i kolejny raz użyte do transportu i magazynowania substancji i preparatów ciekłych. Taka regeneracja obejmuje przede wszystkim mycie i dezynfekcję odpadów opakowaniowych, naprawę mechaniczną oraz kontrolę jakości i szczelności odzyskanych opakowań. Innym odpadem nadającym się do recyklingu są niektóre zużyte rozpuszczalniki organiczne, powszechnie stosowane w branży poligraficznej, któ-

re również mogą podlegać odzyskowi i regeneracji oraz ponownemu zastosowaniu w procesach drukarskich. W tym przypadku recykling obejmuje rozdział odpadów ciekłych poprzez odparowanie, a następnie skroplenie ich poszczególnych składników w celu wyizolowania lub oczyszczenia pożądanego związku chemicznego stanowiącego destylat zdolny do zawrócenia do procesów produkcyjnych prowadzonych w zakładach poligraficznych. Powyższe przykłady stanowią idealne przejawy tzw. gospodarki o obiegu zamkniętym, będącej koncepcją środowiskową wdrażaną aktualnie w Unii Europejskiej, niemniej należy zawsze pamiętać, że procesy recyklingu mogą być prowadzone wyłącznie przez uprawnione i wyspecjalizowane podmioty i nie każdy odpad, z uwagi na właściwości, składniki czy stopień i rodzaj zanieczyszczenia, nadaje się do tego typu procesów.

Czy branża poligraficzna ma jeszcze inne obowiązki środowiskowe oprócz prowadzenia prawidłowej gospodarki odpadami?

Zdecydowanie tak! Ochrona środowiska w Polsce wiąże się ze znaczną ilością obowiązków o charakterze administracyjnym, ewidencyjnym i sprawozdawczym. W pierwszej kolejności wymienić należy konieczność posiadania przez zakłady poligraficzne decyzji administracyjnych uprawniających do oddziaływania na środowisko naturalne. W przypadku wytwarzania w skali roku odpadów niebezpiecznych o masie powyżej jednej tony lub odpadów innych

niż niebezpieczne o masie powyżej 5 tys. ton każda drukarnia zobowiązana jest do uzyskania pozwolenia na wytworzenie odpadów. Z kolei prowadzenie przez drukarnie zorganizowanej emisji zanieczyszczeń do atmosfery w wielu przypadkach wymaga również posiadania pozwolenia na wprowadzenie gazów lub pyłów do powietrza z uwagi na zawartość tzw. lotnych związków organicznych w wyrobach poligraficznych, takich jak farby, lakiery, środki czyszczące czy preparaty do regeneracji. Brak obligatoryjnych decyzji administracyjnych skutkuje w przypadku kontroli karami finansowymi, a nawet – w szczególnych sytuacjach – nakazem zatrzymania instalacji ponadnormatywnie oddziałującej na środowisko. Do tego dochodzą zobowiązania sprawozdawcze obejmujące coroczne raportowanie do urzędów marszałkowskich oraz do Krajowego Ośrodka Bilansowania i Zarządzania Emisjami (KOBIZE). Nie można również zapominać o obowiązkach ustawowych związanych z wprowadzaniem na rynek krajowy produktów w opakowaniach, które także dotyczą podmiotów z branży poligraficznej i skutkują, w przypadku ich niewypełnienia, dotkliwą sankcją karną w postaci tzw. opłaty produktowej. Należy zatem podkreślić, że zdecydowana większość procesów prowadzonych w zakładach poligraficznych wiąże się z jakimś oddziaływaniem na środowisko naturalne. Nieistotne, czy jest to cięcie papieru generujące odpady w postaci ścinki drukarskiej, czyszczenie instalacji przy zastosowaniu preparatu zawierającego lotne związki organiczne

czy też owijanie folią stretch zadrukowanych arkuszy – w każdym przypadku powstaje zobowiązanie prawne w zakresie szeroko pojętej ochrony środowiska, którego brak realizacji skutkuje zazwyczaj konsekwencjami prawnymi i finansowymi.



Krzysztof HORNICKI

wiceprezes zarządu, główny specjalista ds. ochrony środowiska Interseroh Polska sp. z o.o. Ekspert w zakresie konsultingu środowiskowego. Na co dzień zajmuje się doradztwem w kwestiach stosowania skutecznych i zgodnych z aktualnymi wymaganiami prawnymi metod zarządzania w przedsiębiorstwie obszarem szeroko pojętej ochrony środowiska. Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego na kierunku ochrona środowiska, autor licznych szkoleń dla przedsiębiorców oraz prowadzący od wielu lat audyty środowiskowe w małych, średnich i dużych firmach. Przewodniczący Rady Polskiej Izby Odzysku i Recyklingu Opakowań oraz fundator Fundacji Rozwiązań Ekologiczno-Edukacyjnych „Green”.

reklama



EFEKTYWNE ŁĄCZENIE stosów drukowanych materiałów.

FOOD

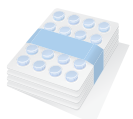
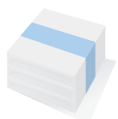
GRAPHICS

LOGISTICS

MANUFACTURING

MERCHANDISING

PHARMA



Krótką historia cylindrów rastrowych

Wojciech BARABASZ

Zanim wymyślono cylindry rastrowe i druk fleksograficzny, królował druk typograficzny, w którym farba nadawana jest na wypukłą formę drukową przez cylindry, a ściślej przez szczelinę między dwoma cylindrami. Taki sposób transferu farby pozwalał na druk apli. Za pomocą regulacji szczeliny można było zwiększyć ilość podawanej farby i poprawić gęstość optyczną wydruku. Z drugiej jednak strony, ze względu na zasychanie farby na krawędziach płyty, możliwości w zakresie druku elementów drobnych jak kreski czy teksty były znacznie ograniczone. Powstała zatem potrzeba znalezienia sposobu bardziej precyzyjnego dozowania farby. Krokiem w stronę rozwiązania tego problemu było wykonanie powierzchni cylindra dozującego o strukturze chropowatej. Chropowatość uzyskiwano poprzez piaskowanie metalu i chromowanie. W ten sposób poprawiono precyzję dozowania. Jednak nie zapewniało to wystarczającej kontroli nad transferem farby, nie był on homogeniczny.

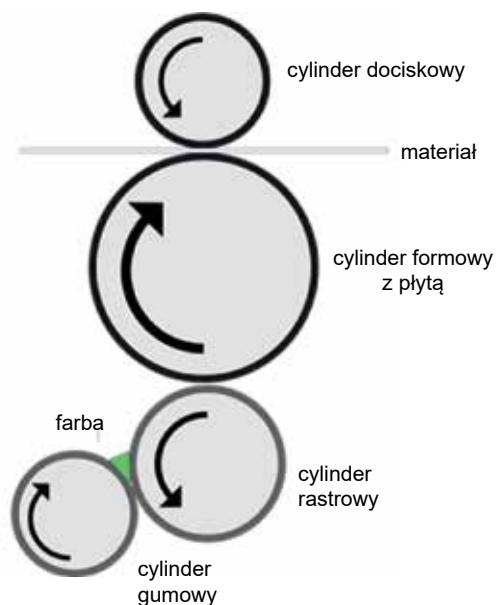
Dużo lepsze efekty daje dozowanie farby za pomocą cylindra pokrytego siatką kałamaryzków o jednorodnej strukturze.

Pierwszy taki cylinder został wprowadzony w latach 30. XX wieku w maszynie przeznaczony do druku farbami anilinowymi. Wkrótce nazwany został aniloksem (ang. anilox roll). Był to cylinder stalowy pokryty warstwą miedzi, w której grawerowano mechanicznie raster i chromowano.

Warstwa chromu chroni powierzchnię przed korozją i zużyciem. Ma ona niskie napięcie powierzchniowe i dzięki temu zapewnia dobry transfer farby. Jednak cylindry chromowe o takiej konstrukcji nie wytrzymują obciążeń mechanicznych i szybko się zużywają. Warstwa miedzi jest bardzo miękka. W układzie zespołu farbowego z cylindrem gumowym cylinder rastrowy obtacza się po wałku gumowym. W tym przypadku dochodzi do rozwałcowania siatki rastrowej wykonanej w miedzi, rozszerzenia progów i spadku głębokości, a zarazem pojemności kałamaryzków. Warstwa chromu pozostaje na zewnątrz.

Zużyty cylinder tego typu wyglądem przypomina gładki cylinder chromowy.

Cylindry chromowe nie nadawały się także do współpracy z raklem. Rakiel zdiera warstwę chromu i powoduje wy-



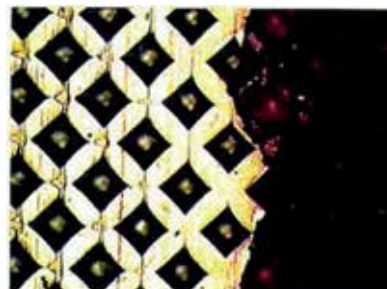
Rys. 3. System farbowy z cylindrem gumowym



Rys. 1. Struktura dozująca piaskowana



Rys. 2. Struktura dozująca z siatką rastrową



Rys. 4. Zużyty i uszkodzony raster chromowy

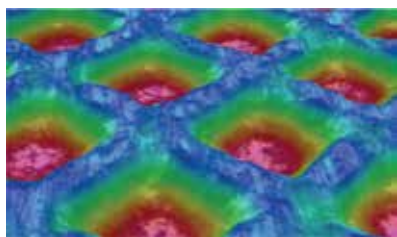
rwanie progów. Do uszkodzeń dochodziło już po kilku tygodniach eksploatacji.

W celu przedłużenia żywotności powierzchni rastrowej stosowano powlekanie galwaniczne z użyciem specjalistycznych twardych powłok. Okazało się to niewystarczająco skuteczne.

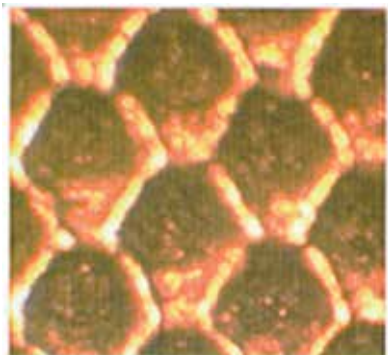
Kolejnym sposobem na poprawę żywotności cylindrów rastrowych chromowanych było napylenie powłoki ceramicznej na wygrawerowaną siatkę rastrową. Niestety, zastosowanie powłoki jest ograniczone do siatek rastrowych z bardzo niską liniaturą, wynoszącą maks. 80–90 l/cm. W trakcie powlekania ceramicznego drobniejszych siatek rastrowych kałamaryzki wypełniają się materiałem ceramicznym i przestają spełniać swoje zadanie.

Siatki rastrowe cylindrów chromowych wykonywane były w miedzi metodą wytrawiania, nakłuwania głowicą diamentową, tak jak produkowane są cylindry włókniarstwo, a w końcu moletowane mechanicznie w stali. Te technologie sprawiły, że przez długi czas kałamaryzki miały formę ostrosłupów lub ostrosłupów ściętych, zaś kąt pochylenia siatki wynosił 45°.

Kiedy w 1987 roku pojawiły się pierwsze cylindry rastrowe grawerowane laserowo, przyjęto również kąt pochylenia siatki 45°, starając się dopasować do obowiązującego standardu.

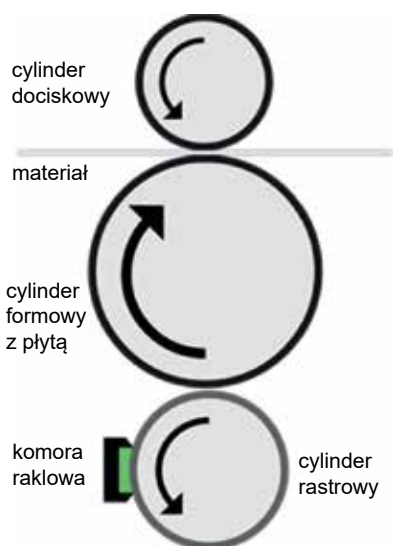


Rys. 5. Raster chromowy, kąt 45°



Rys. 6. Raster ceramiczny, kąt 45°

Wprowadzenie techniki plazmowego powlekania cylindra powierzchnią ceramiczną i grawerowanie laserowe było ogromnym krokiem naprzód. Ceramika, znacznie twardsza od chromu, umożliwiła szersze wykorzystanie systemów rakłowych. Początkowo w ślad za włókniarstwem były to rakle współbieżne, później rakle negatywowe i komory rakłowe.



Rys. 7. System farbowy z komorą rakłową

Z drugiej strony wykorzystanie promienia laserowego do kształtowania kałamaryzki pozwoliło uzyskać znacznie cieńsze progi oraz podnieść liniaturę cylindrów rastrowych. O ile w przypadku cylindrów chromowych wartością graniczną, przy której zachowywało się kompromis między wytrzymałością a jakością druku, była wielkość 140 l/cm, to wprowadzenie nowej technologii grawerowania laserowego umożliwiło wykonanie siatki rastrowej o liniaturze powyżej 200 l/cm. Przy takich liniaturach cylinder gumowy okazał się za mało dokładny. Dopiero wprowadzenie systemów rakłowych umożliwiło precyzyjne dozowanie farby.

Dzięki podwyższeniu liniatur cylindrów rastrowych podniosła się znacznie jakość druku pisma i kreski oraz możliwe stało się reprodukcje obrazów barwnych w gęstościach rastra 65–70 lpi. W tym okresie stosowano lasery gazowe CO₂. W 1990 roku pierwszy raz wykonano grawerunek laserowy o strukturze plastra miodu. Taki raster nazwano heksagonalnym pochyłym o kąt 60°. Choć dzisiaj wydaje się to nieprawdopodobne, warto pamiętać, że

TAJEMNICA USZLACHETNIENIA

Złocenie do formatu B1

- foliami metalicznymi
- foliami dyfrakcyjnymi
- Liquid Silver (Cold Stamping).

Lakierowanie UV

- wybiórcze
- po całości
- brokatowanie
- zdrapki
- lakier wypukły 3D
- lakiery specjalne
- lakier holograficzny.

Foliowanie do formatu B0

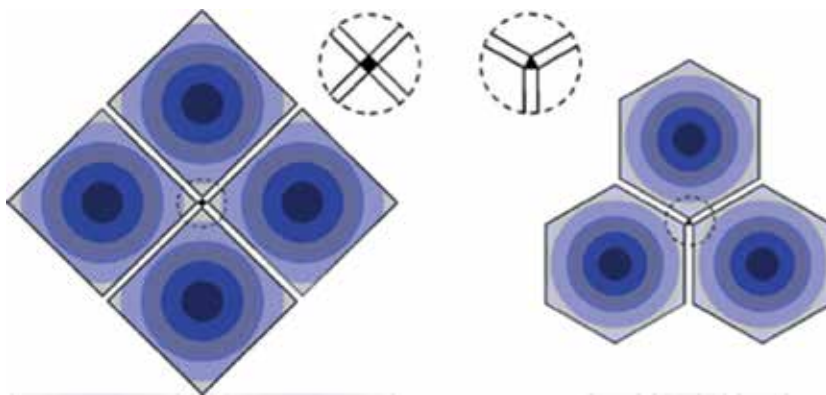
- foliowanie arkuszy z wyciętym okienkiem
- folią matową
- folią błyszczącą
- folią PET metalizowaną
- folią strukturalną.

Kalandrowanie

- faktura płótna
- faktura skóry
- faktura prążków.

Wykrawanie.





Rys. 8. Siatka rastrowa z kątem 45° i 60°

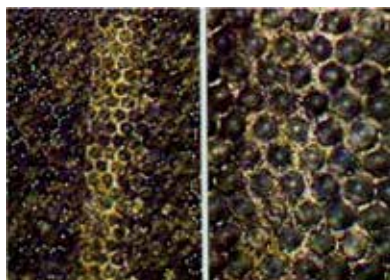
pomimo oczywistych zalet takiej siatki jeszcze do 2001 roku dyskutowano nad jej wyższością nad siatką rastrową pochyloną pod kątem 45°.

Zaletą siatki heksagonalnej jest symetryczność w każdym kierunku, co przekłada się na homogeniczny transfer farby na całej powierzchni. Siatka pochylona pod kątem 45° ze względu na różne odległości między kałamarzykami w różnych kierunkach ma tendencję do nierównego transferu farby, co objawia się w formie prążków w kierunku druku. Im bardziej zużyty raster, tym ta tendencja jest większa. W przypadku siatki heksagonalnej znacznie mniejsze są punkty wiązania siatki, co jest szczególnie widoczne w siatkach grawerowanych laserowo (zob. rys. 4). Kałamarzyk takiej siatki przestaje być ostrosłupem, a osiąga kształt zbliżony do kubka. Przynosi to wiele korzyści, m.in. łatwiejszą wymianę farby czy mniejszą głębokość przy tej samej pojemności. Siatka heksagonalna lepiej współpracuje z raklem.

Wraz z wprowadzeniem siatki heksagonalnej możliwe stało się grawerowanie siatek o wysokich liniaturach. Pod koniec lat 90. powszechnie stosowano liniatury 315 l/cm, a rozwój techniki CTP stymuluje dalsze podnoszenie tej wielkości. Jednak należy pamiętać, że grawerując pojedynczym uderzeniem promienia lasera impulsowego (single-hit), można wygenerować kałamarzyki o bardzo małej pojemności. Dlatego przez długi czas liniatury 315–320 l/cm kojarzono z pojemnościami 2,5–3,5 cm³/m². W projektach zaczęły pojawiać się przejścia tonalne od bardzo drobnych punktów, około 3% do pełnej apli, których nie można było wykonać na jednym zespole drukowym z wykorzystaniem cylindrów rastrowych o ograniczonej pojemności. Koniecz-

ne stało się znalezienie sposobu na wykonanie głębszych kałamarzyków. W roku 1996 wprowadzono zatem technologię „multi-hit”, w której do wykonania kałamarzyka wykorzystuje się wielokrotne uderzenie promienia lasera. Dzięki temu stało się możliwe uzyskanie zestawień 320 l/cm z pojemnością 4,5–5 cm³/m² oraz druk z płyt 120 lpi. Już wtedy istniała techniczna możliwość wykonania bardzo wysokich liniatur – powyżej 600 l/cm.

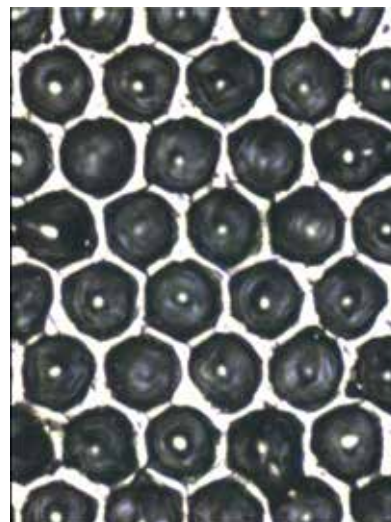
Przełom naszego stulecia to pojawienie się laserów YAG, które zamiast wytapiać ceramikę, powodują natychmiastową jej przemianę do formy gazowej (sublimacja). Chociaż celem ich wprowadzenia miało być otwarcie nowych możliwości w zakresie liniatur i pojemności, to przełomem było znaczne skrócenie czasu produkcji. Jednakże w początkach stosowania laserów YAG pojawiło się wiele problemów eksplo-



Rys. 9. Uszkodzona siatka grawerowana laserem YAG

atacyjnych, m.in. generowano zbyt cienkie progi, które w kontakcie z rakłą ulegały wyłamaniu.

Aby uniknąć problemów, wprowadzono obligatoryjne szlifowanie siatki rastrowej, co pozwalało znacznie poszerzyć progi i podnieść ich wytrzymałość mechaniczną. Paradoksalnie na skutek tych zabiegów nowa siatka rastrowa



Rys. 10. Szlifowana siatka grawerowana laserem YAG

wyglądała jak zużyta. W tym okresie pojawiły się głosy, że należy wrócić do kąta 45°, bowiem dzięki szerszym punktom wiązania siatka tego typu będzie bardziej odporna na uszkodzenia.

Po kilku latach problem udało się opanować poprzez zmniejszenie mocy promienia w końcowej fazie grawerowania kałamarzyka, co skutkuje przejściem z fazy odparowania do fazy przetapiania ceramiki. Przetopiona zewnętrzna powierzchnia ceramiki wzmacnia progi i poprawia jej gładkość. Wprowadzenie modyfikacji pozwoliło na szerokie zastosowanie laserów YAG na rynku.

Dokończenie w następnym numerze.



Wojciech BARABASZ

absolwent Wydziału Konstrukcji Maszyn Politechniki Wrocławskiej. Wieloletni pracownik Fabryki Maszyn Papierniczych FAMPa w Jeleniej Górze na stanowiskach: konstruktor i zastępca dyrektora ds. technicznych. Od roku 1994 prezes spółki Barmey. Specjalista, zwłaszcza w dziedzinie fleksografii, zaangażowany w problematykę poligraficzną, służy fachowym i wszechstronnym doradztwem.

Konica Minolta i cyfrowe drukowanie etykiet alternatywą dla techniki fleksograficznej

Pierwsza w Polsce instalacja maszyny Accurio Label 190 w drukarni FlexOn

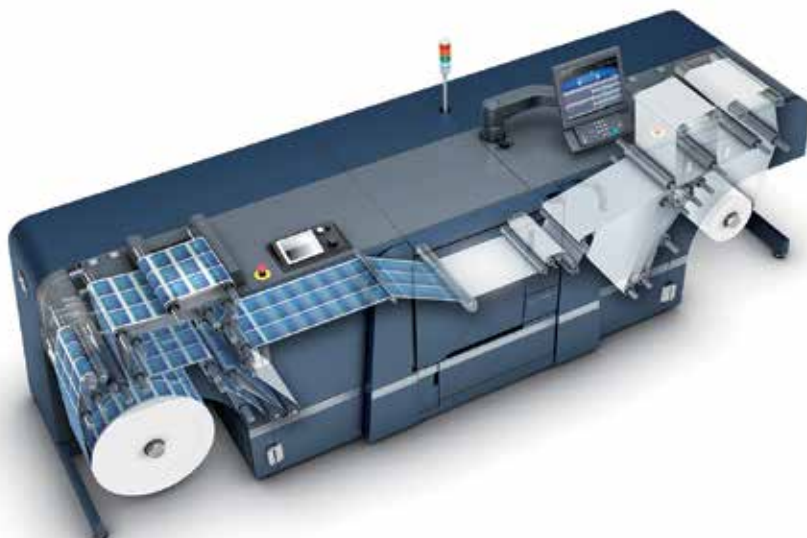
Pierwsza w Polsce maszyna Konica Minolta do przemysłowego, cyfrowego druku etykiet z roli – Accurio Label 190 – rozpoczęła niedawno pracę w firmie FlexOn. Drukarnia ta od lat specjalizuje się w produkcji etykiet i naklejek do różnego typu zastosowań. Po niespełna trzech miesiącach od inwestycji Michał Pabiasz, właściciel przedsiębiorstwa, jest przekonany, że wdrożenie rolowego druku cyfrowego w jego drukarni było koniecznością i odpowiedzią na aktualne potrzeby klientów. Stanowi bowiem przyszłość każdej drukarni etykietowej, która chce utrzymać swoją pozycję na rynku i dalej się rozwijać.

Specjalizacja: drukowanie etykiet

„Nasza firma to drukarnia rodzinna – mówi Michał Pabiasz – która powstała w latach 90. ubiegłego wieku. Początkowo zajmowała się obsługą lokalnych klientów. W 1997 roku pojawiła się tu pierwsza maszyna fleksograficzna.

Kiedy w latach 2007–2008 zacząłem zarządzać firmą wspólnie z moim ojcem Wojciechem (założycielem przedsiębiorstwa), na rynku produkcji offsetowej zaczęły zachodzić istotne zmiany. Następową globalizacja i lokalna drukarnia, skupiająca się na klientach tylko z regionu, przestawała mieć ra-

cję bytu. Ojciec, bazując na swoim doświadczeniu (również w zakresie drukowania etykiet), powiedział mi wówczas ważną rzecz, którą powtarzają sobie obecnie ludzie z branży: kiedy rynek dotyka kryzys, firmy zrezygnują z drukowania materiałów reklamowych, ograniczając swój budżet, natomiast ich produkt zawsze będzie potrzebował etykiety. Dlatego wspólnie postanowiliśmy przekształcić nasze przedsiębiorstwo i zająć się tym właśnie asortymentem. Przez lata wyspecjalizowaliśmy się więc w produkcji etykiet, udoskonalając je i dostosowując do potrzeb klientów. Dzięki temu udaje nam się osiągać sukcesy na tym rynku nie tylko w kraju, ale także poza jego granicami”. Obecnie produkcja drukarni FlexOn dla klientów zagranicznych to około 40% – odbiorcami jej usług są przede wszystkim kraje skandynawskie, Niemcy, Irlandia, Belgia czy Szwajcaria; firma ma też stale powiększające się grono klientów w naszym kraju. Są wśród nich przedstawiciele niemal każdej branży. „Sukcesy drukarni FlexOn – mówi Marcin Zaporowski odpowiedzialny za sprzedaż rozwiązań druku przemysłowego w firmie Konica Minolta – zbudowane są na ogromnej wiedzy i doświadczeniu. Współpraca z tą firmą nie ogranicza się tylko do zlecenia usług w zakresie drukowania. Oferowane usługi dotyczące etykiet zawsze poprzedzone są przez rozpoznanie potrzeb klientów – jakie produkty mają być nimi znakowane, w jakich warunkach przechowywane i transportowane,





Marcin Zaporowski (Konica Minolta), Michał Pabiasz (FlexOn)

a dopiero wówczas proponowane są konkretne rozwiązania. FlexOn bacznie obserwuje rynek etykiet i zmiany, jakie na nim zachodzą w ostatnich latach. Najbardziej znaczącymi w ostatnim czasie są spadające nakłady i większa różnorodność zleceń”.

Fleksografia i druk cyfrowy – formuła biznesu na nowe czasy

„Prawdą jest – kontynuuje Michał Pabiasz – że to, co dzieje się na rynku, musiało wygenerować zmiany również w naszym przedsiębiorstwie. Już jakiś czas temu zorientowaliśmy się, że około 90% zapytań, jakie docierają do naszej firmy, dotyczy etykiet w niższych nakładach. Przeanalizowawszy tę sytuację, doszliśmy do wniosku, że szkoda rezygnować z tych zleceń. W tamtym jednak czasie nie mogliśmy sobie pozwolić na dostępne wówczas na rynku rolowe maszyny cyfrowe, dlatego zdecydowaliśmy się na zakup urządzeń arkuszowych. Wybór padł na rozwiązanie Konica Minolta i przy tej okazji nawiązaliśmy bardzo dobre relacje z tym producentem. Poznaliśmy firmę i jej obsługę sprzedażową, posprzedażową i serwisową, z której byliśmy bardzo zadowoleni. To był pewnego rodzaju etap przejściowy dla naszej działalności, ponieważ coraz częściej nasi klienci domagali się etykiet z roli, również w przypadku mniejszych nakładów. Przede wszystkim dlatego, że aplikacja takiej etykiety jest prostsza, zdecydowanie szybsza i tańsza – dziś

pracownik aplikujący ręcznie etykiety z arkusza to także koszt, a brak pracowników wykonujących proste prace też staje się problemem. Wiedzieliśmy więc, że w naszej firmie po prostu musi się pojawić rolowa maszyna drukująca etykiety”.

Accurio Label 190 – strzał w dziesiątkę

„Każda drukarnia etykietowa, która chce dalej istnieć na rynku usług poligraficznych i się rozwijać, nie może zrezygnować z technologii cyfrowej – mówi Michał Pabiasz. – Podobnie zresztą rzecz się miała przed laty w drukarniach offsetowych. Wiele z nich podchodziło wówczas do tematu „cyfry” sceptycznie. Po latach okazało się jednak, że technologia ta jest alternatywną w niemal każdej liczącej się drukarni o tym profilu. Wiedziałem,

że ten trend dogoni również etykiety. Zmniejszone nakłady, krótkie terminy realizacji, potrzeba personalizacji czy druk na żądanie – to obecnie główne potrzeby firm zlecających nam produkcję. Nie obchodzi ich w zasadzie, w jaki sposób wydrukujemy etykiety – jej jakość ma być wysoka, ma nie różnić się od jakości etykiety drukowanej w tradycyjnej technice fleksograficznej, którą cały czas oferujemy, a dodatkowo ma być prosta w aplikacji niezależnie od nakładu. Przyznam, że jakiś czas czekaliśmy na takie urządzenie. Odpowiedzią na wszystkie te potrzeby stała się dla nas maszyna, która pojawiła się w ofercie Konica Minolta – Accurio Label 190. Oferowana przez nią jakość jest tak wysoka, że ponad 90% naszych klientów nie widzi różnicy w stosunku do wydruków z maszyn fleksograficznych. Dzięki temu zakupowi mogliśmy zaproponować im produkt tej samej, wysokiej jakości, w różnych nakładach. Z kolei możliwości w zakresie znakowania, personalizacji otworzyły przed nami nowe perspektywy – zaofiarowaliśmy nową usługę i otworzyliśmy się na nowych klientów, których stale przybywa”.

Przed ostateczną decyzją dotyczącą wyboru maszyny FlexOn brał pod uwagę także konkurencyjne urządzenia, ale – co podkreśla jego właściciel – równie ważnym jak sama maszyna aspektem każdego zakupu jest postawa partnera, z którym podejmuje się współpracę. „Konica Minolta przez wiele lat udowodniła, że jest dla nas wsparciem – nie tylko sprzedawcą, ale przede wszystkim doradcą. Również serwis tej firmy jest niezawodny, a nasze relacje z handlowcem Marcinem Zaporowskim i serwisantem Sebastianem Witkowskim są wręcz idealne, stąd ostatecznie zdecydowaliśmy się na urządzenie z oferty tego właśnie producenta” – mówi.



Właściciel drukarni FlexOn podkreśla, że zakup rolowej maszyny cyfrowej stawia go dziś krok przed konkurencją. „Potrzeby rynku dla każdej drukarni etykiet są takie same. Wiedziałem, że jeśli będę odsuwał inwestycję w rolową maszynę cyfrową, to gdzieś się spóźnię” – mówi.

Maszyna rozpoczęła pracę w drukarni FlexOn we wrześniu br. „Zakup przede wszystkim znacząco odciążył nasze maszyny fleksograficzne. Możemy obecnie spokojnie realizować produkcję, a klientom zaoferować wybór. Otrzymują oni od nas dwie oferty – na druk etykiet z udziałem matryc i wykrojnika oraz bez nich. Ponieważ jest to czasami znaczący koszt, klient sam musi zdecydować, która z opcji będzie dla niego bardziej korzystna. Oczywiście, jeśli zamierza powtarzać druk, zaoferujemy mu drukowanie w tradycyjnej technice fleksograficznej (posiadamy dwie maszyny tego typu), jeśli jego etykiety będą uwzględniać zmienne dane lub różne wersje – tu rozwiązaniem może być jedynie technologia cyfrowa, w naszym przypadku Accurio Label 190 firmy Konica Minolta”.

„Nasza oferta w zakresie przemysłowych maszyn cyfrowych jest coraz szersza – stwierdza Marcin Zaporowski. – Na całym świecie z rozwiązań firmy Konica Minolta korzystają tysiące drukarni, również etykietowych. Także w Polsce Konica Minolta na stałe wpisała się w przestrzeń drukarni offsetowych. Teraz przyszedł czas na fleksografię. Również dla tego segmentu mamy bowiem profesjonalne rozwią-

zania, czego przykładem jest instalacja w drukarni FlexOn. Jesteśmy bardzo zadowoleni obserwując rozwój i sukcesy tego klienta. Cieszy nas również fakt, że także kolejne drukarnie z tej branży zdecydowały się na wdrożenie naszego rozwiązania, co dowodzi jego wysokiej jakości i znajomości potrzeb rynku fleksograficznego przez naszą firmę”.

Nowe możliwości dla drukarni etykietowej

Inwestycja w rolową maszynę cyfrową z oferty Konica Minolta przyniosła drukarni FlexOn szereg korzyści. „Zawsze staramy się wygrywać jakością. Kiedy więc cenowo spotykamy się z konkurencją i okazuje się, że nasza jakość zwycięża, bardzo nas to cieszy. Dzieje się tak niezależnie od technologii, w której drukujemy etykiety. Dzięki inwestycji w maszynę Accurio Label 190 nasz klient otrzyma teraz od nas etykietę z roli w dowolnym nakładzie. Jeśli ma taką potrzebę, czy zwyczajnie bardziej się mu to opłaca, może zrezygnować z kosztów matrycy i wykrojnika, bo cyfrowe drukowanie etykiet to umożliwia. Jeśli potrzebuje personalizacji, znakowania, zastosowania zmiennych danych – robi to u nas. Klienci doceniają też zmienne kody kreskowe drukowane na naszych etykietach – ich jakość, co podkreślają, jest bardzo wysoka. 500 tysięcy zmiennych kodów w ciągu jednego dnia – już wiemy że nie stanowi to dla nas problemu, co w jeszcze większym zakresie otwiera nas na nowe

branże np. reklamową, dając możliwości rozwoju. Kolejną specjalnością, która nas wyróżnia, jest oferta w zakresie etykiet odpornych na trudne warunki – od wielu lat inwestujemy w rozwój tego asortymentu i dzięki temu mamy do zaoferowania naklejki z odpornością zewnętrzną do 5 lat, etykiety odporne na ekstremalne temperatury oraz inne do bardzo specjalistycznych zastosowań przemysłowych. Co więcej, tego rodzaju produkty możemy dzięki Accurio Label 190 zrealizować teraz również w mniejszych nakładach i to znacznie szybciej niż firmy reklamowe. Do współpracy zapraszamy firmy z każdej branży, także niewielkie przedsiębiorstwa – lokalnych producentów, których stale przybywa, a którzy potrzebują etykiet na swoje produkty (winiarzy, producentów zdrowej żywności, firmy kosmetyczne i inne). Nie tylko wydrukują je u nas, ale otrzymają także produkt, który pozwoli im się wyróżnić na rynku. Maszyna Accurio Label 190, co warto podkreślić, doskonale sprawdza się bowiem przy druku na materiałach fakturowanych, przyciągających wzrok konsumenta, niejednokrotnie podnoszących produkt do klasy premium – tradycyjna fleksografia sobie z tym nie radzi.

Etykiety w dowolnym nakładach i kształtach (bez kosztu wykrojnika) możemy też różnorodnie uszlachetniać, do druku cyfrowego dodajemy na przykład złocenie czy tłoczenie. Jestem zwolennikiem rozłącznych procesów drukowania i uszlachetniania, stąd też mój wybór padł na maszynę Konica Minolta. Daje ona nam zdecydowanie większą elastyczność i nie ogranicza produkcji. Jako jedyni w Polsce wdrożyliśmy do naszej oferty również produkt, będący transferem samego nadruku na dowolną powierzchnię, co stanowi oznakowanie właściwie nie do usunięcia. Jego produkcja opiera się na metodzie hybrydowej – w tym zakresie urządzenie Konica Minolta również bardzo dobrze się sprawdza. To produkt, który znajduje zastosowanie tam, gdzie są trudności z klejeniem etykiety, bądź klientowi zależy, aby nie można było jej odkleić (przy systemach znakowania, zabezpieczania). Zapraszamy do współpracy z nami klientów z wszystkich branż, z najróżniejszymi i najtrudniejszymi potrzebami. Dzięki naszej wiedzy i doświadczeniu, a także ostatniej inwestycji w maszynę Accurio Label 190, jesteśmy w stanie im pomóc”.



ARTYKUŁ PROMOCYJNY

O etykietach nad jeziorem

XIII konferencja „Etykiety samoprzylepne – najnowsze technologie”

Byliśmy już razem w centrum Polski, w górach, nad morzem, nadszedł więc czas, by polska branża etykietowa zjechała na Mazury. Tegoroczna, 13. już edycja konferencji z cyklu „Etykiety samoprzylepne – najnowsze technologie” odbyła się w dniach 18–19 października w Mrągowie. Niemal 250 uczestników tego wydarzenia spotkało się w Hotelu Mrągowo Resort & SPA, by wysłuchać wykładów na tematy żywo interesujące zgromadzonych oraz wymienić doświadczenia. Dostawcy technologii do produkcji etykiet, właściciele i pracownicy drukarni ponownie mieli możliwość poszerzenia wiedzy, odświeżenia starych i nawiązania nowych znajomości, a także wspólnej zabawy podczas wieczoru hawajskiego.



Gospodarzem tej cyklicznej konferencji integracyjnej jest Polski Drukarz sp. z o.o., wydawca miesięcznika „Świat DRUKU”. Jej tegoroczną edycję współorganizowały firmy: API Folie Polska, Avery Dennison Polska, Digiprint, Enprom Packaging, Esko, Eurostick, EyeC Polska, FLEXcon Europe, Fujifilm, GRAW, Heidelberg Polska, Koenig & Bauer (CEE), Kodak Polska, Konica Minolta, Lombardi, Mark Andy Poland, Reprograf, SCORPIO, Wink Stanzwerkzeuge i Wolff Trading. Rolę partnerów wydarzenia przyjęły firmy: DLM, Jurmet, Print Systems, IST i Star Technology, zaś patronem branżowym było Stowarzyszenie Polskich Producentów Etykiet Samoprzylepnych.



Prelegenci



Małgorzata Zaniewska



Zbigniew Jemioło



Łukasz Szymański



Kamil Haczmerian



Marcin Weksler



Łukasz Chruśliński

Uczestników spotkania tradycyjnie powitała Jolanta Ziemiak-Ronke, prezes wydawnictwa Polski Drukarz, która omówiła także program wydarzenia. Następnie **Małgorzata Zaniewska**, Country Manager Poland z firmy Avery Dennison Polska, przedstawiła pierwszą prezentację pt. „Materiały samoprzylepne a ekologia – czy można to pogodzić? Surowce przyjazne środowisku”. Wskazała w niej na rosnący problem odpadów plastikowych zanieczyszczających środowisko i planowane przez Unię Europejską dyrektywy mające ograniczyć ich używanie. Nakazują one stosowanie opakowań zgodnych do recyklingu lub ponownego użycia w wymiarze 65% od roku 2025 i w 100% od roku 2030. Prelegentka zapoznała słuchaczy z rozwiązaniami wdrażanymi przez Avery Dennison, mającymi na celu ochronę środowiska, jak m.in. używanie surowców z od-

powiedzialnych źródeł i recyklingu, redukowanie odpadów, zróżnicowane programy recyklingu, w tym technologia Clean Flake, pozwalająca na bezśladowe usunięcie etykiety bez zanieczyszczenia poliestru klejem.

Drugą prezentację poprowadzili wspólnie **Zbigniew Jemioło** i **Łukasz Szymański** z Digiprint PL. Przygotowany przez nich referat nosił tytuł „Nowa jakość w cyfrowej przygotowaniu płyt flekso – Crystal Quality”. Prelegenci pokrótce przybliżyli słuchaczom historię procesu naświetlania, po czym przedstawili nową generację urządzeń do produkcji płyt flekso – naświetlarki CDI Crystal 5080 i kopioramy UV LED XPS Crystal 5080, a także CDI Crystal XPS – w pełni zautomatyzowanego i zintegrowanego rozwiązania łączącego obydwie te urządzenia. Na koniec zaprezentowali Print Control Wizard – kreator kalibracji druku firmy Esko.



Tematem przewodnim wystąpienia **Kamila Haczmeriana**, Sales Managera Flexo, Koenig & Bauer (CEE), był druk cyfrowy. Zaprezentował on inkjetową maszynę hybrydową UV Nilpeter Panorama, wolnostojącą lub do indywidualnej konfiguracji w linii z modułem konwertującym. Umożliwia ona m.in. druk cyfrowy i fleksy, wykrawanie i uszlachetnianie etykiet, laminację, hot i cold foil, tłoczenie, może być wyposażona w wykrojnik semirotacyjny lub rotacyjny.

Kolejnym prelegentem był **Marcin Weksler**, Business Development Manager z firmy EyeC Polska, który wygłosił wykład pt. „Dlaczego inspekcja wizyjna jest ważna dla drukarni i ich klientów?”. Mówił o potrzebie kontroli wizyjnej w procesie zadrukowywania etykiet i folii oraz o automatycznych rozwiązaniach zastępujących manualne procesy kontrolne. Oferowany przez EyeC sprzęt do inspekcji może być stosowany we wszystkich etapach druku.

Po krótkiej przerwie, podczas której goście mogli zwiedzić wystawę przygotowaną przez partnerów i współorganizatorów

konferencji, wystąpił **Łukasz Chruśliński**, Sales Manager z Mark Andy Poland, z prezentacją pt. „Najnowsza hybrydowa platforma Digital Series HD – live streaming”. Omówił on możliwości unowocześnionej maszyny Digital Series HD, która łączy hybrydową konstrukcję, procesy uszlachetniania realizowane inline, druk cyfrowy z wysoką rozdzielczością oraz elastyczność i wysoką wydajność w działaniu. Wystąpienie to było oryginalne, bowiem audytorium zamiast tradycyjnych slajdów mogło na ekranie obserwować działanie prezentowanej maszyny w czasie rzeczywistym dzięki specjalnie przygotowanej dla uczestników konferencji transmisji na żywo wprost z warszawskiego centrum demonstracyjnego firmy.

Po nim głos zabrała **Dorota Witthuhn**, Regional Account Manager, Eastern Europe, FLEXcon Europe, a jej referat nosił tytuł: „Mission impossible? – zapytaj FLEXcon!”. Prelegentka zaprezentowała rozwiązania przeznaczone do standardowych i szczególnie trudnych aplikacji, m.in.: etykiety dla przemysłu motoryzacyjnego i lotniczego, chemicznego, elektronicznego, medycznego, etykiety na kable i przewody, linie produktów odpornych na wysokie temperatury i trwałych nawet w szczególnie trudnych warunkach, linie produktów zabezpieczających: hologramów, plomb, łatwo usuwalną folię PET, laminat blokujący UV, a także nowości. Temat ten kontynuowała **Lee Macnamara**, Marketing and Application Development Director, FLEXcon Europe, której wystąpienie przetłumaczyła Dorota Witthuhn.

Następnie wspólnie wystąpili **Enric Sucarrats**, Sales Manager, Enprom Packaging, i **Olga Ivanyushina**, Sales and Marketing Managing, Enprom Packaging, z tłumaczeniem **Bogusławy Cegłowskiej** z USPrint. Referat nosił tytuł „Rozwiązania hybrydowe w produkcji i przetwarzaniu etykiet”. Prelegenci zapoznali słuchaczy z profilem firmy i jej produktami, przede wszystkim hybrydowymi urządzeniami do konwertingu, aplikacji etykiet i wykrawania (m.in. przewijarką inspekcyjną „full-equip” eRR 165 czy przewijarką z cięciem wzdłużnym i dwoma zespołami fleksy eSR2F 110), a także maszynami do cięcia, sklejanania i kontroli etykiet termokurczliwych (m.in. modelem eRR 30).

Po przerwie obiadowej, która stanowiła okazję do rozmów na temat omawianych podczas konferencji zagadnień, kolejne



Dorota Witthuhn



Lee Macnamara



Enric Sucarrats



Olga Ivanyushina



Bogusława Cegłowska



Hanna Barcińska





35 minut należało do firmy Eurostick, oficjalnego przedstawiciela firm Scandstick A.B. i Arjobex-Polyart na rynku polskim. Jej właścicielka **Hanna Barcińska** zaprosiła do prezentacji **Jonasa Anderssona**, Export Managera, Scandstick A.B., oraz **Justynę Schab**, Sales Managera na Europę Środkową i Wschodnią, Arjobex-Polyart. W materiale pt. „Koniec ograniczeń w produkcji etykiet samoprzylepnych” omówione zostały możliwości produkcji i stosowania etykiet: materiałów, klejów i podłoży, przedstawiono także ofertę papierów syntetycznych Polyart dla branży graficznej, produkowanych przez firmę Arjobex. Jak przekonywali prelegenci, Polyart charakteryzuje się dużą wytrzymałością na rozciąganie i ekstremalne warunki, w swoich odmianach daje też możliwość uzyskania wysokojakościowych i ekskluzywnych etykiet.

tworzenia perfekcyjnego opakowania dla produktów z wysokiej półki. Jako jedno z pomocnych narzędzi dla drukarni i agencji reklamowych wskazała wydawany co półtora roku przewodnik „API Trends Folio”, poświęcony najnowszym trendom w branży opakowaniowej.

O technologii Wink SmartGap mówiły autorki następnej prezentacji – **Krystyna Hanisz**, zajmująca się w firmie Wink sprzedażą i wsparciem technicznym, oraz **Klaudia Wisniewski**, specjalista ds. sprzedaży, Wink Stanzwerkzeuge. Prelegentki skoncentrowały się na omówieniu technologii SmartGap i jej cyfrowej wersji SmartGap Touch, dzięki którym można szybko i precyzyjnie wykrawać etykiety na trudnych i cienkich materiałach.



Jonas Andersson



Justyna Schab



Massimo Lombardi



Piotr Cegłowski



Katarzyna Koziońska



Krystyna Hanisz



Klaudia Wisniewski



Jacek Galiński



Tomasz Dąbrowski



Maciej Pierzchalski



Piotr Ronke



Mateusz Martenka

Prelegenci

O najnowszych rozwiązaniach w modułowych maszynach Lombardi opowiedział autor następnej prezentacji – **Massimo Lombardi**, dyrektor zarządzający, Lombardi, którego wystąpienie było tłumaczone przez **Piotra Cegłowskiego** z USPrint. Prelegent po krótkim przedstawieniu struktury i profilu tej rodzinnej firmy skoncentrował się na omówieniu jej rozwiązań, przede wszystkim jednostki drukującej ABS (Air Blade System) i serii modułowych maszyn fleksograficznych ze znormalizowanymi systemami automatyki, a także kompleksowo konfigurowanych linii produkcyjnych.

Następnie dyrektor zarządzająca firmy API Folie Polska, **Katarzyna Koziońska**, opowiedziała, jak stworzyć opakowanie premium. Po krótkim wprowadzeniu, w swym referacie zaakcentowała wagę doboru materiałów i kolorów w procesie

Pierwszy dzień konferencji zakończył referat pt. „Nowa technologia wykonywania płyt – czy to możliwe?”, autorstwa **Jacka Galińskiego**, Sales Managera EAMER Poland & EE z firmy Kodak Polska. Wskazał on na system Kodak Flexcel NX sprzed dekady jako pionierskie rozwiązanie w zakresie fleksografii; podkreślił też, że koncern pracuje nad dalszymi innowacjami, czego przykładem jest Flexcel NX Ultra 35 – pierwszy dostępny komercyjnie system do wytwarzania fleksograficznych form drukowych, wolny od rozpuszczalników i lotnych związków organicznych.

Po przerwie na kawę i chwili na odpoczynek po intensywnym dniu goście konferencji udali się na „wieczór hawajski”, podczas którego przy kolacji, muzyce i atrakcjach sprzyjających integracji mogli wykazać się niespożytymi pokładami energii i humoru.

SŁONECZNA ENERGIA

Drukarnia Print Cycero z dumą donosi o uruchomieniu elektrowni fotowoltaicznej. Panele o łącznej powierzchni 1200m² dadzą nam 200kW mocy. Zaspokoi to w znacznym stopniu zapotrzebowanie naszej drukarni na prąd. Stajemy się w dużym stopniu niezależni od zewnętrznych dostawców, a co za tym idzie, wszelkie ograniczenia wynikające

z dostaw prądu i niestannych podwyżek cen energii nie będą miały ujemnego wpływu na naszą pracę. Dzięki temu nasi klienci będą mogli w jeszcze większym stopniu polegać na naszej terminowości. Jednocześnie stajemy się jeszcze bardziej ekologiczni dbając o zmniejszenie zanieczyszczenia środowiska naturalnego.

www.printcycero.com



reklama

Drugi dzień konferencji był równie obfitujący w interesujące wystąpienia co poprzedni. Jako pierwszy wystąpił **Tomasz Dąbrowski**, prezes Stowarzyszenia Polskich Producentów Etykiet Samoprzylepnych, który wygłosił wykład pt. „Czy opłaca się w Polsce produkować etykiety samoprzylepne?”. Po krótkiej prezentacji SPPES pokazał, że polski rynek etykiet nie wyróżnia się na tle innych krajów europejskich, następnie przeprowadził słuchaczy przez problemy i wyzwania dotyczące firmy z branży (wśród nich, obok presji na niskie ceny, zaakcentował problemy kadrowe), by na koniec wskazać ich właścicielom ścieżki rozwoju, wśród których znalazły się: racjonalizacja, automatyzacja, cyfryzacja, specjalizacja i szukanie niszy.

Kolejną prelekcję pt. „Kompletny workflow w produkcji etykiet” wygłosił **Maciej Pierchalski**, kierownik ds. projektu wdrożeń oprogramowania, SCORPIO. Najpierw zaprezentował on zalety opcji VDP Prepare, edytora Packz PDF, pakietu Cloudflow i modułu RIP, rekomendując je do organizowania, przygotowania i kontroli plików do druku w procesie produkcji etykiet i opakowań. Następnie **Piotr Ronke**, dyrektor handlowy SCORPIO, przedstawił cechy i możliwości JetVarnish 3DW – wstęgowej maszyny do lakierowania wybiórczego i tłoczenia

folią na gorąco – oraz zalety jej posiadania, m.in. wydajność, niski koszt produkcji, także przy krótkich seriach i partiach próbnych, druk zmiennych danych czy lakierowanie i złocenie do 200 μ grubości powłoki.

„DigiCare – technologia to nie wszystko” to temat wystąpienia reprezentantów firmy Digiprint – **Mateusza Martenki**, HP Indigo Service Managera, i **Wojciecha Talarka**, HP Indigo Sales Managera. Prelegenci zwrócili uwagę na duże znaczenie obsługi przed- i posprzedażowej. Chodzi nie tylko o wizytę przedinstalacyjną, samą instalację, odbiór techniczny i szkolenie wdrożeniowe, ale też początkowe wsparcie produkcyjne i późniejsze wizyty, niewymuszone awarią.

Po nich **Pierre Panel**, Export Sales Engineer, CODIMAG, zaprezentował referat pt. „Jak sprawić, by niskie nakłady były zyskowe”, a tłumaczyła **Agnieszka Głowacka**, kierownik działu maszyn i urządzeń z firmy GRAW. Jak stwierdził prelegent, najlepszym sposobem jest przewidzenie rezultatu druku przed jego rozpoczęciem, a pomoc w tym może stosowanie technologii Aniflo, którą zaprezentował jako przewidywalną i stabilną. Opiera się ona na bezwodnej jednostce offsetowej, kliszach offsetowych i prostym systemie podawania tuszu z aniloksem i pomaga zredukować koszt płyty i ilość odpadów



Wojciech Talarek



Pierre Panel



Agnieszka Głowacka



Grzegorz Kozłowski



Ian Isherwood



Piotr Krusiński





oraz zwiększyć wydajność i zyski dzięki drukowi rozszerzonym gamutem i uszlachetnieniu w linii.

Kolejne wystąpienie, dotyczące optymalnej jakości druku etykiet, należało do **Grzegorza Kozłowskiego**, Product Managera z Wolff Trading. Wśród omawianych rozwiązań znalazły się płyty fotopolimerowe (solwentowe i termiczne) firmy MacDermid, wyciszacz do płyt solwentowych Ecowash, a także serwis oraz urządzenia do przygotowania fleksograficznej Vianord i lakiery UV.

Następnie głos zabral **Ian Isherwood**, Business Manager Label and Packaging EMEA, Fujifilm, który wygłosił wykład pt. „Zmień swoją produkcję etykiet i opakowań dzięki utrwalaniu LED (system Illumina LED)”. Tłumaczenia podjął się **Piotr Kruśński** z Fujifilm Sericol Polska. Prelegent skupił uwagę słuchaczy na systemie utrwalania wydruków światłem LED UV, akcentując możliwe dzięki niemu obniżenie kosztów energii, zwiększenie produktywności i proekologiczne działanie.

„Niska migracja w cyfrowym druku etykiet” to temat zaprezentowany przez **Tomasza Naglika**, Product Managera z firmy Reprograf. Dotyczył on opakowań stykających się bezpośrednio z żywnością i migracji szkodliwych związków. Prelegent omówił rodzaje barier, europejskie przepisy i praktyki produkcyjne, a także materiały i technologie wykorzystywane do etykietowania żywności.

Później uczestnicy wysłuchali prezentacji **Andrzeja Turkiego**, dyrektora sprzedaży maszyn wąskostęgowych

z Heidelberg Polska, pt. „Nowe metody uszlachetnień etykiet na maszynach wąskostęgowych”. Zaprezentował on technologię uszlachetniania Metallic Doming, a także możliwości maszyn: Gallus Labelfire 340 z funkcją obróbki końcowej w linii do cyfrowego drukowania etykiet, Gallus Labelmaster 440 – modułowej platformy maszyn do drukowania etykiet oraz nowej wersji maszyny RCS 430.

Jarosław Krasnodębski, Industrial Printing Key Account Manager w Konica Minolta Business Solutions, poprzedził prezentację kończącą konferencję o tytule „Transformacja poligrafii w erze cyfryzacji”, przedstawiając reprezentowaną przez siebie firmę. Następnie **Krzysztof Urbanowicz**, ekspert

ds. transformacji cyfrowej, gość specjalny Konica Minolta, wskazał czynniki determinujące digitalizację firmy (m.in. personalizację, sztuczną inteli-

gencję, wirtualną i rozszerzoną rzeczywistość), następnie wykazał rosnącą popularność druku cyfrowego, także w sektorze etykiet, a na koniec przedstawił prognozy, z których wynika, że przyszłością są etykiety personalizowane i inteligentne.

Prelegentom gratulujemy ciekawych wystąpień, a wszystkim uczestnikom dziękujemy za tak liczne przybycie i ciepłe słowa pod naszym adresem. Już dziś serdecznie zapraszamy Państwa na kolejną, 14, edycję konferencji „Etykiety samoprzylepne – najnowsze technologie”, którą zaplanowaliśmy na 24 i 25 października 2019 roku.

AD

Prelegenci



Tomasz Naglik



Andrzej Turcki



Jarosław Krasnodębski



Krzysztof Urbanowicz





Dziękujemy za współpracę wszystkim uczestnikom,
prelegentom, współorganizatorom konferencji:



partnerom konferencji:



oraz patronowi branżowemu:



Osobisty miniprzewodnik po historii poligrafii

Herbert CZICHON

W jubileuszowym wydaniu „Świata DRUKU” opublikowaliśmy pierwszą część refleksji prof. Herberta Czichona na temat zapomnianych już technik poligraficznych i najnowszej historii poligrafii („Sześć dekad polskiej poligrafii”). W poprzednim numerze przypomnieliśmy dzieje druku offsetowego, wkłęsłodruku i sitodruku, w tym kontynuujemy rozważania Profesora – tym razem o druku fleksograficznym.

CZĘŚĆ 3

Fleksodruk

Fleksodruk jest odmianą drukowania wypukłego, przy czym od tradycyjnego drukowania wypukłego z metalową lub polimerową formą różni się tym, że forma drukowa jest elastyczna i ma krótki czas relaksacji, czyli czas, w którym elementy drukujące po ustaniu siły odkształcającej wracają do poprzedniej postaci.

Początki fleksodruku sięgają 1853 roku, kiedy to w Stanach Zjednoczonych zgłoszono patent na mieszankę gumową do wykonywania elastycznych form drukowych. W latach 60. XIX wieku niemiecka firma BASF uruchomiła produkcję syntetycznych barwników, zwanych anilinowymi. Zastosowano je do produkcji farb alkoholowych do form gumowych i dlatego tę technologię nazywano drukowaniem anilinowym.

Elastyczne formy fotopolimerowe

Podstawą rozwoju fleksodruku było wprowadzenie w latach 70. XX wieku płyt z elastyczną warstwą fotopolimerową. Pod wpływem promieniowania zachodzi polimeryzacja warstwy światłoczułej o grubości kilku milimetrów,

która nie rozpuszcza się w określonych rozpuszczalnikach. Po wymyciu elementów nienaświetlonych, suszeniu i doświetlaniu w celu zwiększenia twardości oraz usunięcia kleistości powierzchniowej otrzymuje się wypukłą, a zarazem elastyczną formę drukową. Technologia ta umożliwiła wprowadzenie drukowania wielobarwnego z form rastrowych, co zapoczątkowało ogromny skok jakościowy.

Oprócz zwykłych płyt fotopolimerowych są stosowane płyty termowyoływalne, które różnią się od poprzednich składem chemicznym, dzięki czemu niefotoutwardzone elementy w specjalnych urządzeniach pod wpływem ciepła stają się płynne i można je usunąć specjalnym chłonnym materiałem, a na płycie pozostają elementy naświetlone.

Elastyczne formy fleksodrukowe umożliwiają zadrukowywanie nie tylko materiałów chłonnych, takich jak papiery i kartony (jak w przypadku tradycyjnego drukowania wypukłego), ale również materiałów niechłonnych, jak np. folii z tworzyw sztucznych i metali. Aby zapobiec odkształceniom formy drukowej pod wpływem nacisku, w maszynie drukowej coraz częściej są stosowane podkłady kompresyjne.

Szybko wzrastające zapotrzebowanie na opakowania przyspieszyło rozwój fleksodruku, który umożliwił stosunkowo tanie zadrukowywanie różnego rodzaju podłoży.

Technologia od komputera do formy fleksodrukowej

Na targach drupa '95 przedstawiono po raz pierwszy laserowo-fotokemialną technologię od komputera do formy drukowej, która ugruntowała możliwości jakościowe fleksodruku.

Specjalne płyty fotopolimerowe pokryte czarną warstwą naświetla się najpierw od strony podłoża, a następnie za pomocą naświetlarki laserowej, z której laser rozkłada czarną warstwę zgodnie z danymi cyfrowymi zaprogramowanymi w komputerze. Na powierzchni płyty fotopolimerowej powstaje czarna maska. Następnie płytę naświetla się w zwykłej naświetlarce. Fotoutwardzeniu ulegają elementy niepokryte czarną warstwą. Następnie wymywa się elementy nienaświetlone, suszy i doświetla płytę promieniowaniem UVA dla zwiększenia twardości oraz promieniowaniem UVC dla zmniejszenia kleistości. Ponieważ przy tej metodzie występuje inhibicja



tlenowa (zmniejszenie szybkości polimeryzacji), otrzymuje się punkty rastrowe nieco mniejsze, bardziej strone i o kopulastej powierzchni drukującej.

Formy fleksodrukowe wodowymywalne

Dotychczas stosowane formy fleksodrukowe to formy wymywane rozpuszczalnikami organicznymi. Od kilku lat coraz szerzej są stosowane formy wymywane wodą, co poprawia warunki BHP i chroni środowisko naturalne. Wprawdzie płyty są nieco droższe, ale ze względu na wyeliminowanie droższego rozpuszczalnika wykonywanie form drukowych jest o kilka procent tańsze.

Formy drukowe otrzymywane metodą bezpośredniego grawerowania

W technologii laserowego grawerowania DDF (Direct Digital Flexo) laser sterowany komputerem w określonych miejscach rozkłada warstwę lasero-czułą, w wyniku czego uzyskuje się od razu wypukłą formę drukową. Cała technologia wykonania formy drukowej obejmuje tylko grawerowanie laserowe i usunięcie powstałego proszku najpierw wyciągiem, a następnie wodą.

Początki tej technologii sięgają 1972 roku, jednak przez długi czas była stosowana w stosunkowo niewielkim zakresie z powodu wysokiej ceny urządzeń do grawerowania, małej wydajności oraz niezbyt wysokiej jakości wykonanych form drukowych.

W 2006 roku nastąpił znaczny postęp w technologii grawerowania, powstały nowe, lepsze i tańsze urządzenia laserowe, zwiększyła się ich wydajność

oraz znacznie poprawiła się jakość wykonanych form drukowych. Zaczęto grawerować warstwy gumowe ze względu na ich dużą elastyczność i odporność mechaniczną i chemiczną. Rozpoczęto produkcję wałków z warstwą gumy na podkładzie kompresyjnym. To wszystko spowodowało, że technologia ta jest obecnie szeroko stosowana w zagranicznych zakładach poligraficznych.

Fleksodruk HD

Obecnie wprowadza się fleksodruk HD (High Definition), który ma zapewnić najwyższą jakość fleksodruku, porównywalną z jakością offsetową i wkłesłodrukową. Odbitki o jakości HD można uzyskać przez:

- kompleksowe stosowanie punktów zarówno z płaską, jak i z kopulastą powierzchnią drukującą;
- stosowanie płyt i tulei fleksodrukowych o lekko chropowatej strukturze powierzchni, która lepiej przenosi farbę;
- wykorzystanie cylindrów dozujących kanalikowych.

Dzięki technologii HD można:

- uzyskać większą przestrzeń barwną, dzięki czemu można ograniczyć liczbę dodatkowych farb (poza CMYK) lub nawet zupełnie z nich zrezygnować;
- rozszerzyć zakres stopnia pokrycia powierzchni na odbitkach prawie od 0% do 100%, co dotychczas nie było możliwe;
- uzyskać dobrą reprodukcję zarówno w światłach, jak i cieniach rysunku;
- zwiększyć gęstość optyczną rysunku na odbitce i uzyskać dobrą jakość apli;
- zwiększyć szybkość drukowania;
- zwiększyć wysokość nakładu, gdyż można zmniejszyć docisk w czasie drukowania;

- zmniejszyć postoje maszyn drukujących, które dzięki nowym cylindrom kanalikowym rzadziej wymagają czyszczenia; m.in. poprawia to warunki BHP i chroni środowisko naturalne;
- zmniejszyć ilość zużytej farby;
- zwiększyć powtarzalność produkcji; obniżyć koszty produkcji.

Przyszłość fleksodruku

Szybki rozwój fleksodruku nastąpił dzięki zastosowaniu form fotopolimerowych. W 1990 roku za pomocą tej techniki po raz pierwszy wykonano reprodukcję dzieła sztuki. Uzyskana odbitka nie ustępowała jakością odbitkom offsetowym i wkłesłodrukowym, co potwierdziło duże możliwości druku fleksograficznego.

Przede wszystkim fleksodruk został zastosowany do drukowania wszelkiego rodzaju opakowań z różnych materiałów, w tym różnych tworzyw sztucznych. W USA metodami fleksodrukowymi zadrukowuje się 30% zleceń poligraficznych oraz około 80% opakowań. W Polsce potrzeba zadrukowywania opakowań doprowadziła w ostatnich 20 latach do zwiększenia liczby zakładów fleksodrukowych z kilku do kilkuset. U nas zużywa się mniej folii na mieszkańca niż np. w USA, dlatego nadal istnieje możliwość wzrostu produkcji fleksodrukowej. ■

Do poprzedniego numeru „Świata DRUKU” wkraść się błąd – przepraszamy Pana Profesora za błędnie zapisane nazwisko.

Redakcja



prof. dr Herbert CZICHON

nestor polskiej poligrafii, naukowiec i dydaktyk, jeden z założycieli Instytutu Poligrafii Politechniki Warszawskiej i jego wieloletni dyrektor. Autor lub współautor 50 patentów wdrożonych do produkcji, ponad 300 publikacji naukowych, broszur i książek, skryptów uczelnianych, promotor i współpromotor licznych prac doktorskich na PW i w Wyższej Szkole Poligraficznej w Lipsku.

Main Topics News

viscom 2019 w nowej odsłonie

Od 8 do 10 stycznia przyszłego roku w Düsseldorfie będą odbywać się największe w Europie targi branży marketingu i reklamy – PSI, komunikacji wizualnej – viscom oraz nowe targi tekstyliów promocyjnych PromoTex Expo. Wszystkie trzy imprezy poświęcone będą nowinkom technologicznym oraz temu, jak można efektywnie wykorzystywać je w działaniach marketingowych.

Tematyka targów PSI obejmie głównie szeroko pojętą promocję i sprzedaż, PromoTex poświęcony będzie wyrobom tekstylnym i ich wykańczaniu, zaś viscom zgromadzi przedstawicieli branży poligraficznej specjalizujących się głównie w druku wielkoformatowym, druku na tekstyliach oraz produkcji materiałów reklamy zewnętrznej. Wszystko wskazuje na to, że na styczniowych targach dominować będą dwa trendy: masowa personalizacja i ekorozwój.

Przyszłoroczne targi viscom zajmą powierzchnię dwóch hal wystawienniczych Messe Düsseldorf. Organizatorzy wraz z wystawcami zamierzają pokazać wszystkie dostępne obecnie technologie poligraficzne wykorzystywane w branży reklamowej, skupiając się głównie na możliwościach oferowanych przez druk cyfrowy, również mniejszym firmom. Styczniowy viscom będzie okazją do bliższego zapoznania się z technologiami druku przestrzennego, a także cyfrowymi rozwiązaniami z zakresu reklamy zewnętrznej i wyróżnionymi displayami POS.

Na targach ma pojawić się strefa poświęcona maszynom do wykańczania tekstyliów, stanowiąca jednocześnie element organizowanych po raz pierwszy równolegle targów PromoTex Expo. Celem organizatorów jest zaprezentowanie marketingowcom możliwości oferowanych przez tekstylne materiały promocyjne poprzez pokazy ich produkcji, personalizacji i wykańczania. Kolejną nowością będzie towarzysząca targom konferencja Marketing Innovations, podczas której specjaliści będą dzielić się wiedzą z zakresu projektowania opakowań, eksponowania produktów i cyfrowych rozwiązań wykorzystywanych w produkcji POS-ów. Jako ciekawe wydarzenie towarzyszące zapowiada się także Forum 13. Będzie to seria warsztatów i pokazów



FOT. VISCOM

prowadzonych wspólnie przez specjalistów od druku cyfrowego, produkcji materiałów reklamowych oraz tekstyliów – zarówno przedstawicieli producentów i dostawców tego typu rozwiązań, jak i praktyków na co dzień je wykorzystujących.

Podczas nadchodzącej edycji viscomu odbędzie się też głosowanie w konkursie Superstar Award 2019 na najlepszego ekspozycję POS. Setkę produktów nominowanych do głównej nagrody będzie można oglądać na specjalnie przygotowanej wystawie. Listę wydarzeń towarzyszących przyszłorocznym targom viscom uzupełnią zawody oklejania samochodów European Wrap Star, współorganizowane przez firmę MR Clipart już po raz dziesiąty.

Podobnie jak w poprzednich latach „Świat DRUKU” ma dla swoich Czytelników specjalny kod upoważniający do otrzymania bezpłatnego jednodniowego biletu wstępu na targi viscom. Podczas rejestracji na stronie organizatora należy wpisać

up7w-ows4-yikv-sdrc

Szczegółową instrukcję rejestracji znajdą Państwo na naszej stronie internetowej pod adresem [http://www.swiatdruku.eu/Czytelnia/Z-ostatniej-chwili/Od-wydawcy/Bezpłatny-bilet-na-viscom-duesseldorf-2019-dla-naszycz-Czytelnikow/\(language\)/pol-PL](http://www.swiatdruku.eu/Czytelnia/Z-ostatniej-chwili/Od-wydawcy/Bezpłatny-bilet-na-viscom-duesseldorf-2019-dla-naszycz-Czytelnikow/(language)/pol-PL).



FOT. VISCOM

Paperworld 2019 – inspiracje dla profesjonalistów

Czego oczekują przedstawiciele branży papierniczej? Odpowiedź na to pytanie jest prosta – chcą adaptować najnowsze rozwiązania i wychodzić naprzeciw oczekiwaniom klientów, poszerzając ofertę o innowacyjne produkty. Wszystko, czego potrzebują, znajdują na międzynarodowych targach papieru, materiałów biurowych i piśmienniczych Paperworld, które odbędą się w dniach 26–29 stycznia 2019 roku we Frankfurcie nad Menem.

Wydarzenie cieszy się dużym zainteresowaniem zarówno odwiedzających, jak i wystawców – w 2018 roku wzięło w nim

udział 1640 wystawców z 66 krajów oraz blisko 34 tys. zwiedzających (ponad 11 tys. z Niemiec oraz ponad 22 tys. z innych krajów). Organizatorzy przewidują, że podczas nadchodzących targów po raz kolejny około 1600 wystawców zaprezentuje najnowsze rozwiązania w przestrzeni wystawienniczej podzielonej na dwa sektory: jedna przeznaczona będzie dla biura przyszłości (Visionary Office), druga poświęcona zostanie trendom w branży papierniczej (Stationery Trends). Na stoiskach znajdują się m.in. urządzenia i sprzęt biurowy, różnego typu papiery, przybory do pisania i rysowania oraz akcesoria do drukarek.

W ramach zupełnie nowej przestrzeni wystawienniczej New Envelope – Packaging for E-Commerce, która znajdzie się w hali 3 i nad którą pieczę sprawuje stowarzyszenie VDBF, zaprezentują się firmy zajmujące się sprzedażą internetową i produkcją opakowań, dostawcy usług pocztowych oraz firmy związane z platformami e-commerce. W hali 5.1 odbędzie się czterodniowy kongres „Remcon Seminars”, w ramach którego poruszane będą takie tematy, jak marketing cyfrowy, strategie w mediach społecznościowych czy brexit. Udział w wykładach jest bezpłatny. Prelekcje będą odbywać się w języku angielskim.

Organizatorzy wydarzenia zachęcają także do wzięcia udziału w Paperworld Assistants' Day – wydarzeniu poświęconym przede wszystkim pracownikom biurowym, którzy chcą być na bieżąco z najnowszymi, dostępnymi na rynku papierami, materiałami biurowymi i piśmienniczymi, ponieważ to właśnie oni dokonują ich wyboru i zakupu. Ostatniego dnia targów Paperworld 2019 odbędzie się Sustainable Office Day – wówczas odwiedzający będą mogli doszkolić się w zakresie prowadzenia zrównoważonego biura.



FOT. PAPERWORLD

Równolegle w hali 4.1 odbywać się będą targi Creative-world Trends 2019/2020, poświęcone hobby, sztuce i rzemiosłu. Zdaniem organizatorów będą one wyznaczały trendy w tym sektorze w kolejnym roku.

Bilety na targi można nabyć już dziś za pośrednictwem strony internetowej: www.paperworld.messefrankfurt.com.

Lakierówka DDC-810 w firmie Badge4U

Badge4U z Jaworzna zaczęła produkcję niemal 30 lat temu od małych, przypinanych znaczków reklamowych i okolicznościowych. Obecnie przedsiębiorstwo produkuje rocznie ponad 25 mln małych gadżetów różnego typu, z czego około 60% stanowią wspomniane znaczki, pozostałe to m.in. twarde

reklama



Energy Elite Eco & Arkana

JĘŚLI SZUKASZ PŁYTY WYTRZYMAŁEJ I EKOLOGICZNEJ

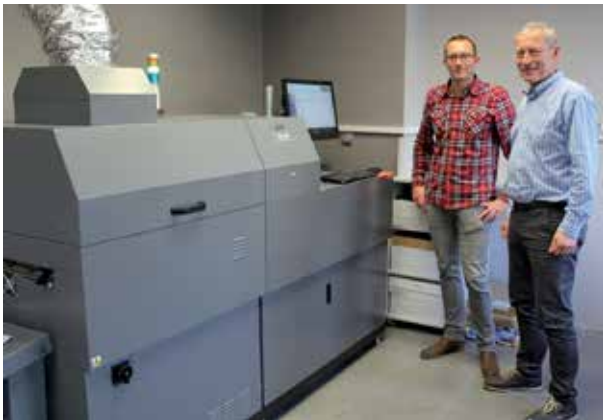
Energy Elite Eco to wyjątkowo wytrzymałe płyty offsetowe nie wymagające wypalania. Przeznaczone są do drukowania wysokojakościowych prac na szybkich maszynach akcydensowych, opakowaniowych, także farbami UV. Osiągając nakład do 600 000 odbitek mogą sprostać najbardziej wymagającym zadaniom w szerokim zakresie zastosowań, nawet przy gorszym stanie technicznym maszyn drukujących. Nawet trudne warunki drukowania nie przeszkadzają w osiągnięciu fotorealistycznej jakości obrazu.

Łącząc płyty Energy Elite Eco z nową wywoływarką Arkana, opatentowanym roztworem gumującym i systemem kaskadowym dostajesz:

- 6x mniejsze zużycie chemii
- 50% mniej odpadów
- znaczące ograniczenie czasu konserwacji urządzenia
- długą żywotność chemii (do 15 000 m²)
- eliminację wody płuczącej

www.agfagraphics.com

AGFA 
WE EMBODY PRINT



Od lewej: Marcin Pawłowski, Wojciech Pawłowski

i elastyczne magnesy, breloki, osłony na kamery, otwieracze, ściereczki z mikrofibry, uchwyty do telefonu, czyściki, teleskopy, saszetki na karty, wieszaki, podkładki pod mysz. W ofercie kierowanej również do klientów zagranicznych firma ma ponad 30 stałych pozycji. „Okazało się – mówi Wojciech Pawłowski, założyciel i współwłaściciel firmy – że mój podpatrzony wiele lat temu w Sztokholmie na targach pomysł na firmę był strzałem w dziesiątkę”. Jak podkreśla właściciel Badge4U, kluczem do sukcesu jest nie tylko pomysł na produkt i dobry projekt, ale też jakość wykonania. Możliwości produkcyjne firmie zapewniają obecnie trzy cyfrowe maszyny drukujące i park sprzętowy przygotowany do produkcji milionów gadżetów. W ostatnim czasie dołączyła do niego lakierówka Duplo DuSense. „Dążymy do tego, by coraz bardziej wyróżniać nasze produkty” – mówi Wojciech Pawłowski. „Każdego roku odwiedzamy wiele imprez branżowych na całym świecie. Podczas jednej z takich wizyt spodobały się nam znaczki z efektem tłoczenia. Próbowaliśmy je wykonać, stosując różne techniki. Nakładanie lakieru sitodrukiem, które dawałoby taki efekt – ze względu na nasze nakłady, rozpoczynające się nawet od 100 sztuk – byłoby nieoptyczne. W rotograrniurze też nie uzyskiwaliśmy oczekiwanego efektu. Właśnie w tym czasie przypadkiem dowiedzieliśmy się o lakierówce z oferty Duplo. Dzięki niej mogliśmy zrealizować produkt, o jaki nam chodziło: znaczek i magnes klasy premium lakierowane selektywnie, z efektem 3D. Taki gadżet przyciąga uwagę i wygląda ekskluzywnie. Prezentowaliśmy je już w Polsce, Hiszpanii, Francji i w Hongkongu, i wszędzie wzbudzały wielki entuzjazm”.

Konferencja użytkowników systemu Agfa Apogee

Ponad 100 klientów firmy Agfa wzięło udział w listopadowych spotkaniach, skierowanych do użytkowników jej flagowego rozwiązania workflow – systemu Apogee. Tym razem zorganizowane zostały cztery lokalne, o podobnym przebiegu wydarzenia: w Sopocie, Poznaniu, Krakowie i Warszawie. Uczestniczący w nich specjaliści ds. oprogramowania i operatorzy prepress mieli okazję poznać nowe funkcje i moduły systemu Apogee v11, jaki pojawił się niedawno na rynku. Wzięli również udział w praktycznych warsztatach.

Najnowsza wersja systemu Apogee zawiera wiele udoskończeń wprowadzonych głównie z myślą o druku komercyjnym. Są to m.in. interfejsy WebFlow i WebApproval, które mogą być użytkowane jednocześnie, także w połączeniu z narzędziami

takimi jak PrintSphere czy PressTune. Oparte na centrum produkcyjnym (serwer Apogee Prepress), umożliwiają zintegrowaną komunikację e-mailową i zapewniają dostęp do trzech rodzajów danych produkcyjnych drukarni: danych biznesowych, plików produkcyjnych oraz instrukcji produkcyjnych. WebApproval v11 umożliwia kontakt pomiędzy drukarniami i ich klientami za pomocą przeglądarki internetowej. Oferuje on m.in. lepsze wsparcie dla rozbudowanych okładek, ma też narzędzia pomiarowe poprawiające orientację w rozmiarach obiektów osadzonych w dokumencie czy planowanie elementów na stronach. Zupełną nowością jest drugi z interfejsów – WebFlow, który pozwala na przegląd zleceń wszystkich klientów i umożliwia tworzenie prac, zarządzanie ich zawartością czy sprawdzanie statusu.

Apogee v11 umożliwia automatyczne łączenie różnych prac lub ich części produkcyjnych w jednym przebiegu, co przyczynia się do ich poprawnej obróbki, zwiększenia wydajności, redukcji makulatury, mniejszej liczby kompletów form drukowych. Marki opisu, kody kreskowe składek i inne znaczniki pozostają w tym samym miejscu i odnoszą się do oryginalnego zamówienia. Nowy system jest kompatybilny z drukiem cyfrowym. Jako centrum produkcyjne działu prepress umożliwia sterowanie zarówno przygotowaniem plików i form offsetowych, jak też danych trafiających do maszyn cyfrowych, współpracuje bowiem ze wszystkimi liczącymi się interfejsami (DFE). Ważnym aspektem tego procesu jest autoimpozycja cyfrowa, uwzględniająca optymalne wykorzystanie papieru i zgodność z urządzeniami wykończeniowymi. Wśród innych usprawnień Apogee v11 znajdują się też: automatyczne przetwarzanie rozkładówek i ich rozdzielanie na pojedyncze strony, automatyczna aktualizacja parametrów urządzeń wyjściowych z myślą o danej maszynie drukującej oraz zmodyfikowana i uproszczona funkcja Check-Out/Check-In. Apogee v11 uwzględnia najnowsze rozwiązania technologiczne Adobe APPE 5.0, Enfocus PitStop 2018 i Microsoft SQL 2016.

W skład pakietu Apogee v11 wchodzi też nowy program Asecuri, stworzony z myślą o projektowaniu i produkcji druków zabezpieczonych. Ma on narzędzie do porównywania bitmap, wbudowane w podgląd rastrowy – Raster Compare, które eliminuje kluczowy dla dokumentów typu security printing proces porównywania różnych projektów i wersji za pomocą narzędzi zewnętrznych. Z myślą o impozycji opakowań Agfa wprowadziła rozwiązanie Tilia Phoenix, które pozwala tworzyć gotowe do drukowania montaż i oferuje trzy warianty pracy: powtarzanie elementów, okrawanie prostokątne i zaognieźdzone oraz wczytywanie elektronicznych wykrojników.

19. Konferencja Użytkowników Systemu Apogee stała się też okazją do przypomnienia narzędzi z pakietu ECO3. Program PressTune zbiera w czasie rzeczywistym dane z maszyn drukujących i udostępnia je wszystkim osobom zaangażowanym w produkcję. Zapewnia kontrolę jakości realizowanych prac oraz dostarcza na bieżąco informację o produkcji, umożliwiając wprowadzanie natychmiastowych korekt. Pozwala też na tworzenie raportów, a w efekcie – wgląd w historię realizowanych prac. InkTune to narzędzie mające przede wszystkim zredukować ilość zużywanej farby. Bazujący na technologii GCR (Grey Component Replacement) program umożliwia dynamiczną konwersję kolorystyczną i obliczanie wartości dla każdej z barw procesowych, pozwala obniżyć ilość zużywanej farby nawet o 30%, przy zachowaniu pełnej wierności odwzorowanych barw i poprawie jakości druku, wpływa też na szybsze schnięcie odbitek. Mówiono także o płytach Energy Elite Eco, które redukują chemię używaną do obróbki form drukowych i zwiększają jej żywotność oraz umożliwiają realizację wyższych nakładów przy zastosowaniu farb oksydacyjnych (do 600 tys.

egz.). Wskazywano, że korzyści z ich wdrożenia są szczególnie dostrzegalne przy finalnej obróbce w proekologicznej wytwórcy Arkana o kaskadowej budowie, która znacząco redukuje ilość chemii, wody i energii niezbędnych do działania, a wykonywane w niej formy drukowe są o wiele czystsze.

Podczas prezentacji przedstawiono także rozwiązania software'owe firmy Agfa, wykorzystujące technologię cloud computing, przydatne zwłaszcza dla drukarni posiadających kilka oddziałów.

Nowa generacja maszyn EFI Reggiani

Firma EFI na początku listopada zaprezentowała nową, jedno-przebiegową maszynę do druku tekstyliów – Reggiani BOLT. To cyfrowe urządzenie zostało opracowane z myślą o nieprzerwanej produkcji w trybie 24/7. Jako jej potencjalne zastosowania EFI wymienia m.in. drukowanie odzieży i tekstylnych dekoracji.

W maszynie Reggiani BOLT zastosowano głowice z systemem recykulacji, co w połączeniu z ulepszonym systemem zasilania atramentem pozwala drukować z prędkością do 90 m/min, czyli ponad 8 tys. m²/h, w rozdzielczości 600 × 600 dpi. Maksymalna rozdzielczość to w tym przypadku 600 × 4800 dpi, a objętość wyrzucanej kropli atramentu może wahać się w przedziale 5–30 pl. W oficjalnym komunikacie EFI nie podało, kto jest dostawcą głowic, wspomniano jedynie, że jest to jeden z wiodących producentów, a same głowice są opracowane wyłącznie dla Reggiani BOLT i stosowane tylko w tej maszynie.



Wśród głównych udoskonaleń wprowadzonych w Reggiani BOLT firma EFI wymienia m.in. funkcjonalności ułatwiające konserwację maszyny, takie jak bezdotykowy system czyszczenia głowic czy możliwość szybkiego zdemontowania mechanizmów drukujących w celach serwisowych. Opcjonalnie maszyna Reggiani BOLT może być doposażona w jeden lub więcej analogowych modułów drukujących. Nowy model zaprezentowano wraz z dostosowanym serwerem druku EFI Fiery DFE z funkcją RIP-a i zaawansowanymi technologiami zarządzania barwą, pracuje on na platformie sprzętowej Fiery XB. Wraz z maszyną BOLT klient nabywa też roczną subskrypcję pakietu EFI Fiery DesignPro – narzędzia dla projektantów kompatybilnego z aplikacjami Adobe Creative Cloud.

Premiera miała miejsce w oddziale EFI Reggiani we włoskim Bergamo i wzbudziła spore zainteresowanie przedstawicieli segmentu tekstylnego branży poligraficznej. Zgromadziła prawie 300 klientów i dziennikarzy, którzy chcieli samodzielnie zweryfikować odważne deklaracje firmy EFI, mówiące o wysokiej wydajności i niezawodności nowego modelu.

reklama

Zaproszenie na panel branżowy

Flekso jakie jest, każdy widzi... technologia, ekonomia, ekologia

Firmy Kodak, 3M oraz Koenig & Bauer wraz z firmami partnerskimi, zapraszają na 2-gą edycję Warsztatów Flekso – spotkania praktyków branży.



27 lutego 2019 r.



Hotel Warsaw Plaza Airport
ul. Łączyny 5

Będzie to kontynuacja rozpoczętej dyskusji podczas warsztatów w 2017, gdzie poruszane były wszystkie aspekty technologiczne z jakimi spotykamy się na co dzień przy produkcji opakowań i etykiet drukowanych technologią fleksograficzną.

W spotkaniu wezmą udział specjaliści ze wszystkich dziedzin produkcji fleksograficznej od projektu po druk: Kodak, 3M, Koenig & Bauer oraz partnerzy wspierający konferencję, m.in. przedstawiciele producentów farb graficznych, producentów oprogramowania, cylindrów rastrowych i formowych, systemów prepress oraz technolodzy produkcji opakowań i etykiet.



Uczestnictwo w spotkaniu jest bezpłatne.

Liczba miejsc na konferencji jest ograniczona i decyduje kolejność zgłoszeń.

Już teraz zapraszamy do zgłoszenia uczestnictwa tutaj:
engage.3m.com/warsztatyflekso

Zachęcamy do zgłoszenia tematów do dyskusji, szczegóły w formularzu rejestracyjnym.

ORGANIZATORZY



KOENIG & BAUER



W przypadku dodatkowych pytań prosimy o kontakt:

Kodak, Jacek Galiński
Sales Manger EAMER
Polska & EE Pkg Division
tel.: +48 692 030 526
e-mail: jacek.galinski@kodak.com

3M, Piotr Lis
Specjalista ds. Rynku Poligraficznego
tel.: +48 600 915 553
e-mail: plis@mmm.com

Roland drukuje ośmioma kolorami

Firma Roland DG wprowadziła na rynek Europy Wschodniej nową kolorową drukarkę ekosolwentową VersaEXPRESS RF-640 8 Colour. Ten cyfrowy ploter wielkoformatowy oferuje najszerszą gamę kolorów w klasie ploterów outdoorowych, dzięki dodaniu do standardowej konfiguracji CMYK kolorów: jasnego czarnego, czerwonego, zielonego i pomarańczowego. Model ten jest przeznaczony do tworzenia wysokiej jakości zewnętrznych elementów komunikacji wizualnej, np. szyldów, banerów, oklein na pojazdy, grafiki wystawienniczej, oraz innych produktów komercyjnych, jak grafiki korporacyjne, których kolory mogły sprawić problemy w druku. Ekosolwentowy Roland RF-640 8 Colour wytwarza trwałe i precyzyjne wydruki i umożliwia odwzorowanie aż do 99% palety Pantone + Solid Coated. Łatwość dopasowania kolorów i kompatybilność ze standardem Color Book to zasługa kombinacji 8-kolorowego atramentu oraz oprogramowania ErgoSoft Roland Edition 2 SPECIAL PLUS RIP.

Inteligentne opakowania bardziej ekologiczne

Firma Stora Enso zaprezentowała w ostatnim czasie nową metodę znakowania opakowań wykorzystującą technologię RFID, gdzie nadajnik umieszczony jest w pozbawionej tworzyw sztucznych, nadającej się do recyklingu papierowej etykiecie. Wprowadzona na rynek pod nazwą ECO metoda została opracowana z myślą o dodaniu do inteligentnych opakowań dodatkowych funkcjonalności, które będzie można wykorzystać w ich łańcuchu dostaw oraz w sklepach stacjonarnych i handlu wysyłkowym.

Rozwiązanie opracowane przez oddział Intelligent Packaging firmy Stora Enso umożliwia automatyczne wykrywanie i śledzenie zapakowanego produktu w ramach całego łańcucha dostaw. Etykiety ECO z nadajnikami RFID wytwarzane są z papieru produkowanego w całości z włókien naturalnych, a nie jak tradycyjne etykiety z tworzyw sztucznych. Ma to

| DOSTAWCY ROZWIĄZAŃ, MATERIAŁÓW I USŁUG DO DRUKU W WIELKIM FORMACIE |



All Printing Innovations

API.PL SP. Z O.O.

ul. Zgierska 86/88
95-070 Aleksandrów Łódzki
tel. 42 250 55 95
fax 42 250 55 94
news@api.pl
zakupy online: inkjet24.pl
www.api.pl

API.PL jest dystrybutorem ploterów UV marki HANDTOP, ploterów sublimacyjnych, ekosolwentowych, pigmentowych i DTG firmy EPSON, przemysłowych ploterów tekstylnych MTEX, pras i kalandrów marki TRANSMATIC i METALNOX. Oferuje również urządzenia do druku bezpośredniego na tkaninach, PLOTERY TNĄCE, LAMINATORY, OCZKARKI, STOJAKI oraz szeroką gamę MEDIÓW DO DRUKU i FOLII FLEX.

W zakresie SITODRUKU proponuje urządzenia amerykańskiej firmy M&R: karuzele sitodrukowe, tunele suszące, podsuszarki, systemy pasowania kolorów; naświetlarki do sit MEGA LIGHT; FARBY: plastizolowe, wodne, rozpuszczalnikowe, silikonowe.



DIGIPRINT SP. Z O.O.

ul. Kolejowa 5/7
01-217 Warszawa
tel. 22 295 03 80
fax 22 295 03 91
digiprint@digiprint.pl
www.digiprint.pl
www.digiprint-pl.eu

DIGIPRINT – NOWOCZESNE TECHNOLOGIE DLA POLIGRAFII

Firma DIGIPRINT od wielu lat specjalizuje się w dostarczaniu kompleksowych systemów poligraficznych. Portfolio oferowanych rozwiązań obejmuje m.in.:

- arkuszowe maszyny cyfrowe HP Indigo 50000/30000/12000/7900/5900
- rolowe maszyny cyfrowe HP Indigo 20000/8000/Ws6800
- maszyny do druku wielkoformatowego HP Latex 3600/3200/1500/R2000/R1000
- maszyny do druku na podłożach płaskich HP Scitex fB750 i fB550
- przemysłowe maszyny do druku na tekturze HP Scitex 11000/15500/17000
- plotery tnące Esko Kongsberg
- maszyny do druku na tkaninach d.gen
- automatyczne trymery tnące Fotoba
- kaszerownice i sklejkarki Lamina System
- oprogramowanie Esko, Caldera, GMG, Measure Color.

MAGENTA-VISION



MAGENTA VISION POLSKA SP. Z O.O.

ul. Puławska 34 bud. 26A
05-500 Piaseczno
tel. 22 299 13 80
support@magenta-vision.com
www.magenta-vision.com

MAGENTA VISION jest europejskim dostawcą rozwiązań w szerokim i superszerokim formacie maszyn drukarskich. Produkuje najwyższej jakości atramenty UV, UV LED, Eco Solvent, Hard Solvent, Latex, a także płynne powłoki do gruntowania trudnych powierzchni oraz laminaty zabezpieczające wydruki. Firma oferuje również serwis techniczny maszyn i urządzeń do druku cyfrowego, a także sprzedaż ploterów. MAGENTA VISION jest autoryzowanym dealerem maszyn do druku cyfrowego marki TECKWIN oraz POLAROID. Zapraszamy do kontaktu.



P.H.U. POLKOS MARIUSZ KOSIOR

ul. Ludwikowo 7
85-502 Bydgoszcz
polkos@polkos.com.pl
www.polkos.com.pl

PolKos oferuje szybki i ekonomiczny ploter Roland VersaUV LEF-300. Obszar wydruku LEF-300 został rozszerzony do 770 × 330 mm. Cztery głowice drukujące i dwie lampy UV-LED umożliwiają drukowanie dwukierunkowe około 1,6 razy szybciej niż w poprzednich modelach. Kolory biały i lakier (połysk) z atramentem są wyrzucane przez dwa rzędy dysz. EF-300 umożliwia drukowanie na wielu podłożach, jak PET, ABS, poliwęglan, i materiałach miękkich, jak TPU i skóra. Stół próżniowy daje możliwość łatwego mocowania cienkich i miękkich materiałów w miejscu druku. Ploter może drukować elementy do 100 mm wysokości.



BIULETYN Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga 8/2018

Polskie Bractwo Kawalerów Gutenberga zaprasza do wsparcia organizacji charytatywnego koncertu z cyklu „Bractwo – Dzieciom”. 16 stycznia 2019 roku blisko 900 dzieci z całej Polski będzie miało okazję uczestniczyć w „Gali Opery Włoskiej” – wyjątkowym koncercie w Filharmonii Narodowej w Warszawie, który przybliży młodym słuchaczom piękno muzyki klasycznej. Tak jak w latach ubiegłych, wśród beneficjentów znajdą się przede wszystkim uczniowie szkół podstawowych, wychowankowie domów dziecka i ośrodków opiekuńczo-wychowawczych. W ten sposób chcielibyśmy umożliwić młodym pokoleniom dostęp do jednego z najważniejszych ośrodków kultury, a także obcowanie z kulturą wysoką. Zwracamy się do całego środowiska poligraficznego o wsparcie naszej inicjatywy. Więcej informacji na stronie stowarzyszenia pod adresem www.bractwogutenberg.pl.

zapewniać redukcję śladu węglowego firmom świadomie realizującym strategię zrównoważonego rozwoju. Etykieta ECO może bowiem być poddawana recyklingowi w sposób przyjazny środowisku wraz z innymi materiałami z papieru czy tektury. Według Stora Enso etykieta ECO charakteryzuje się też wysoką przewodnością elektryczną, pozostając jednocześnie rozwiązaniem tańszym od anten drukowanych srebrem lub grafenem.

Kompostowalne farby w ofercie firmy Doneck

Grupa Doneck Network, producent farb do flekso i rotograviury, rozszerzyła swoją ofertę o biodegradowalne farby rozpuszczalnikowe, przeznaczone do zadruku opakowań żywności i serwetek wykonanych z folii i papieru. Zostały one przetestowane i certyfikowane pod kątem kompostowalności zgodnie z normą DIN EN 13432.

W ofercie grupy znajdują się farby wodne i rozpuszczalnikowe do druku fleksograficznego i rotograviury, umożliwiające zadruk na wielu substratach, takich jak tektura, opakowania giętkie, laminaty. Seria farb wodnych Euro-Food do zadruku papierowych opakowań do żywności nie ma zapachu i charakteryzuje się niską migracją. Farby z serii Euro-Nap są bezzapachowe i mają dobre właściwości drukujące na absorpcyjnych podłożach; przeznaczone są do zadruku produktów z bibuły, takich jak serwetki, materiały typu airlaid, chusteczki, papier toaletowy, obrusy. Seria Eco-Film jest odporna na zamrażanie, ma bardzo dobre właściwości drukujące i wysoki połysk; może być wykorzystywana do produkcji opakowań higienicznych, np. pieluch lub podpasek.

Wśród farb rozpuszczalnikowych znajduje się seria Euro Bag przeznaczona do zadruku reklamówek i opakowań. Jej cechy to wysoki połysk, odporność na zagniecenia i ścieranie, wysoka koncentracja pigmentu, ponadto wysoka jakość druku przy niskiej lepkości. Seria Euro-Film została przygotowana do zadruku opakowań foliowych, zaś seria Euro

reklama

Fachowa wiedza Najwyższa jakość

Odpowiednia technologia pozwala stworzyć wydruki tak precyzyjne, że grafika wygląda niemal jak żywa. Właśnie dlatego firma Epson wykorzystuje swoje rozległe doświadczenie, by dopracować każdy szczegół drukarek wielkoformatowych serii SC-S. Firma Epson opracowuje i produkuje każdy ich element, czego efektem są urządzenia zapewniające dokładność i wysoką jakość.

Wydajne i precyzyjne drukowanie w najwyższej jakości.

Więcej informacji można znaleźć na stronie www.epson.pl/signbyepon



EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION

V Kongres Bezpieczeństwa Żywności

Jubileuszowa edycja Kongresu Bezpieczeństwa Żywności odbyła się w tym roku 6 listopada w Centrum Konferencyjnym Polin w Muzeum Historii Żydów Polskich w Warszawie. Organizatorem wydarzenia było po raz kolejny biuro CEE International Food Standard wraz z SGGW i CSCMP Poland. „Świat DRUKU” był jednym z patronów medialnych wydarzenia.

W kongresie wzięło udział około 60 prelegentów i panelistów, uczestnicy wysłuchali 45 wykładów ułożonych w siedem bloków tematycznych, mogli także uczestniczyć w sześciu panelach dyskusyjnych. Poszczególne sesje, oprócz plenarnej, poświęcone były logistyce, dietetyce, produkcji pierwotnej, opakowaniom, certyfikacji i nowościom technologicznym. Tematyka wykładów odzwierciedla złożoną problematykę bezpieczeństwa żywności oraz wskazuje na ścisłe powiązanie wszystkich etapów i uwarunkowań łańcuchów technologicznych, logistycznych i funkcjonalnych przy jej produkcji. W ramach wydarzeń towarzyszących Kongresowi w foyer Centrum Konferencyjnego odbyła się wystawa innowacyjnych technologii, produktów, opakowań i rozwiązań logistycznych, w której udział wzięło ponad 80 wystawców. Ciekawym uzupełnieniem kongresu były także pierwsze Polskie Targi Kosznej Żywności – Kosher Expo Poland.



Max – do zadruku kompostowalnych worków przemysłowych na żywność lub nawozy, a także opakowań na detergenty. Seria ta ma wysoką odporność na promieniowanie UV i warunki atmosferyczne. Wreszcie seria koncentratów wysokiej pigmentacji Euro-Base może być wykorzystywana jako baza do tworzenia serii farbowych do różnych aplikacji.

Wszystkie opisane serie farbowe są certyfikowane zgodnie ze standardem OK Compost Industrial dla kompostowania przemysłowego i OK Compost Home dla kompostowania w warunkach domowych. Biodegradowalność jest sprawdzana dwuetapowo: analizowana jest zawartość metali ciężkich i toksyn. Dodatki takie jak kleje i farby nie mogą ograniczać naturalnego procesu rozkładu opakowania ani wpływać negatywnie na wzrost roślin.

„Farby z certyfikatem OK Compost stanowią kolejny ważny punkt w naszej polityce świadomego i zrównoważonego rozwoju. Nasze motto »We think green!« zobowiązuje do oszczędzania zasobów naturalnych i energii na każdym etapie naszego procesu produkcyjnego, a także ma odzwierciedlenie w naszych produktach. Doneck Euroflex od lat kupuje energię elektryczną i gaz z certyfikatem CO₂-neutral. Dodatkowo



angażujemy się w wiele projektów z zakresu ochrony środowiska” – potwierdza Arndt Breitbach, dyrektor zarządzający Grupy Doneck Network.

Wytrzymałe kleje do etykiet od UPM Raflatac

Firma UPM Raflatac wprowadza nową rodzinę klejów RX bez rozpuszczalników do trwałego etykietowania. Seria RX składa się z dwóch produktów o wysokiej przyczepności: RX15 do powierzchni polarnych, takich jak metal i szkło, oraz RX18 do powierzchni niepolarnych, takich jak tworzywa PP i PE.

Specjalnie opracowane kleje zapewniają najwyższą przyczepność i trwałość, są odporne na chemikalia i promieniowanie UV, dlatego mogą być stosowane w wielu gałęziach przemysłu, np. motoryzacyjnym. Dodatkowo wysoka wydajność jest uzyskiwana bez rozpuszczalników, dzięki czemu kleje RX są bezpieczniejsze.

Polscy konsumenci chcą chronić środowisko

Pro Carton, Europejskie Stowarzyszenie Producentów Opakowań Kartonowych i Tekturowych, ogłosiło wyniki swojej ostatniej niezależnej oceny wpływu opakowań ekologicznych na decyzje zakupowe konsumentów. Europejskie badanie objęło 7000 konsumentów w 7 krajach: Francji, Niemczech, Włoszech, Hiszpanii, Turcji, Wielkiej Brytanii i Polsce, i zostało przeprowadzone po kampanii na temat wpływu opakowań na środowisko naturalne.

W naszym kraju przepytano 1000 osób, z czego 7 na 10 (73%) odpowiedziało, że zmieniło rodzaj zakupów ze względu na ostatnie doniesienia medialne o opakowaniach kończących swój żywot w morzach, a 1 na 2 osoby (53%) wskazała, że zdarzało jej się kupować więcej produktów w opakowaniach przyjaznych dla środowiska. Z raportu wynika, że polscy konsumenci byłiby skłonni zapłacić dodatkowo za ochronę środowiska – 83% ankietowanych potwierdziło wolę uiszczenia dodatkowej zapłaty za produkt, jeśli oznaczałoby to, że jego opakowanie ma mniejszy negatywny wpływ na środowisko. W całej Polsce stwierdzono, że oddziaływanie środowiskowe opakowań produktów ma wpływ na decyzje zakupu u prawie 8 na 10 kupujących (77%), natomiast u ankietowanych mieszkających na środkowych i południowych obszarach kraju odnotowano największe prawdopodobieństwo zmiany w dokonywanych zakupach. 88% ankietowanych z tzw. pokolenia milenialsów (osoby urodzone w latach 1979–1999) jest skłonne

zapłacić więcej za produkt opakowany w ekologiczne materiały. W tej grupie ponad połowa (56%) byłaby skłonna zaakceptować wzrost ceny do 10%, a co trzecia osoba (33%) mogłaby zapłacić więcej niż 10%. W skali kraju to konsumenci z regionu środkowego byli najbardziej skłonni do wydania swoich pieniędzy – aż 89% respondentów chętnie zapłaciłoby więcej za produkt, jeśli jego opakowanie miałoby mniejszy wpływ na środowisko.

Konsumenci uważają karton/tekturę za najbardziej przyjazną formę opakowania (53% polskich ankietowanych oceniło je najwyższej), na drugim miejscu uplasowało się szkło (30%). 59% kupujących w kraju stwierdziło, że unikają określonych marek ze względu na zastosowane opakowania. Badanie pokazało także potrzebę szerszej informacji na temat trwałości opakowań i ich wpływu na środowisko – problem ten wskazało aż 9 na 10 konsumentów w Polsce, i tyle samo wybrałoby się na zakupy do supermarketu lub sklepu detalicznego, który aktywnie zachęca dostawców do stosowania form opakowania bardziej przyjaznych dla środowiska. Co ciekawe, 74% osób w wieku powyżej 50. roku życia uważa, że sprzedawcy detaliczni w kraju nie robią wystarczająco dużo, aby wprowadzić bardziej przyjazne dla środowiska formy opakowań – to znacznie wyższy wynik niż średnia kraju na poziomie 54%.

Mówiąc o wynikach badań, Tony Hitchin, główny menedżer Pro Carton, powiedział: „Badanie to jest ważnym przypomnieniem, że środowisko naturalne nigdy nie było tak ważnym aspektem jak obecnie – i konsumenci chcą sięgać głębiej do kieszeni, aby je chronić. Nadszedł czas, by ich słuchać i zadbać, aby opakowania kartonowe stały się materiałem opakowaniowym z wyboru”.

Konferencja z nowościami

Dnia 15 listopada br. w warszawskim Centrum Praskim Koneser odbyła się konferencja prasowa firmy Sharp Electronics Polska, podczas której zaprezentowano najnowszą ofertę rozwiązań biznesowych, w tym wielofunkcyjnych urządzeń drukujących: MX-M2630N i MX-B455W.

W czasie spotkania podsumowano strategiczne, organizacyjne i personalne zmiany w firmie, zapoznano gości z nowym programem dla partnerów B2B i zaprezentowano ofertę rozwiązań biznesowych, wśród których znalazły się: MFP, smartfony, monitory interaktywne, 4K i 8K, generator wody Skywell, oczyszczacze powietrza oraz zaawansowane, kompaktowe urządzenia wielofunkcyjne A4, które umożliwiają szybkie i wygodne drukowanie, kopiowanie i skanowanie. Jak zapewnia producent, charakteryzują się one wysoką wydajnością, intuicyjną obsługą oraz wysokim poziomem zabezpieczenia danych, mają też wbudowany program do odczytywania tekstu ze zdjęć i skanów – OCR. Model MX-M2630N pozwala na druk z prędkością 26–70 str./min, model MX-B455W drukuje 35–45 str./min i skanuje do 110 str./min.



reklama



Your finishing experts



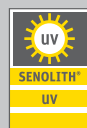
Życzymy swoim partnerom i klientom zdrowych i radosnych Świąt oraz wszelkiej pomyślności i sukcesów w roku 2019



SENOLITH® WB
Lakiery dyspersyjne na bazie wody, od matowych po wysoki połysk



SENOLITH® FP
Lakiery dyspersyjne oraz lakiery UV na opakowania artykułów spożywczych i produktów wrażliwych na zapach



SENOLITH® UV
Lakiery utwardzane promieniami UV, od matowych po błyszczące



SENOLITH® UV HR
Wysoko reaktywne lakiery UV



SENOLITH® UV LED
Wysoko reaktywne lakiery UV utwardzane promieniami LED



SENOLITH® OB
Konwencjonalny lakier drukarski na bazie oleju



SENOFLEX® WB
Seria bazujących na wodzie farb i lakierów dla fleksografii



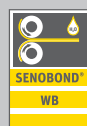
SENOSCREEN® UV
Sitodrukowe lakiery UV, duża różnorodność efektów uszlachetniania



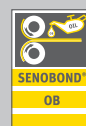
SENOSOFT®
Lakiery dyspersyjne i UV charakteryzujące się specjalną haptką



SENOSAFE® BP
Lakiery dyspersyjne i UV służące ochronie marki



SENOBOND® WB
Kleje do laminowania i klejenia opakowań oparte na bazie wody



SENOBOND® OB
Klej to laminowania folii na zimno



PolyNews by Agnieszka Rusin

Podczas Gali Złotej Kredy 2018, która odbyła się w sobotę, 17 listopada br. o godzinie 15.00, zostali wyróżnieni przez studentów i rektora najlepsi nauczyciele akademicy ze wszystkich wydziałów Politechniki Warszawskiej. Tego dnia gmach PW wyglądał bardzo uroczysto. Już od 15 listopada odbywały się w nim liczne koncerty i uroczystości związane z corocznym Świętem Politechniki Warszawskiej, w tym roku obchodzone wyjątkowo odświętnie ze względu na 100. rocznicę odzyskania przez Polskę niepodległości.

Na jubileuszową X Galę Złotej Kredy przybyli wybrani przez studentów laureaci ze wszystkich wydziałów, niezwykle przejęci, od progu witani kwiatami przez swoich studentów. Atmosfera była bardzo podniosła. Pięknymi, marmurowymi schodami Gmachu Głównego PW nagrodzeni i zaproszeni goście przeszli do Małej Auli PW, gdzie odbyła się uroczystość oficjalnego wręczenia nagród. Z Wydziału Inżynierii Produkcji wyróżniono dwóch wykładowców: mgr inż. Agnieszkę Rusin w kategorii najlepszego wykładowcy oraz dr inż. Martę Gajadhur w kategorii najlepszego prowadzącego ćwiczenia, laboratoria, projekty lub seminaria. Po raz pierwszy w historii Zakładu Technologii Poligraficznych zdarzyło się, że laureatami tej zaszczytnej nagrody zostali pracownicy Instytutu Poligrafii, ponadto w obydwu możliwych kategoriach. Laureatki bar-



dzo gorąco dziękują wszystkim studentom za to zaszczytne wyróżnienie. Jest to najpiękniejsza nagroda, jaką mogły dostać, bo przyznana z serca.

Dr inż. Marta Gajadhur jest adiunktem na Wydziale Inżynierii Produkcji w Instytucie Mechaniki i Poligrafii, gdzie obroniła doktorat. Ukończyła też studia podyplomowe pt. „Zarządzanie jakością, środowiskiem i bezpieczeństwem pracy” na Wydziale IP PW. Bardzo lubi pracować ze studentami i przekazywać im wiedzę. W swoim dorobku dydaktycznym ma przedmioty takie jak: materiałoznawstwo poligraficzne, technologia papieru, zarządzanie i inżynieria jakości w poligrafii, Corel i Photoshop w ramach przedmiotu grafika inżynierska, podstawy papiernictwa i poligrafii oraz ćwiczenia laboratoryjne z chemii. Jest współautorką skryptu „Farby drukowe – ćwiczenia laboratoryjne”, jak również autorką wielu artykułów naukowych. Ponadto jest opiekunem Koła Naukowego CMYK oraz współtwórcą i koordynatorem Ogólnopolskiego Konkursu Poligraficznego. Współorganizowała 10 międzynarodowych konferencji doktorantów i młodych naukowców w PW, była wiceprzewodniczącą oraz przewodniczącą pionu naukowego siedmiu z nich. Jest też redaktorem naczelnym oraz redaktorem wersji online punktowanego czasopisma naukowego „Challenges of Modern Technology”.

Jest także czynną artystką. Ukończyła wydział wokalny w Państwowej Szkole Muzycznej II st. im. J. Elsnera w Warszawie. Jej wielkimi pasjami są śpiew i taniec, folklor, polskie stroje ludowe, jazda na rowerze i gra w tenisa. Od lat jest solistką zespołu Pieśni i Tańca PW.

Mgr inż. Agnieszka Rusin, absolwentka Instytutu Poligrafii, pracuje na Politechnice Warszawskiej od 2010 roku na stanowisku starszego wykładowcy. Prowadzi zajęcia z technologii form drukowych, technologii opraw oraz technologii opakowań na studiach dziennych i podyplomowych. Już w trakcie studiów podjęła pracę w firmie Heidelberg Polska, gdzie przepracowała ponad 11 lat. Prowadząc zajęcia, łączy teorię z praktyką, doradza studentom, gdzie i jak znaleźć pracę. Bierze udział w targach i konferencjach poligraficznych, zna specyfikę branży i ludzi, którzy ją tworzą. Realizując swoje marzenia, angażuje się i wkłada wiele serca w pracę ze studentami w Instytucie Mechaniki i Poligrafii na Wydziale Inżynierii Produkcji PW. Tradycję uczenia wyniosła z rodzinnego domu. Mama pracowała w szkole, była cenionym nauczycielem, a babcia, matematyk – dyrektorem szkoły. Od kilku lat maluje obrazy, które pokazuje na licznych wystawach. Ciekawa świata, lubi spotkania z ludźmi, nowe wyzwania i dalekie podróże. Promuje naukę i studia na kierunku papiernictwo i poligrafia. Jest również autorką niniejszej rubryki.



MAGENTA-VISION



www.magenta-vision.com



Atramenty **UV, LED, SOLVENT, LATEX** do druku cyfrowego
produkowane w UE (Polska) przy użyciu najwyższej jakości surowców i sprzętu nano

Sprzedż sprzętu do druku cyfrowego

Serwis techniczny

MAGENTA VISION POLSKA Sp. z o.o., ul. Puławska 34/bud. 26A, 05-500 Piaseczno
tel. +48 22 299 13 80, email: support@magenta-vision.com





3M POLAND SP. Z O.O.
al. Katowicka 117, Kajetany
05-830 Nadarzyn
www.3m.pl

Rozwiązania 3M w produkcji poligraficznej i papierniczej.
3M to kluczowy dostawca taśm do montażu form fleksograficznych i systemów łączenia roli.

Nasze rozwiązania wykorzystywane są w druku fleksograficznym, offsetowym, rotograviurowym oraz w przemyśle papierniczym.

Osoby do kontaktu:

Piotr Lis: tel. +48 600 915 553, e-mail: plis@mmm.com

Justyna Długosz: tel. +48 539 917 490, jdlugosz@mmm.com



API FOLIE POLSKA SP. Z O.O.
ul. Raszyńska 13
05-500 Piaseczno
tel. 22 737 58 01
biuro@apigroup.com
www.apigroup.com

API Group – uszlachetnienie druku, wzmocnienie marki, trwała jakość.

Jesteśmy producentem folii i laminatów do opakowań. Wytwarzamy folie do tłoczenia na gorąco, na zimno do offsetu i fleksografii, folii dyfrakcyjnych, holograficznych, do laminowania kartonu i papieru z laminatami soczewkowymi. Oferujemy Transmet – laminat bezfoliowy do opakowań kartonowych. Nasze produkty mogą być stosowane w każdej technologii druku. Są wykorzystywane w przemyśle poligraficznym, opakowaniowym, introligatorskim, wzmacniają przekaz marki, stanowią zabezpieczenie dla dokumentów i produktów. API Group działa globalnie.

Jesteśmy zawsze blisko klienta.



ATS-TANNER POLSKA SP. Z O.O.
ul. Okulickiego 7/9 lok. B3
05-500 Piaseczno
tel. 22 842 75 84
www.ats-tanner.pl

ATS-Tanner oferuje maszyny i materiały banderolujące dla przemysłu opakowaniowego, wykorzystujące technologię ultradźwiękową do pakowania bez powodowania uszkodzeń krawędzi. Sprzedaż urządzeń standardowych, półautomatycznych i w pełni zautomatyzowanych, doradztwo i serwis techniczny.



Inspired Brands.
Intelligent World.™

AVERY DENNISON POLSKA SP. Z O.O.

Moszna – Parcela 29
05-840 Brwinów
tel. 22 738 37 00
fax 22 738 37 02
csr.poland@eu.averydennison.com
<http://label.averydennison.eu>

Avery Dennison jest światowym liderem w produkcji materiałów samoprzylepnych i tworzeniu innowacyjnych rozwiązań. Technologie stosowane przez firmę stanowią nieodłączną część produktów używanych na każdym rynku i w każdej branży. Avery Dennison działa w ponad 50 krajach i zatrudnia ponad 26 tys. pracowników, oferując klientom innowacje, które pomagają uczynić marki bardziej inspirującymi, a świat bardziej inteligentnym.



EUROBOX POLSKA SP. Z O.O.
Zakład w Ujeździe
Przesiadłów 1
97-225 Ujazd, woj. łódzkie
tel. 44 734 10 01
biuro@eurobox.com.pl
www.dunapack-eurobox.com/pl

Jesteśmy czołowym producentem opakowań z tektury falistej w Polsce. Produujemy opakowania w jakości druku HQP dla wszystkich branż oraz wymogów sieci handlowych. Należymy do Dywizji Dunapack Packaging Prinzhorn Holding Group, największego w Europie Środkowo-Wschodniej producenta papierów i wyrobów z tektury falistej.

Zakłady produkcyjne:

Zakład w Ujeździe: Przesiadłów 1, 97-225 Ujazd, woj. łódzkie, tel. 44 734 10 01

Zakład w Lublińcu: ul. Inwestycyjna 1, 42-700 Lubliniec, woj. śląskie, tel. 34 373 82 00



PU GRAW
MAREK WIELEMBOREK
ul. Kolejowa 2
95-035 Ozorków
tel./fax 42 718 21 21
graw@graw.pl
www.graw.pl

Od 25 lat wprowadzamy na Polski rynek produkty i rozwiązania dla fleksografii.

- Środki chemiczne i urządzenia myjące firmy RECYL®.
- Szwedzkie rakle stalowe SWEDEV®, w tym specjalistyczną listwę rakielową ELIMINATOR minimalizującą problemy z chlapaniem farb UV.
- Rakle tworzywowe TruPoint™ firmy FlexoConcepts®, w tym rakiel tworzywową Orange™ dla druku etykiet.
- Wałki rastrowe firmy Cheshire®, w tym specjalistyczną siatkę MAXFLO+ minimalizującą problemy z chlapaniem farb UV.
- Czyszczenie wałków rastrowych specjalistycznym laserem – najbardziej przyjazną dla środowiska metodą czyszczenia.
- Maszyny drukujące i urządzenia pomocnicze firm Tresu, Codimag, Flexotech, Erhardt+Leimer, Rexson i Nanovis.
- Oferowane przez nas rozwiązania eliminują Wasze problemy i pozwalają oszczędzić Wasz czas i wydatki!



KODAK POLSKA SP. Z O.O.
 al. Jana Pawła II 80
 Babka Tower
 00-175 Warszawa
 tel. 22 430 69 00
www.kodak.com

FIRMA KODAK JEST WIODĄCYM DOSTAWCĄ ROZWIĄZAŃ I MATERIAŁÓW DO PREPRESSU Technologia offsetowa:

- naświetlarki Kodak Trendsetter i Kodak Magnus z technologią SQUAREspot, dostępne w różnym stopniu automatyzacji i do wszystkich formatów.
- płyty CtP do druku komercyjnego, opakowaniowego i gazetowego:
 - procesowe: Kodak Electra MAX, Kodak Electra XD, Kodak Trilian SP
 - bezprocesowe: Kodak Sonora X, Sonora XP
 - fioletowe: Kodak Libra VP
- płyty CtP do druku gazetowego
 - procesowe: Thermal News PT
 - bezprocesowe: Kodak Sonora X-N, Sonora News
 - fioletowe: Kodak Libra VP.



SPIPKER POLSKA SP. Z O.O.
 ul. Łąki Zamkowe 12
 66-200 Świebodzin
 tel. 68 475 46 70
 68 475 46 76
 fax 68 475 46 78
 info@spilker-poland.pl
www.spilker.pl

Ponad 50 lat doświadczenia w produkcji najwyższej jakości narzędzi tnących, drukujących, wytłaczających oraz złączących dla branży poligraficznej, motoryzacyjnej oraz farmaceutycznej. Pełne oprzyrządowanie maszyn fleksograficznych. Kompletny serwis związany z budową nowych rozwiązań, zarówno wolnostojących, jak i zintegrowanych z istniejącym parkiem maszynowym Klienta.

Serdecznie zapraszamy do współpracy.



SUN CHEMICAL SP. Z O.O.
 ul. Okólna 46A
 05-270 Marki
 tel. 22 761 51 00
 fax 22 761 51 01
 info@sunchemical.com
www.sunchemical.com

SUN CHEMICAL, światowy lider w produkcji materiałów; dostarcza rozwiązania umożliwiające druk najwyższej jakości opakowań i etykiet. W ofercie firmy: FARBY – offsetowe, fleksograficzne; SPECJALISTYCZNE – metaliczne i fluorescencyjne, offsetowe i flekso UV; farba biała Sun Lase do zadruku laserem niskiej mocy; DO ZABEZPIECZEŃ – termochromowe, świecące w świetle UV, zmieniające kolor, Valimark, ukryte – reagujące na czytnik IR; LAKIERY – standardowe i do efektów specjalnych; KLEJE; PANTONE LIVE; ŚRODKI POMOCNICZE.



VIOLETTA GRAFIK-POLSKA SP. Z O.O. SP.K.
 62-080 Batorowo
 ul. Skośna 8
 tel. 61 661 70 94
 fax 61 661 70 01
 biuro@violetta-grafik.pl
www.violetta-grafik.pl

Jesteśmy dostawcą klejów dyspersyjnych, termotopliwych, klejów typu PUR i rozpuszczalnikowych, przeznaczonych do wszelkiego typu powierzchni i sposobów aplikacji. Dostarczamy także środki czyszczące oraz układy dyszowe, części i akcesoria zamienne do układów nanoszących kleje oraz maszyn.



Producent Lakierów Dyspersyjnych i UV dla Poligrafii

WAB – ARTYKUŁY POLIGRAFICZNE
 ul. Ceramiczna 7
 20-150 Lublin
 tel. 81 718 67 02
 tel./fax 81 718 67 03
 hotline 696 447 579
www.wab.lublin.pl

Kompleksowa obsługa w zakresie materiałów poligraficznych:

- obciążki gumowe, farby, płyty, lakiery, chemia poligraficzna, kleje, dodatki do druku
- mieszalnia farb offsetowych, fleksograficznych oraz farb UV.

Pierwszy w Polsce producent lakierów dla przemysłu poligraficznego:

- lakiery hybrydowe, lakiery inline i offline, lakiery blistrowe, lakiery UV do wszystkich technik drukowania.

Certyfikaty ISEGA (FOOD CONTACT) ISO 9001, 1401.



WEILBURGER GRAFIK-POLSKA SP. Z O.O.
 ul. Skośna 8
 62-080 Batorowo
 tel. 61 661 70 12
 fax 61 661 70 01
 biuro@weilburger-grafik.pl
www.weilburger.com

Dostarczamy produkty dla arkuszowego oraz zwojowego druku offsetowego, maszyn lakierujących, a także dla sitodruku i fleksografii. Dysponujemy szerokim asortymentem lakierów, klejów i farb fleksograficznych, oferujemy doradztwo techniczne, nowoczesne rozwiązania technologiczne oraz fachowy serwis techniczny dla produktów opracowanych na potrzeby naszych klientów.



INFOgrafika

Informator Koła Naukowego Poligrafów PŁ

2/2018

Możliwości, jakie Instytut Papiernictwa i Poligrafii Politechniki Łódzkiej oferuje studentom, wiążą się nie tylko ze zdobywaniem wiedzy jedynie poprzez naukę w rozumieniu czysto teoretycznym. Życie uczelni wzbogacone jest o wydarzenia, które mają miejsce także poza jej murami. Studenci chętnie korzystają z możliwości uczestnictwa we wszelkich konferencjach, seminariach, szkoleniach i pokazach, mając niepowtarzalną okazję zgłębiania istotnych zagadnień dotyczących ich kierunku studiów.

W dniach 24–27 września br. IPiP miał zaszczyt organizować szczególne dla branży papierniczej wydarzenie na skalę światową – Progress in Paper Physics Seminar 2018. Odbywające się co dwa lata seminarium poświęcone było w całości postępowi w dziedzinie fizyki papieru. Jako że właściwości fizyczne podłoża mają kluczowy wpływ na proces druku, zignorowanie tak ważnej imprezy naukowej, skupiającej specjalistów z całego świata byłoby nieuzasadnione. Członkinie Koła Poligrafów zaoferowały swoje wsparcie, m.in. poprzez rejestrację uczestników – w wydarzeniu wzięło bowiem udział 89 osób pochodzących aż z 14 krajów, co świadczy o szerokim zasięgu tego przedsięwzięcia. Mimo że służyły wszelką pomocą gościom z Polski i z zagranicy, nie zabrakło im czasu na wystuchanie części wygłoszonych referatów. Mogły dzięki temu poszerzyć wiedzę na temat różnych właściwości papieru oraz problemów, jakie można napotkać przy jego zadruku. Było to



Reprezentantki Koła Naukowego Poligrafów podczas PPS 2018: (od lewej) Alina Tylewska, Kinga Krasoń, Dominika Filipiak

dla nas niezwykle ważne i prestiżowe wydarzenie promujące uczelnię.

Studenci mają także okazję poznania branży, biorąc udział w eventach organizowanych przez firmy czy stowarzyszenia. Dzięki uprzejmości firmy Akon we współpracy z Enfocus grono reprezentantów Koła Naukowego wzięło udział w konferencji poligraficznej, która odbyła się 18 października br. Prezentacje poświęcone były najbardziej aktualnym zagadnieniom dotyczącym kontroli jakości plików PDF oraz optymalizacji systemu przepływu pracy w drukarni. Tematyka konferencji była nam bliska, gdyż każdy z nas zdaje sobie sprawę, jak istotna jest poprawność przygotowania plików przeznaczonych do druku oraz ich wydajna wymiana poprzez różne stanowiska.

Z kolei 22 listopada 2018 roku mieliśmy możliwość uczestnictwa w seminarium papierniczym „Papiernictwo w stuleciu niepodległości”, organizowanym

przez Stowarzyszenie Papierników Polskich. Udział w tym wydarzeniu uświadomił nam, jak duży wpływ na obecny przemysł papierniczy miały burzliwe dzieje naszego kraju. Z ciekawością wysłuchaliśmy wystąpień doświadczonych papierników, które odstąpiły nieznane nam dotąd fakty z przeszłości.

Udział w wydarzeniach odbywających się poza uczelnią stanowi istotne urozmaicenie procesu dydaktycznego. Poprzez kontakt z cenionymi i wykwalifikowanymi przedstawicielami branży otrzymujemy szansę zdobycia informacji wykraczających poza zakres programu nauczania, a przede wszystkim zdobywamy wiedzę i kontakty, które mogą zaowocować w przyszłości.

Agata INDRZEJCZYK
Alina TYLEWSKA

członkinie Koła Naukowego Poligrafów Politechniki Łódzkiej



Członkowie Koła Naukowego Poligrafów PŁ z organizatorami konferencji poligraficznej



Przedstawiciele uczelni na seminarium papierniczym: (od lewej) dr inż. Mariusz Reczulski, dr Krzysztof Głowacki, Agata Indrzejczyk (przewodnicząca KN Poligrafów), Filip Tomaszewski, Dominika Filipiak, Kinga Krasoń

Promujmy poligrafię wśród młodzieży

O modelach kształcenia poligraficznego, szkołach zawodowych, przyszłych pracownikach i pracodawcach rozmawiamy z Krzysztofem PISERĄ, dyrektorem ds. zarządzania ofertą SCORPIO sp. z o.o., członkiem Rady Fundacji Rozwoju Kadr Poligraficznych.

Poligrafia, jak wiele innych sektorów gospodarki, boryka się z problemem braku wykształconych kadr. Mamy w Polsce za mało szkół kształcących poligrafów?

Nie ująłbym tego problemu w ten sposób. Sama liczba szkół, czy ich będzie więcej, czy mniej, na niedobór kadr ma w sumie tylko częściowo wpływ. W obecnych, dynamicznie zmieniających się czasach liczy się atrakcyjność danej specjalizacji, postrzeganie jej jako zawodu przyszłości bądź profesji zanikającej. Liczne zmiany, jakie pod wpływem chociażby ucyfrowienia przechodzi poligrafia, wyeliminowały w ostatnich latach zawody typu zecer czy monterzy reprodukcji, praktycznie zanika też kształcenie w zawodzie introligator, który uchodzi na mało nowoczesny i raczej słabo płatny. Dlatego tak ważna jest pozytywna promocja poligrafii jako branży rozwojowej, w której zastosowanie mają nowoczesne technologie informatyczne



i reprodukcyjne, dla której internet nie jest zagrożeniem, a wręcz wsparciem, która wreszcie rozwija się nieustannie, zwłaszcza w zakresie produkcji opakowań czy spersonalizowanych grafik użytkowych.

Czy pracodawcy szukają potencjalnych pracowników wśród absolwentów szkół zawodowych: branżówek, techników? Szkoły branżowe dopiero co wystartowały, czy mają jakąś szansę? Jeśli tak, to czego powinno się w nich uczyć, oczywiście w kontekście poligrafii? A może lepiej jest uczyć się podstaw zawodu bezpośrednio u pracodawcy?

Pracodawcy zawsze chętnie sięgają po absolwentów szkół zawodowych, aczkolwiek mają swoje oczekiwania względem przyszłych pracowników. Technika branżowe nie zawsze nadążają z realizacją tych potrzeb, w ostatnich latach można wręcz odnieść wrażenie, że kolejne roczniki absolwentów są słabiej wykształcone, chociażby w zakresie znajomości języków obcych. Poligraficzne szkoły branżowe I stopnia mają jeszcze więcej problemów, gdyż z trudem przychodzi im zachęcenie młodzieży do podjęcia nauki w zawodzie typu drukarz, który w branży jest bardzo



pożądany, ale uchodzi, co z zaskoczeniem obserwuję, za mało atrakcyjny i nienowoczesny.

Ponadto poligraficzne szkoły branżowe mają zwykle przeciętne notowania w rankingach szkół, co dodatkowo rekrutacji nie ułatwia. Dlatego też jest wielu pracodawców, którzy deklarują, że wolą zatrudnić pracownika „z głową”, a do zawodu przysposobią go lepiej we własnym zakresie, co w dużej części jest niestety prawdą.

Młodzież nie jest zainteresowana pracą w poligrafii?

Wszystko zależy od tego, jakie zawody mamy na myśli – jeżeli w nazwie zawodu pojawi się słowo „cyfrowy”, automatycznie jego postrzeganie jako atrakcyjnego wśród młodzieży rośnie. Na drugim biegunie jest niestety przytoczony już wcześniej introligator – zawód rzemieślniczy, a wiemy, co się w ostatnim czasie stało z rzemieślnikami – bez mała wyginęli. A prawda jest taka, że jest to zawód ciekawy,

tyle że dla osób z pasją do poligrafii, do książki drukowanej jako dobra trwałego, o której warto dbać, a nie tylko wyprzedającego produktu za kilka złotych czy okazjonalnego prezentu.

Ze względu na konkurencję ze strony innych szkół profilowanych ważna jest nieustanna promocja zawodów poligraficznych, realizowana zarówno przez same szkoły, jak i pracodawców, organizujących chociażby ciekawe praktyki zawodowe czy dni otwarte, oraz organizacje branżowe, których przedstawiciele powinni uczestniczyć w spotkaniach nie tylko z obecną, ale także z przyszłą kadrami poligraficzną. Do dzisiejszej młodzieży, w obliczu wszechobecnego szumu informacyjnego, nie jest łatwo dotrzeć, więc bez bezpośrednich działań już w gimnazjach czy szkołach podstawowych nie będzie łatwo choć trochę upowszechnić wiedzę o zawodach poligraficznych.

À propos zawodów „cyfrowych” – w dziesiątkach szkół otwiera się klasy

o profilu technik grafiki i poligrafii cyfrowej. Czy tworzący modele kształcenia poligraficznego naprawdę uznali, że za chwilę będziemy potrzebowali całego tabunu grafików i ludzi do obsługi drukarek cyfrowych? Czy programy nauczania zawodów poligraficznych przystają do rzeczywistych potrzeb rynku i pracodawców? Czy branża ma wpływ na tworzenie podstaw programowych?

Przywołany technik grafiki i poligrafii cyfrowej to zawód przynajmniej z nazwy wychodzący naprzeciw zmianom w branży, o których wcześniej już wspomniałem. Twórcy modeli kształcenia na etapie ich tworzenia nie mieli chyba pojęcia, że zawód ten będzie kanibalizował „tradycyjne” zawody poligraficzne, złudnie uchodząc w opinii młodych ludzi za jedyne nowoczesny, przyjemny, dający dostęp do programów graficznych czy szeroko pojętych mediów reklamowych. Tyle że zbyt duża liczba absolwentów w tym zawodzie może doprowadzić do analogicznej sytuacji, jaką od niedawna mamy z prawnikami – wiele osób chce nimi zostać, zniesiono bariery wejścia do zawodu, a obecnie część z nich ląduje w urzędach pracy. Z technikiem grafiki i poligrafii cyfrowej jest trochę podobnie – bariery wejścia do zawodu są relatywnie nieduże, szkoły o profilach dalekich od poligraficznego z łatwością mogą tworzyć klasy „graficzne”, gdyż nie kosztuje to tyle, co wyposażenie warsztatów drukarskich, wreszcie nie ma też aż takich problemów z kadrami nauczycielską, gdyż dostępność osób po różnych kursach komputerowych jest relatywnie duża. Ostatnio spotkałem się z sytuacją, że w szkole poligraficznej grafiki uczy osoba po architekturze, ale i w jednej z drukarni operatorem maszyn cyfrowych jest osoba po wzornictwie przemysłowym, która znalazła



pracę w zakładzie, gdyż znała programy typu CAD/CAM i łatwiej było jej poznać zasady działania RIP-ów graficznych.

Biorąc pod uwagę powyższe sytuacje i zmiany na rynku edukacji, ważna staje się – w mojej opinii – rola organizacji branżowych jako instytucji, które powinny dbać o odpowiedni poziom kształcenia kadr nauczycielskich poprzez organizację np. obowiązkowych kursów dla nauczycieli przedmiotów zawodowych, certyfikując zarazem ich wiedzę, co mogłoby stać się przyczynkiem do wypracowania standardów nauczania dla naszej branży. Dziś takie kursy doszkalające są oczywiście dostępne, ale ich dobrowolność, połączona często z dużą odległością od szkoły i odpłatnością dla nauczycieli powoduje, że korzystają z nich tylko najbardziej ambitni.

W jakim kierunku powinniśmy zmierzać, tworząc modele nauczania zawodu: podstawy programowe, sposoby nauki praktycznej? Szkoły mają duże problemy kadrowe, zwłaszcza jeśli chodzi o kompetentnych nauczycieli zawodu, problemem jest też wyposażenie szkół w maszyny i urządzenia,

materiały. W jaki sposób mogą im pomóc i pomagają potencjalni pracodawcy? Z jakim skutkiem? Gdzie, Pana zdaniem, tkwi problem?

Modele nauczania zawodu ciągle jeszcze tworzone są w dużej mierze przez samych nauczycieli. Od jakiegoś czasu do procesu tworzenia podstaw nauczania dopuszczeni zostali przedstawiciele partnerów społecznych, ale ich udział, w mojej opinii, jest ciągle jeszcze niewystarczający. Sam brałem udział w takim zespole opracowującym podstawę programową i przy ogromnym zaangażowaniu takich organizacji, jak PIF i COBRPP, udało nam się doprowadzić do tego, że od nowego roku szkolnego zawody drukarza i technika procesów drukowania będą miały najprawdopodobniej dwie podbudowy: offsetową i – tu nowość – fleksograficzną. Tyle że powstanie nowego programu nauczania to tylko początek żmudnej pracy u podstaw. Wiedza o fleksografii wśród kadry nauczycielskiej jest najczęściej tylko teoretyczna, praktycznie żadna szkoła nie ma też warsztatów wyposażonych w sprzęt do druku flekso, realizując

zajęcia praktyczne wyłącznie w zaprzyjaźnionych zakładach pracy. Dlatego też bez ścisłej współpracy wszystkich zainteresowanych: szkół, pracodawców, organizacji branżowych i ośrodków doskonalenia kadr, „drukarnia fleksograficzna” może długo przebiegać się w świadomości młodzieży, szukającej ciekawej pracy z przyszłością.

Przykład powyższej, wchodzącej na rynek specjalizacji będzie dla nas wszystkich okazją, by w edukację branżową tchnąć „ducha nowoczesności”, ale zarazem testem naszych faktycznych chęci, by zrobić coś więcej. W końcu park maszynowy w szkołach można rozwijać, np. dzięki dotacjom, kadrę nauczycielską doszkolić, promocję wśród młodzieży przeprowadzić, praktyki u dobrze wyposażonych pracodawców zapewnić. Już przyszedł rok zweryfikuje, czy wszyscy podejmiemy do tego wyzwania na poważnie, czy też pozostaniemy w sferze teoretycznych rozważań, jak powinno być, a jak jest. Życzę sobie i wszystkim zainteresowanym, byśmy w nadchodzącym roku na suchych deklaracjach i dobrych chęciach nie poprzestali.

reklama

API GROUP

USZLACHTNIENIE DRUKU, WZMOCNIENIE MARKI, JAKOŚĆ

Producent folii do uszlachtniania druku oraz laminatów kartonowych do opakowań. Specjalista w foliach metalizowanych do: hot stampingu, cold stampingu, foliach pigmentowych do termotransferu, foliach dyfrakcyjnych, holograficznych Holonique™, laminatów kartonowych z foliami dekoracyjnymi, laminatów soczewkowych Frensel Lens. Transmet, karton laminowany czystym aluminium jest produktem z grupy ekologicznej. Zakres naszego działania: poligrafia, opakowania, introligatorstwo, wzmocnienie marki, bezpieczeństwo produktu.

API Group to globalny partner.

JESTEŚMY ZAWSZE BLISKO KLIENTÓW



API Folie Polska Sp. z o.o.
Raszyńska 13
05-500 Piaseczno
biuro@apigroup.com
Telefon: +48 22 737 58 01
www.apigroup.com



Zapraszamy
do współpracy!

Kształcenie zawodowe w środowisku klastra

Cezary GŁÓWKA

O kształceniu zawodowym od czasu do czasu dyskutuje się w mediach lub temat ten poruszają wysocy urzędnicy Ministerstwa Edukacji Narodowej. Ekspozowana jest potrzeba odbudowania kształcenia zawodowego. Tymczasem potrzeby rynku pracy są zmienne, zarówno w czasie, w różnych lokalizacjach, jak i w stosunku do konkretnych środowisk branżowych. Trudno więc o wskazanie jednej uniwersalnej procedury przygotowania młodzieży zgodnie z oczekiwaniami rynku pracy. Ważne jest jednak i, moim zdaniem słuszne, dostrzeżenie konieczności współpracy ośrodków edukacyjnych ze środowiskiem przedsiębiorstw.



Autor z uczniami ZSET podczas praktyk

Naturalnym środowiskiem współpracy różnych sfer instytucjonalnych jest klastrowy. To zjawisko gospodarcze zdefiniowane przez Michaela Portera jako ponadnormatywna koncentracja przedsiębiorstw określonego sektora i sektorów pokrewnych, umiejscowionych w pozwalającej się określić lokalizacji. Przedsiębiorstwa konkurują ze sobą, ale również kooperują, współpracują także z instytucjami publicznymi oraz badawczymi. Tak ro-

zumiany klastrowy, skupiający podmioty z branży poligraficznej, reklamowej i opakowaniowej, powstał m.in. w Lesznie w województwie wielkopolskim. W 2006 roku tamtejsi przedsiębiorcy utworzyli stowarzyszenie Klastrowy Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie jako inicjatywę klastrową, która m.in. postawiła sobie za cel rozwój kapitału ludzkiego w sektorze klastra. Stowarzyszenie zainicjowało i objęło patronatem kierunek kształcenia techników organizacji reklamy (TOR)

w Zespole Szkół Elektroniczno-Telekomunikacyjnych w Lesznie. Szkoła jest także członkiem wspierającym stowarzyszenia.

Organizacja klastrowa objęła patronatem kształcenie w zawodzie technik organizacji reklamy, lecz nie jest to działanie wyłącznie PR-owe. Jego konsekwencją jest wiele bardzo konkretnych przedsięwzięć, m.in.:

- wycieczki zawodoznawcze, podczas których uczniowie mogą poznać stosowane w firmach technologie, zobaczyć warunki pracy, zaobserwować, jak powstają produkty znane im z przestrzeni, w której żyją itd.; najważniejsze jest jednak to, że mają sposobność poznać swoich ewentualnych przyszłych pracodawców;
- praktyki uczniowskie dla uczniów III klasy TOR;
- staże dla absolwentów w przedsiębiorstwach klastra – we współpracy z PUP; wielu absolwentów po stażu zostaje pracownikami tych przedsiębiorstw;
- wsparcie w poszukiwaniu miejsca pracy lub kontynuacji edukacji;
- oferty pracy;
- materiały dydaktyczne – papier, materiały specjalne np. formy drukowe, produkty poligraficzne, wzorniki materiałów itd., a także plakaty, ulotki, kalendarze itd.;
- baza dydaktyczna – w ramach „vouchery dla inicjatyw klastrowych” realizowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego Klastrowy Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie wraz z ZSET zrealizował dwukrotnie (w 2012 i 2014 roku) projekty służące powstaniu w szkole pracowni designu;
- kadra dydaktyczna – przedsiębiorcy prowadzą zajęcia specjalistyczne obejmujące moduły zawodowe.

Współpraca szkoły i przedsiębiorstw przynosi więc realne korzyści dla procesu kształcenia i wsparcie dla absolwentów w wyborze dalszej drogi. Duże zaangażowanie przedsiębiorstw mogło dziwić jeszcze przed dwoma, trzema



laty. Obecnie możliwość pozyskania absolwentów szkoły technicznej, która w dodatku uwzględni w procesie kształcenia stosowanie w przedsiębiorstwach technologie, jest nie lada gratką, której mogą pozazdrościć przedsiębiorstwa nieposiadające takich możliwości. Nie ma oczywiście żadnej gwarancji, że absolwenci nie „wyfruną” poza subregion lub nawet poza kraj, ale budowane w trakcie takiej współpracy relacje mają niebagatelny wpływ na wybory młodzieży, zwłaszcza że przedsiębiorstwa lokalne wspierają młodych pracowników w podejmowaniu studiów dla pracujących.

Duże zainteresowanie młodzieży środowiskiem przedsiębiorstw i niesłabnące zaangażowanie kilku z nich skłoniły szkołę do poszukiwania możliwości większego wykorzystania bliskich relacji z przemysłem. Trudno wyobrazić sobie szkołę, która dysponowałaby pracownią dydaktyczną wyposażoną w urządzenia

pracujące w najnowocześniejszej technologii i posiadającą możliwości przedstawiania uczniom/studentom procesów technologicznych prowadzonych w skali przemysłowej. Z pewnością Zespół Szkół Elektroniczno-Telekomunikacyjnych w Lesznie nie ma takich możliwości. Jeśli więc nie da się sprowadzić technologii do szkoły, to trzeba uczniów zaprowadzić do technologii. Takie rozumowanie było podstawą zaprojektowania i zrealizowania niezwykłego eksperymentu edukacyjnego przeprowadzonego przez stowarzyszenie Klaster Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie we współpracy z przedsiębiorstwem Werner Kenkel oraz Zespołem Szkół Elektroniczno-Telekomunikacyjnych w Lesznie. Powstał zespół projektowy, w którego skład weszli szefowie działów produkcyjnych i HR przedsiębiorstwa oraz niżej podpisany jako przedstawiciel szkoły i organizacji klastrowej. Zaprojektowaliśmy

siedem całoniedniowych wizyt uczniów III klasy TOR w firmie Werner Kenkel, które zrealizowaliśmy w minionym roku szkolnym. Wybraliśmy najistotniejsze węzły procesu technologicznego i w tych stanowiskach uczniowie w dwu-, trzyosobowych grupach spędzili cały dzień pracy pod okiem pracowników zakładu posiadających umiejętności i doświadczenie w prowadzeniu instruktażu w miejscu pracy. Te jednodniowe staże odbywały się w ramach jednego z modułów kształcenia zawodowego. Było to trudne przedsięwzięcie organizacyjne zarówno dla przedsiębiorstwa, jak i dla szkoły.

Dla młodzieży spędzenie całego dnia w nowoczesnym, bardzo dobrze zorganizowanym przedsiębiorstwie zamiast rutynowego dnia w szkole jest dużą atrakcją. To dodatkowo motywuje uczniów do uczestniczenia w tych jednodniowych stażach, które staramy się organizować tak, żeby były jednocześnie przygodą. Już

reklama



DIMENSE®

**INNOWACJA
W DZIEDZINIE
DRUKU
TAPET**



...niemożliwe? **POKOS**
PLOTERY

sam dojazd na miejsce lokalną koleją jest pierwszą atrakcją. W czasie krótkiej podróży, zwłaszcza powrotnej, młodzi ludzie wymieniają spostrzeżenia i z rumieńcem na twarzy opowiadają o... No właśnie. Z niedowierzaniem obserwowałem swoich uczniów w czasie drogi powrotnej. Po raz pierwszy widziałem, jak ze sobą rozmawiają. Zwykle w czasie przerw widzę ich zatopionych w smartfonach. Uczestniczenie w tych rozmowach, słuchanie bardzo jeszcze świeżych wrażeń, czasem całkiem niezwiązanych z technologią, jest dla mnie absolutnie niezwykłą lekcją. Mogę się dowiedzieć, które elementy procesu technologicznego są dla nich zrozumiałe, a które mam przybliżyć podczas zajęć szkolnych, co było dobrą zabawą, a co „nudziarstwem”, ale przede wszystkim czy potrafią ułożyć obserwowane fazy produkcji w jeden łańcuch technologiczny powstawania produktu.

Nie tylko te rozmowy są dla mnie, jako nauczyciela modułu, informacją zwrotną. Otrzymuję sprawozdanie od każdego ucznia, a na zakończenie uczniowie tworzą projekt przedstawiający wszystkie fazy powstawania produktu poligraficznego. Interesujące są także obserwacje opiekunów uczniów w miejscu pracy. Podkreślają oni duże zaangażowanie stażystów. Jeśli to czyta nauczyciel, to w tym miejscu z pewnością cmoknie, ponieważ pobudzić zaangażowanie uczniów jest najtrudniejszym zadaniem nauczyciela. Opiekunowie doceniają także wstępne przygotowanie teoretyczne i znajomość terminologii poligraficznej stażystów.

Zaplanowaliśmy miejsca jednodniowych staży tak, żeby uczniowie mogli poznać cały proces produkcyjny, a więc prepress, press i postpress. Całodniowe staże odbyły się w studiach projektowych, gdzie nie tyle powstają projekty opakowań, co dostosowuje się je do możliwości produkcyjnych, w przygotowaniu form drukowych i mieszalni farb. Wszędzie tam mogli pod okiem opiekuna wykonywać konkretne prace. Obserwowali proces nadruku w technologii offsetowej, fleksograficznej i cyfrowej, a także kaszerowanie oraz składanie i sklepanie opakowań z tektury falistej. Na większą samodzielność mogli sobie znowu pozwolić w laboratorium zakładowym. Nie było możliwości, żeby staże odbywały się w takim porządku jak powyżej przedstawiłem, ponieważ te dwu-, trzyosobowe zespoły musiały za każdym razem objąć tego samego dnia inne stanowisko. Byli więc i tacy, którzy za pierwszym razem byli w laboratorium, i tacy, którzy ostatni staż odbywali w studiu graficznym.

Nie lada więc sztuką było w projekcie końcowym ułożyć wszystkie poznane fazy procesu we właściwym porządku. Gdybym na koniec tego artykułu ogłosił konkurs dla jego czytelników z jednym tylko pytaniem: które miejsce stażu okazało się najatrakcyjniejsze dla uczniów, jestem pewien, że nie uzyskałbym prawidłowych odpowiedzi. To mieszalnie farb – do fleksografii i offsetu. Ja sam byłem zaskoczony, a nawet nie uwzględniłem tego elementu procesu w moim projekcie. To szefowie działów w przedsiębiorstwie zaproponowali mieszalnie, a ja zaledwie przyjąłem tę propozycję kompromisowo – po pół dnia w każdej. Tymczasem tak wiele tam się działo i było bardzo kolorowo. Po konsultce można było poznać stażystę, który mieszalnie miał już za sobą. Tam mogli sami przygotować farbę pod konkretny kolor – zważyć komponenty zgodnie z recepturą, wymieszać je i wykonać odbitkę próbną. Opiekunowie chętnie wyjaśniali, jak powstaje barwa. Gdybym miał co

tydzień dodatkową godzinę lekcyjną na przybliżenie zarządzania barwą, to przez semestr nie osiągnąłbym tego, co dał uczniom ten jeden dzień stażu.

Niespodzianką dla uczniów były spotkania z absolwentami naszej szkoły zatrudnionymi w przedsiębiorstwie. To z nimi i ze swoimi opiekunami mogli także porozmawiać o innych niż technologiczne aspektach pracy zawodowej. To już była lekcja spoza programu kształcenia.

Właśnie przygotowujemy poprawki w projekcie na kolejny rok szkolny. Wniośki uczniów i ich projekty końcowe są najlepszą wskazówką, jak mamy zaplanować staże dla kolejnego rocznika. No i najważniejsze – zarówno szkoła, jak i przedsiębiorstwo wyraziło gotowość kontynuacji projektu. Oczywiście niżej podpisany także.

dr inż. Cezary GŁÓWKA

Prezes Zarządu Kłaster Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie

Małopolski Klaster Poligraficzny nie spoczywa na laurach

Agnieszka KOPECKA, PR Manager, MKP, MMDS



Jeżeli chodzi o plany Małopolskiego Klastra Poligraficznego na najbliższy czas, to w kontekście edukacji poligraficznej planujemy skupić się na współpracy z Technikum Poligraficznym im. Z. Klemensiewicza. Przede wszystkim po raz kolejny jesteśmy współorganizatorem Międzynarodowego Konkursu Graficznego. W tym roku konkurs odbywa się pod hasłem: „Wolność moja, wolność Twoja”.

Dla słuchaczy Technikum Poligraficznego organizujemy w kolejny cykl praktyk zawodowych z zakresu reklamy oraz druku cyfrowego. Namacalnym efektem tej aktywności jest wzmocnienie działu graficznego i produkcyjnego firmy nowymi siłami.

W tym roku dołączyli do klastra nowi członkowie: drukarnia fleksograficzna Pol-Zdob oraz Logipack, producent wyrobów z papieru i tektury. Wzmocnienie szeregów MKP jest doskonałym pretekstem do zorganizowania dla studentów Politechniki Krakowskiej wykładów dotyczących technik fleksograficznych oraz technik poligraficznych i introligatorskich, co z pewnością przybliży im nowoczesne trendy rynkowe.

Kolejne planowane na 2019 rok działania edukacyjne MKP to zamieszczenie w newsletterze „Future Print” cyklu publikacji dotyczących innowacyjnych rozwiązań w branży poligraficznej. „Future Print” jest także przestrzenią, w której przybliżamy uczniom i studentom prekursorskie aspekty działalności uczestników klastra.

W przyszłym roku planujemy również czynny udział w wydarzeniach dla branży poligraficznej, zarówno jako prelegent zapoznający uczestników z ekspercką wiedzą poligraficzną, jak i jako słuchacz czy jednostka współpracująca.



FOT. JACEK DZIUBDZIELA

Krakowski „Poligrafik” obchodził 110. urodziny

Kraków, 29 listopada 2018 roku, godzina 12.00. Miejsca na widowni Teatru Ludowego zajmują nasi goście, m.in. wiceprezydent Krakowa Anna Korfel-Jasińska, małopolski kurator oświaty Barbara Nowak, Wanda Brześcińska, również z Kuratorium Oświaty, Agata Suszczyńska z Urzędu Marszałkowskiego, Beata Tracka-Samborska z MCOO, Czesława Sońta, reprezentująca Związek Poligrafów Polskich, Grażyna Janawa, przewodnicząca dzielnicy XV, Jakub Kornhauser, poeta, wykładowca UJ, przedstawiciele wielu firm poligraficznych, a wśród nich Włodzimierz Skleniarz (sponsor, na którego zawsze możemy liczyć), dyrektorzy krakowskich szkół ponadgimnazjalnych i szkół z zagranicy – z Bratysławy, Ołomuńca i Lwowa, nauczyciele emeryci, pracownicy szkoły, absolwenci, rodzice, uczniowie i nauczyciele. Pełna sala tych, którzy – ku naszej ogromnej radości – przyjęli zaproszenie i przyszli do teatru. Został odczytany list od prezidenta Jacka Majchrowskiego, dyrektor Andrzej Januszkiewicz zaprezentował to, co budowało charakter szkoły na przestrzeni lat, jak i to, co tworzy jej teraźniejszość. Film „Poligrafik – zapisane w pamięci” przypominał historię szkoły poprzez wspomnienia absolwentów, którzy po pewnym czasie trafili do niej jako nauczyciele. Archiwalne zdjęcia, czyli już historyczny wymiar poligrafii, dawna siedziba szkoły w centrum Krakowa przy Podwalu 6 i przede wszystkim twarze tych, którzy swoje życie związali z „Poligrafikiem” sprawiły, że w oczach gości pamiętających tamten czas pojawiły się łzy wzruszenia. Z kolei dla młodszych nauczycieli i uczniów była to potężna dawka wiedzy o tym, co właściwie wyraża te 110 lat trwania szkoły. A potem był urodzinowy tort i bardzo serdeczne spotkanie w obecnym budynku Zespołu Szkół Poligraficzno-Medialnych im. Zenona Klemensiewicza. Uczestniczyli w nim uczniowie i nauczyciele, zarówno obecni, jak i dawni, były wspomnienia, rozmowy, wspólne zdjęcia...



Myszę, że to jest ta największa wartość instytucji, jaką jest szkoła, która dla każdego zawsze wiąże się z najbardziej fascynującym okresem życia, jakim jest nasza młodość.

Małgorzata KALETA

nauczyciel w Zespole Szkół Poligraficzno-Medialnych
im. Z. Klemensiewicza w Krakowie
Fot. Jacek Dziubdziela, Jakub Ociepa



Opakowanie zdobi... upominek



Iwona DULIŃSKA

Spotkania świąteczno-noworoczne to doskonała okazja do obserwacji i oczywiście wyciągania wniosków. Dostajemy drobiazgi od kontrahentów i sami obdarowujemy naszych partnerów. Warto więc przeanalizować, co w takiej sytuacji sprawia największą radość. Jaki upominek zrobił na nas czy na naszym partnerze największe wrażenie i spowodował „dreszczyk ciekawości”. Chodzi o efekt zapamiętania. A to przekłada się na przyszłe kontakty biznesowe.

Podczas wybierania i sprzedaży marketingowych środków B2B, zwłaszcza upominków firmowych, zawsze uczulam moich klientów, aby uwzględnili kilka aspektów:

- kto zostanie obdarowany,
- jaki efekt chcemy uzyskać,
- jaką kwotę przeznaczamy na upominek,
- w jaki sposób prześlemy upominek,
- jakie będzie opakowanie upominku.

Oczywiście ten ostatni punkt z reguły budzi protest. Reakcje na proponowane opakowania to: „nie ma potrzeby”, „to jest zbędny wydatek, sami to zapakuje-

my”, „przecież to i tak będzie do wyrzucenia”. W efekcie upominki wyróżniają się, owszem, ale negatywnie.

Podczas spotkania na gruncie biznesowym przyda się umiejętność przekazania upominku oznakowanego logotypem. Jego piękne opakowanie jest niezbędne do zbudowania atmosfery – to klucz, aby zostać zapamiętanym. A jeżeli jest to miłe skojarzenie, to po prostu łatwiej nam prowadzić biznes. Przykładem niech będzie bardzo dobrej jakości damski portfel. Podarowany w kartonowym opakowaniu trans-

portowym – gubi efekt tajemniczości i atrakcyjności. A wystarczy dołożyć eleganckie pudełeczko, owijkę, bilecik z dedykacją, a do środka włożyć tradycyjny grosik „na szczęście”. Równie wspaniale prezentuje się notes w pudełku upominkowym. Aktualnie najpopularniejszy, tradycyjny aluminiowy długopis, „ubrany” w kartonowe etui, czy porcelanowy kubek w pudełku z nadrukiem firmowym zyskują na szlachetności i elegancji, w przeciwieństwie do zapakowanych w tekturowe pudełko zabezpieczające na czas transportu. Jest różnica w cenie całości upominku, ale co jest milej otrzymać?

Wreszcie wysoka półka – piękne, ręcznie robione opakowania ze skóry, które kryją pióro i długopis, zdobione naszym polskim bursztynem czy krzemieniem. Piękny i wytworny prezent uświetni ważne okazje w kraju i za granicą. Kasetka oprawiona w skórę wykonywana jest ręcznie, zatem jest to czasochłonny i wymagający staranności proces, a to





trochę kosztuje. Za to gdy na takiej kasce zostanie jeszcze wytłoczone logo, nasza firma pozostanie w pamięci obdarowanego na bardzo długo.

Aktualnie w Polsce statystycznie najpopularniejszym opakowaniem są torby firmowe, które mają być tanie i dostępne w każdej chwili i na każdej okazji. Więc do takiej torby wrzucane są zarówno przedmioty duże, jak i małe. Torbę z upominkiem wręczamy niczym sztampowy bukiet kwiatów – zawinięty w papier lub celofan i dodatkowo łożkami do góry. Torba doskonale sprawdza się w roli opakowania produktu kupionego w sklepie lub do przeniesienia naszego upominku z firmy do firmy. Ale wręczając upominek, trzeba wyjąć go z torby. Dobrze więc, by był stosownie zapakowany.

W opakowaniach możemy przebierać. Mamy kasetki, pudełka kartonowe i z tworzyw sztucznych. Opakowania wykonywane indywidualnie i standardowe. Te produkowane masowo dostarczane są z fabryk dalekowschodnich. Lasery i plotery pozwalają nadać wnętrzą

opakowań dowolne kształty, dostosowane do produktów, które chronią. Zatem pudełeczka można opakować w folie zabezpieczające i kartony wysłać do klienta z gwarancją, że zawartość dotrze do adresata w nienaruszonym stanie.

Oczywiście w przypadku gadżetów również musimy mieć na uwadze fiska. Powinniśmy dopilnować, aby upominek wraz z opakowaniem mieścił się w określonych granicach finansowych – po prostu, aby nie wprawić obdarowanego i nas samych w zakłopotanie. A taką sytuację sama przeżyłam. Podczas stażu w Brukseli miałam spotkanie z firmą z branży projektowej. Promuję polską produkcję, więc przywiozłam drobiazg – długopis i pióro w oprawie drewnianej, w ślicznym drewnianym etui. Całość zapakowana w papier z firmowym nadrukiem tapetowym. Na zakończenie spotkania wręczyłam upominek. Mój rozmówca z uśmiechem podziękował i szybko rozpakował pudełeczko, by po chwili... ze smutkiem zwrócić mi komplet, tłumacząc, że jest za drogi...

Jednak w pamięci producentów najdłużej pozostają realizacje jednostkowych opakowań. Naszym „naj” jest klasyczna kasetka wykonana z białej skóry cielęcej, z tłoczeniem na etui kasety herbów Krakowa i Watykanu. Przygotowaliśmy ją z okazji pierwszej wizyty w Polsce naszego Papieża. Termin był niezwykle napięty. Z planu pracy wynikało, że zdążymy, ale okazało się, że odpowiednie służby sprawdzają każdy przedmiot, który trafia w ręce Papieża. I tak czas na wykonanie pracy został skrócony o trzy dni. Przy ręcznej pracy – w rękawiczkach, na bardzo trudnym materiale – istniała obawa, że możemy nie zdążyć. Udało się. Kasetka wraz z medalem została wręczona Papieżowi. Nie byłoby proble-

mów, gdyby organizatorzy, zamawiając medal z trzymiesięcznym wyprzedzeniem, pomyśleli od razu o stosownym dla okoliczności opakowaniu. Nam pozostała satysfakcja z wykonanego zadania i świadomość, że nasza praca pozostanie w Watykanie.

Po latach stwierdzam, że nic się nie zmieniło. Dopiero na godziny przed spotkaniem pojawia się problem z opakowaniem upominku. Dlatego warto o nim pomyśleć już w chwili zamawiania upominków. A w wyborze opakowań na gadzety warto zaufać profesjonalnej agencji reklamowej. To specjaliści, mają doskonałe rozeznanie rynku i aktualnej mody.

Dziękuję wszystkim firmom za udostępnienie zdjęć. ■



Iwona DULIŃSKA

prezes zarządzający firmy KUNSZT. Członek założyciel i prezes PIAP IV kadencji. Inżynier, projektant i trener. Od 27 lat doradca ds. wizerunku i współtwórca projektów firm. Współpracuje z wieloma markami w Polsce i za granicą. Pasjonatka historii sztuki i certyfikowany dietetyk. www.kunszt.krakow.pl



Podwójny jubileusz UPM Raflatac podczas Joulupukki w stolicy Tatr

Tegoroczne spotkanie mikołajkowe Joulupukki, organizowane już po raz 9. przez firmę UPM Raflatac dla klientów, partnerów i przyjaciół, odbyło się 7 grudnia br. w zakopiańskim hotelu Nosalowy Dwór Resort & SPA. Podczas imprezy świętowano jubileusze obu polskich fabryk Raflatac: 10-lecie fabryki w Biskupicach Podgórnym oraz 5-lecie fabryki w Nowej Wsi.



Goście zostali serdecznie powitani przez Krzysztofa Mintę, dyrektora generalnego zakładu w Biskupicach Podgórnym, i Markku Havonena, dyrektora generalnego fabryki w Nowej Wsi Wrocławskiej, który przez większość wieczoru starał się mówić po polsku. Wspólnie podziękowali oni swoim załogom za efektywną pracę i podkreślili, że polskie fabryki stanowią obecnie największą platformę produkcyjną w strukturach UPM Raflatac: „Sukces możliwy jest tylko dzięki dobrej współpracy wyjątkowych ludzi. Jesteśmy dumni z tego, co osiągnęliśmy do tej pory. Od początku działalności

w Polsce, każdego roku zwiększamy swoje możliwości produkcyjne. Razem z Wami i dla Was rozwijamy nasze procesy i produkty, wyprzedzamy światowe trendy, by wspólnie realizować zobowiązania względem właścicieli marek końcowych oraz konsumentów. Wspólnie sięgamy wyżej!”

Po prezentacji filmu o podwrocławskiej fabryce na scenę zaproszony został gość specjalny – Jani Konkarikoski, wiceprezes ds. operacji globalnych UPM. Dyrektorzy wręczyli mu koszulkę lidera z numerem 1, dziękując za zaangażowanie i wkład w powstanie i dynamiczny rozwój obu polskich fabryk. Zaproszeniem na po-

dium uhonorowali także kilkunastu najdłuższej pracujących kolegów i koleżanek, po czym głos zabrał Przemysław Różycki, dyrektor sprzedaży UPM Raflatac Polska. Podobnie jak przedmówcy podkreślił on ogromną rolę dobrej współpracy, podziękował także wszystkim klientom: „Rozwijamy się w dużym tempie. To dzięki Wam i Waszemu zaangażowaniu jesteśmy w tym miejscu, do którego wspólnie dotarliśmy”.

Po części oficjalnej wieczoru goście, oczekując na przybycie mikołaja (po fińsku Joulupukki), obejrzeni laserowy pokaz przestrzenny w rytm nowoczesnej muzyki elektronicznej, granej na skrzypcach elektrycznych. W tym roku, z okazji świętowania jubileuszy, mikołajów było dwóch. W tej roli wystąpili ponownie obaj dyrektorzy generalni fabryk, którzy dla podkreślenia miejsca, w którym odbywała się impreza, ubrani byli w góralskie stroje. Jeden z nich mówił gwarą: „Prezenty mamy, a jakos by nie, ale nie dło syćkik. Gzeczny domy, a niegzeczny krzaśniymy ciupaskom...”, drugi po fińsku. Wśród ogólnego entuzjazmu przy wtórce kapeli góralskiej mikołajowie zaczęli śpiewać „Sto lat”, a do życzeń dołączyła się cała widownia. Na scenę wjechał tort jubileuszowy, z którego świeczki zdmuchnęli wszyscy obecni na niej członkowie załogi, a potem wszyscy bawili się do białego rana.

AD, TF



Gości powitali Markku Havonena (z lewej) i Krzysztof Minta



Jani Konkarikoski (pierwszy z prawej) otrzymał koszulkę lidera



Przemysław Różycki podziękował klientom za dobrą współpracę



W tym roku mikołajowie wystąpili w strojach góralskich



Uwolniona kreatywność na tekstyliach

Firmy reklamowe, drukarnie, branża kreatywna – druk na odzieży ma bardzo szerokie zastosowanie. Personalizowane koszulki lub inne tekstylia według naszego indywidualnego projektu z oryginalną grafiką lub hasłem są coraz bardziej popularne. Powstają nawet modowe marki, które specjalizują się w produkowaniu niepowtarzalnej odzieży, a nawet jednorazowych serii. Dzięki takiemu świeżemu i odważnemu spojrzeniu na modę zdobywają nowych klientów, którzy cenią sobie oryginalność i niepowtarzalność.

Potencjał druku na tkaninach oraz jego personalizacja i coraz szersze wykorzystanie sprawiają, że zapotrzebowanie na nowe technologie druku stale się zwiększa, a ten rynek z kolei w Polsce rozwija się stosunkowo dynamicznie. Dzięki nowoczesnym urządzeniom drukującym i ich dostosowaniu do specyficznych wymagań branży tekstylnej już nie tylko firmy odzieżowe działające na dużą skalę, ale również małe przedsiębiorstwa i początkujący projektanci mają możliwość niewielkim kosztem wyprodukować odzież ze stworzonymi przez siebie grafikami. Cyfrowy druk na nowoczesnych urządzeniach umożliwia stworzenie nadruku na odzieży szybko, profesjonalnie i w wysokiej jakości. Wystarczy przygotować plik z projektem graficznym, który następnie jest drukowany bezpośrednio na nośniku termotransferowym. Co ważne, urządzenia te pozwalają na zrealizowanie limitowanych serii tekstyliów z nadrukami, a nawet pojedynczych egzemplarzy, bez drastycznego wzrostu kosztów produkcji, jak ma to miejsce w przypadku metod tradycyjnych. Nowoczesna technologia powoduje, że finanse przestają być jakkolwiek barierą nawet dla małych, jednoosobowych przedsiębiorstw zajmujących się produkcją odzieży z nadrukami. Jedynym ograniczeniem pozostaje wyobraźnia projektantów i grafików. Mogą oni używać do swoich projektów także koloru białego, ponieważ urządzenia mogą drukować także z jego użyciem. Ważnym aspektem jest również fakt, że drukowanie na tekstyliach stało się prostą i intuicyjną czynnością, a proces przeniesienia grafiki na materiał docelowy trwa nawet do 70% krócej, co przynosi większe zyski. Oszczędności związane z nowoczesną technologią druku cyfrowego na tekstyliach w połączeniu z ogromnymi możliwościami kreatywnymi, jakie daje druk kolorem białym, to jedna z głównych przyczyn boomu na oryginalne butiki oferujące odzież z nadrukami.

Krzysztof NAKIELSKI

Product Marketing Manager, OKI Europe (Polska)



reklama

viscom
europe's trade fair
for visual communication

8 - 10 January 2019
messe düsseldorf

**Book your
ticket now!**
www.viscom-messe.com

**GO
FOR
IT!**

**Live experience for
signmakers
and digital printers**

THE WORLD
OF ADVERTISING
AND SELLING

PSI **PromoTex
Expo**
The Leading European
Trade Show of the
Promotional Product Industry
International Trade Show
for Promotion,
Sports and Workwear

Organised by
Reed Exhibitions

viscom
europe's trade fair
for visual communication

Limitowana edycja produktu a kolor

Joanna ROSZKOWSKA

Już od listopada sklepowe półki wypełniają się świątecznymi wersjami znajomych produktów. Wszędzie feeria barw. Dominują czerwienie – jak strój Mikołaja i nos Rudolfa, zielony – jak choinka, biały – jak śnieg i złoty – jak gwiazdki. Każde opakowanie wręcz krzyczy: jestem idealnym prezentem, jestem najlepszym wyborem na święta! Wystarczy złota wstążka i niepozorny zestaw szamponu i odżywki nabiera prezentowego, niemal luksusowego charakteru. Warto zastanowić się, jaką rolę w tym świątecznym szale odgrywają kolory.

W 2011 roku jedna z najbardziej rozpoznawalnych puszek na kuli ziemskiej – czerwona coca-cola – zmieniła barwy klubowe. Na okoliczność gromadzenia funduszy dla ratowania zagrożonych wyginięciem niedźwiedzi polarnych wydano specjalną edycję puszek w kolorze białym z delikatnym rysunkiem zwierząt. Początkowo wydawało się, że to znakomita inicjatywa, a opakowanie przyjęto z entuzjazmem. Jednak po niedługim czasie pojawiły się głosy

zaniepokojonych klientów, którzy narzekali, że w sekretnej recepturze coli musiały zajść zmiany, bo limitowana edycja ma zupełnie inny, w dodatku gorszy smak. Nie trzeba dodawać, że w białych puszkach znajdował się ten sam napój, co w każdej innej coca-coli. Profesor Charles Spence z uniwersytetu oxfordzkiego udowodnił, że cola smakuje bardziej słodko, gdy jest pita z czerwonej puszki, a sam kolor wpływa na nasze postrzeżenie smaku bardzo intensywnie. Czerwień jest bardziej

słodka – słony popcorn jest mniej słony w czerwonej misce.

Ten sam kolor może być różnie postrzegany w zależności od kultury i miejsca na ziemi. Zieleń, tak popularna w Turcji i Austrii, nie uwodzi mieszkańców Afryki czy Indonezji. Konsumenci w krajach islamskich zieleń kojarzą ze zwalczaniem chorób czy zła (Arabia Saudyjska jest krajem, w którym zieleń jest wręcz symbolem prestiżu i bogactwa), za to negatywnie reagują na żółty – symbol śmierci. Chińczycy barwę żółtą cenią z kolei wysoko – niegdyś był to kolor zarezerwowany dla cesarza, czerwony zaś jest kolorem szczęścia i powodzenia. Dla Turka czerwień symbolizuje śmierć, w Rosji to kolor ślubny. Biel, tak niewinna i czysta w Europie, dla Japończyków i Chińczyków oznacza żałobę. Z kolei kolor czarny, w krajach Europy kojarzony ze śmiercią (ale także z prestiżem i ekskluzywnością), aż do XIX wieku był pożądanym kolorem zębów Japonek, które uznawane były wtedy za atrakcyjniejsze.

Jeśli chodzi o opakowanie, kolor jest jednym z najważniejszych elementów przyciągających klientów. Widoczny z większej odległości niż inne elementy, takie jak teksty, ilustracje lub grafika, jest często jedną z pierwszych rzeczy, które ludzie zauważają. Odgrywa kluczową rolę w nakłonieniu konsumenta, by zobaczył to, co marka chce pokazać; by poczuł emocje, które chcemy wywołać. Pomyłka kolorystyczna może sporo kosztować. Barwa opakowania musi





się wyróżniać na półce, ale testowana powinna być w kontekście – branding nie istnieje samodzielnie, zawsze występuje w otoczeniu wielu różnych produktów. Unikatowy kolor, który pasuje do marki, a jednocześnie nie został

zawłaszczony w kategorii – to klucz do sukcesu. Zawsze warto też stawiać na kolorystyczną prostotę – niewiele marek obroni się w całej feerii barw. Używanie więcej niż dwóch, trzech barw (w wielkiej ilości) na opakowaniu niesie ryzyko, że ich znaczenia mogą się wzajemnie znosić lub przesyłać mylną wiadomość konsumentowi.

Opakowanie edycji limitowanej to małe odstępstwo od normy – wspomniana trójka tradycyjnie świątecznych barw lub złote akcenty dominują na niemal wszystkich półkach sklepowych. Konsumenti lubią to, co już znają i już widzieli, więc marki rzadko decydują się na eksperymenty w świątecznych edycjach limitowanych. Nieco inaczej jest w przypadku edycji specjalnych powstających przy okazji ważnych wydarzeń społecznych czy istotnych dla samej marki dat. Edycje limitowane związane z mistrzostwami w piłce nożnej będą różnić się od okazjonalnego opakowania tej samej marki na 50-lecie jej istnienia. Zasady, które pozostają niezmiennie niezależnie od okazji, są proste. Nigdy nie naruszamy DNA marki, nie odchodzimy od wizerunku na tyle daleko, by nie można było rozpoznać, z jakim brandem mamy

do czynienia. Podkreślamy unikatowość, wyjątkowość edycji specjalnej, okazję, którą świętujemy danym projektem, ale nigdy nie zapominamy o korzeniach. ■



Joanna ROSZKOWSKA

prezes-założyciel Studia DN Design Group, absolwentka Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie na Wydziale Wzornictwa Przemysłowego. Od 25 lat projektant oraz doradca ds. wizerunku marek produktowych i korporacyjnych. Współtwórca wizerunku takich marek, jak Polpharma, Warbud, Media Expert i Barlinek.

reklama

innovationdays 2019

Witaj na wydarzeniu
dla przemysłu drukarskiego

www.innovationdays.com

25-28 luty, 2019
Lucerna, Szwajcaria

hunkeler
RIP

DOCUFIELD

Upominki reklamowe – czy znasz już trendy na 2019 rok?

Edyta LISOWSKA



Upominek reklamowy, potocznie nazywany gadżetem reklamowym, to świetny nośnik promocyjny, a także praktyczny dodatek wykorzystywany w życiu prywatnym i zawodowym, budzący pozytywne skojarzenia i emocje, a budżetowo o wiele tańszy niż chociażby reklama telewizyjna. Odpowiednio dopasowany pobudza emocje i zmysły, bo kto nie lubi prezentów. Ponadto pozwala budować relacje i podtrzymywać lojalność klienta. Najważniejsze, by kreował pozytywny wizerunek firmy w oczach obdarowywanego, dlatego coraz częściej klienci zwracają uwagę na jakość, oryginalność i funkcjonalność upominków firmowych.



CREATED BY FREEPIK

Jak pokazują najnowsze badania Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych (PIAP), zrealizowane w 2018 roku na zlecenie PIAP przez IPSOS, upominki (gadżety) muszą być dopasowane do okoliczności, grupy docelowej, muszą być budżetowane i przede wszystkim funkcjonalne, zaskakujące i przydatne w codziennym życiu, a do tego nie mogą być złej jakości. Pomagają podtrzymywać relacje z klientami wieloletnimi i lojalnymi, nie tylko nowymi!

Upominki jednorazowego użytku sprawdzają się na imprezach masowych, podczas których przydadzą się nam przez chwilę i odczujemy satysfakcję oraz chęć podziękowania darczyńcy np. za wodę w czasie maratonu lub papierową torbę na kórkach na targach, gdy zmuszeni jesteśmy dźwigać kilogramy ofert i katalogów. Upominki wzbudzające przywiązanie do marki czy usługi muszą być lepszej jakości i służyć dłużej. Powitalne mogą być tańsze, ponieważ dopiero rozpoczynamy budowanie relacji, w przeciwieństwie do tych, którymi nagradzamy lojalność.

Z badań wynika, że lojalni klienci czują się niedocenieni, ponieważ zwykle prezenty otrzymuje ten nowy klient, a nie ten już dawno pozyskany. Dlatego klienci tak łatwo migrują, zwłaszcza w branży usług telekomunikacyjnych. Ponadto duże marki nie doceniają siły upominku. Sama uczestniczyłam w badaniach i zaskoczyła mnie wypowiedź sprzedawcy dużej marki elektronicznej, który stwierdził, że wstyd mu, gdy sprzedaje telewizory za ponad 10 tys. zł i nie może wręczyć kupującemu nawet ściereczki do jego czyszczenia jako prezentu od producenta, podczas gdy w znanej sieci perfumierii klient obdarowywany jest darmowymi próbkami kremów, podkładów, zapachów, może także liczyć

na śliczne opakowanie. Z moich obserwacji wynika, że branża hurtowników i małych sklepów ze słodyczami także otrzymuje mniej upominków i gadżetów wspomagających sprzedaż. Jeden z właścicieli hurtowni słodyczy stwierdził, że na tradycyjnych kanałach sprzedaży, jak hurtownie i małe sklepy czy małe sieci, producenci oszczędzają i nie dostarczają nawet długopisów, całość puli upominkowej lokując w wielkich „sieciówkach”. Apeluję zatem do działów marketingu, aby szczególną uwagę zwróciły na często niedoceniane przez marketerów, a wspomagające sprzedaż upominki reklamowe. Zachęcam też do zapoznania się z pełną wersją badania rynku upominków reklamowych zrealizowanego przez PIAP, które jest często wykorzystywane jako źródło wiedzy na temat branży, jej potencjału sprzedażowego i rozwoju. Zawiera także wiele wskazówek do kreowania biznesu dla firm zrzeszonych w izbie i jest przez nie wysoko oceniane.

Analizując dalej rynek upominków reklamowych – niemalejącą popularnością cieszą się nowoczesne gadżety elektroniczne: powerbanki, ładowarki, rozgałęźniacze oraz zaprojektowane zestawy kabli do ładowania telefonów i komputerów osobistych. Branża gadżetów elektronicznych rozwija się bar-



dzo dynamicznie, więc na pewno nowy sezon zaskoczy nas i naszych klientów.

Coraz większą popularnością cieszą się produkty z oznaczeniem „made in Poland”. Obserwuję także nowatorskie próby polskich producentów, by opakowania naszych rodzimych produktów były piękne, z designerskim brandingiem i oryginalnym namingiem.

Nadal bardzo popularne są ekskluzywne przybory piśmiennicze. Obserwujemy także rosnące zainteresowanie gadżetami „ekologicznymi” oraz wykonanymi z materiałów pochodzących z recyklingu. Trendem, który będzie obowiązywał także w przyszłym roku, są gadżety wykorzystywane podczas różnego rodzaju aktywności fizycznej, np. szybkoschnące ręczniki z mikrofibry, bidony z funkcją zraszania czy termoaktywna odzież sportowa. Coraz większą różnorodność zauważamy także na rynku personalizowanych słodyczy, przekąsek i napojów.

Klienci coraz częściej rezygnują z zamawiania standardowych gadżetów, choć na targach i spotkaniach branżowych nadal bardzo często rozdają tradycyjne smycze, kubki, pendrive'y i długopisy. Mamy nadzieję, że już wkrótce dostrzeżemy w tym zakresie większą różnorodność.

Jeśli chodzi o funkcjonalność, uważam, że w najbliższym czasie modnym upominkiem reklamowym staną się okulary przeciwdziałające chorobie lokomocyjnej. Takie okulary zamiast szkieł mają pierścienie wypełnione poruszającym się płynem odtwarzającym linię horyzontu.

Rośnie również świadomość faktu, iż mamy do dyspozycji coraz lepsze techniki znakowania, które obecnie pozwalają zaprezentować nie tylko logo firmy w branding'u wąskim, ale także szerokim, z wykorzystaniem przekazu w postaci szerszej idei, jaką upominek będzie za sobą niósł. Ponadto coraz częściej jesteśmy w stanie wykorzy-

stywać hasło lub grafikę stosowną dla danej kampanii, która komunikuje rynek szerzej. Do tego nigdy nie należy zapominać o odpowiednim opakowaniu, np. pudełku czy torebce. ■



Edyta LISOWSKA

prezes zarządu PIAP, dyrektor zarządzająca Agencji EBLIS B&L.

reklama

Wesołych Świąt!

*Wypełnionych radością i miłością,
niosących spokój i odpoczynek.*

*Nowego Roku spełniającego
wszelkie marzenia, pełnego optymizmu,
wiary, szczęścia i powodzenia
życzy drukarnia*

Vilto



Proszę pytać o produkty z certyfikatem FSC®

Fujifilm Jet Press 750S – kolejny krok w drodze ku idealnej jakości i wszechstronności

Na rynku pojawiła się trzecia generacja arkuszowej maszyny inkjetowej w formacie B2, będącej najszybszym rozwiązaniem na rynku w swojej klasie – Fujifilm Jet Press 750S. Uwzględnia ona wiele udoskonalonych i wzbogaconych funkcji oraz parametrów znanych z modelu Jet Press 720S, cenionego przez użytkowników za wysoką jakość i wszechstronność. Nowa maszyna znalazła już pierwszych nabywców – są wśród nich m.in. firmy FloriColor z Portugalii, specjalizująca się w produkcji fotoalbumów, oraz Mediadruckwerk z Niemiec, kompleksowo obsługująca klientów w zakresie różnych prac komercyjnych.

Jet Press 750S to obecnie najszybsza pełnokolorowa, arkuszowa maszyna cyfrowa w formacie B2 dostępna na rynku. Model ten pracuje z prędkością 3,6 tys. str. B2/h, oferując nowe i wzbogacone funkcje, zapewniające jeszcze wydajniejsze całkowite wykorzystanie maszyny, zwiększające jej uniwersalność, zdolność odwzorowania barw i poprawiające jakość reprodukcji. Wcześniejszy model – Jet Press 720S – był pierwszą półformatową maszyną inkjetową, która trwale zaznaczyła swoją obecność na rynku. Na całym świecie pracuje ponad 150 egz. tego urządzenia, a zalety wykorzystanej w nim technologii cyfrowej docenia coraz większa grupa zleciodawców. Rosnące zapotrzebowanie rynku na produkcję niskonakładową było przyczynkiem do opracowania maszyny nowej generacji – Jet Press 750S.

Grupy docelowej tego urządzenia nie stanowi rynek prac „na żądanie”, zdominowany przez rozwiązania tonerowe. Maszyna jest bowiem wysoce konkurencyjna w przypadku zleceń o nakładzie do 5 tys. egz., w zależności od poziomu krycia atramentem. To zaś czyni ją rozwiązaniem alternatywnym wobec małoformatowych maszyn offsetowych, wykorzystywanych do produkcji wysokiej jakości prac niskoseryjnych. Może ona być dzięki temu optymalną

inwestycją także z punktu widzenia średnich i dużych drukarni komercyjnych i opakowaniowych.

Podobnie jak jej poprzedniczka, Jet Press 750S łączy w sobie zarówno nowe, jak i sprawdzone od wielu lat rozwiązania technologiczne. Zbudowana na korpusie przypominającym maszynę offsetową, oferuje właściwe dla tej techniki drukowania funkcje: odpowiednie pasowanie obustronne na każdym arkuszu i wysoki wskaźnik całkowitego wykorzystania urządzenia w codziennej produkcji. O wysoką, porównywalną z offsetem jakość dbają też głowice inkjetowe Samba.

Wyższa wydajność i wskaźnik całkowitego wykorzystania maszyny

Użytkownicy modelu Jet Press 720S podkreślają najwyższy wśród maszyn cyfrowych wskaźnik całkowitego ich wykorzystania w produkcji (tzw. up-time), przekraczający w wielu przypadkach 90%. Jet Press 750S ma szansę poprawić ten wynik za sprawą dwóch nowych funkcji. Pierwszą jest proces automatycznego samoczyszczenia głowic, znany pod nazwą Overflow Cleaning. Jest on uruchamiany podczas przerwy pomiędzy kolejnymi zleceniami bądź też gdy zespół głowic znajduje się w ruchu. Drugie novum to system AHR

(Active Head Retraction), który unosi zespół drukujący, gdy wykryty zostanie zdeformowany papier (<3 mm), co minimalizuje ryzyko zacięcia spowodowanego wadą produkcyjną podłoża.

Wyższa prędkość maszyny Jet Press 750S to z kolei wypadkowa dwóch innych nowych elementów. Pierwszym są nowej generacji głowice drukujące Samba. Zadrukowywanie papieru podawanego z prędkością do 3,6 tys. ark./h wymaga korelującej z nią, zwiększonej wydajności nanoszenia kropeł atramentu w przeliczeniu na sekundę. Ten parametr został zwiększony z 25 kHz do 33 kHz, dzięki czemu uzyskano szybsze aplikowanie kropeł, zapobiegając jednocześnie skutkom ewentualnych wstrząsów. Nowe głowice redukują też zmienność w rozmieszczeniu kropeł atramentu, co dodatkowo poprawia jakość reprodukcji.

Drugim rozwiązaniem technologicznym, w bezpośredni sposób wpływającym na wydajność i prędkość Jet Press 750S, jest nowy, próżniowy system suszenia. Zadrukowany arkusz jest tu przenoszony przez specjalny pas transferowy ogrzewany za pomocą wałków, dzięki czemu arkusz przemieszcza się przez sekcję suszenia z odpowiednią stabilnością. Sam proces suszenia jest realizowany przez rozgrzany pas i gorące powietrze aplikowane z góry.

System ten z jednej strony umożliwia pracę z wyższą prędkością, z drugiej – zapewnia lepszą kontrolę i dostosowywanie docelowej temperatury. Tym samym rozszerza się spektrum podłoży, jakie mogą znaleźć zastosowanie w maszynie Jet Press 750S. Połączenie powiększonego (z 750 x 532 mm do 750 x 585 mm) formatu, wyższego wskaźnika całkowitego wykorzystania maszyny, zwiększonej o 33% prędkości i szybszego procesu wykańczania wydruków sprawiają, że nowe urządzenie pozwala na wydajną realizację wyższych nakładów i skrócenie czasu ich dostawy.

Wysoka jakość i stabilność kolorystyczna

Reputacja maszyn Jet Press 720S wynika m.in. z zapewnianej przez nie wysokiej jakości druku. Nowy model ma ten element podtrzymać i wzmocnić. Zastosowanie znalazła tu bowiem ta sama technologia – Rapid Coagulation Primer, umożliwiająca wykorzystywanie zarówno powlekanych, jak i niepowlekanych podłoży offsetowych. Maszynę cechują też wysoki poziom pasowania przy każdym arkuszu i dokładność rozmieszczenia kropel atramentu. Jet Press 750S, podobnie jak jej poprzedniczka, oferuje też rozszerzony gamut kolorystyczny, znany jako MaxGamut. W zależności od stosowanego medium umożliwia on odwzorowanie do 90% kolorów z biblioteki Pantone; przekłada się to na 1872 barw drukowanych z parametrem ΔE wynoszącym 3 lub niższym i skutkuje optymalnym pasowaniem przy realizowanej w Jet Press 750S produkcji czterokolorowej.

Aby jeszcze bardziej zwiększyć możliwości maszyny w zakresie reprodukcji kolorów specjalnych i barw z biblioteki Pantone, wprowadzono w narzędziu XMF ColorPath nowy moduł – XMF ColorPath Brand Color Optimizer. Po-

zwala on na stworzenie profili dla całej biblioteki Pantone, z uwzględnieniem dowolnego podłoża drukowego. W efekcie każdy kolor Pantone jest tu odwzorowywany tak dokładnie, jak tylko to możliwe. Unikalną cechą Brand Color Optimizer jest zdolność przewidywania tego, z jaką dokładnością kolor Pantone zostanie zreprodukowany, jeszcze przed procesem drukowania. W praktyce oznacza to, że decyzje dotyczące realizacji specyficznych prac mogą być podejmowane z wyższym prawdopodobieństwem osiągnięcia docelowego efektu.

Oprócz znanego z modelu Jet Press 720S systemu skanowania inline ILS, nowa maszyna ma również nowy, opcjonalny system – ImageConfidence. Zastosowano w nim oparty na sztucznej inteligencji algorytm, szacujący – w trybie „on the fly” – pełny obszar zadruku arkusza w formacie B2 i gwarantujący zgodność każdego arkusza z wcześniej zaakceptowanym obrazem.

Z myślą o produkcji opakowań

Obecnie blisko jedna trzecia europejskich użytkowników maszyn z serii Jet Press stosuje je m.in. do zadrukowywania różnej postaci opakowań. Zwiększona o 33% wydajność Jet Press 750S i możliwość personalizacji nawet przy najwyższej prędkości czynią ją optymalnym rozwiązaniem przy niskonakładowej produkcji opakowań, uwzględniających zmienne dane czy różnorodne wersje. Produkty te rekomendowane są dla specjalnych wydarzeń czy sezonowych promocji sklepowych. Wprowadzenie na rynek maszyny Jet Press 750S jeszcze bardziej wzmocni ten trend. Urządzenie może bowiem zostać zmodyfikowane z myślą o obsłudze wysokogramaturowych kartonów (także pudełkowych) o grubości do 0,6 mm. Zadrukowane w nowej maszynie arkusze zostały

poddane różnorodnym formom dalszej obróbki, potwierdzającym ich zgodność z analogowymi i cyfrowymi procesami lakierowania, foliowania, laminowania i cięcia. Maszyna jest ponadto wyposażona w tzw. automatyczny most, umożliwiający jej połączenie – w trybie online – z urządzeniami lakierującymi. Wraz z maszyną na rynek wprowadzony zostaje także bezpieczny dla żywności atrament, co czyni Jet Press 750S pierwszym na rynku cyfrowym urządzeniem w formacie B2, mogącym znaleźć zastosowanie przy produkcji pierwotnych opakowań spożywczych. Nowy, niskomigracyjny atrament wodny spełnia też wiele rygorystycznych przepisów i standardów, m.in. rozporządzenia rządu Szwajcarii nr 817.023.21 i Unii Europejskiej nr 1935/2004. Jego receptura została stworzona z myślą o lakierowaniu w trybach inline (z wykorzystaniem wspomnianego stołu) bądź near-line.

Udoskonalona została również funkcja zdalnego sterowania maszyną. Przy użyciu urządzenia przenośnego użytkownik może realizować wiele zadań w zakresie zarządzania pracami, np. planowanie nowych zleceń i włączanie lub wyłączanie określonych funkcji. Podobnie jak w przypadku Jet Press 720S, prace pochodzące z nowej maszyny cechuje wysoki poziom proekologiczności w kontekście oddzielania atramentu od podłoża po wykorzystaniu wydruków. Decyduje o tym m.in. nowy system ich suszenia, wymagający o 23% mniej energii.

Fujifilm Europe GmbH (Oddział w Polsce)

Al. Jerozolimskie 178
02-486 Warszawa
tel.: +48 609 126 640
e-mail: karol.niedzielski@fujifilm.com
<http://www.fujifilm.eu/pl>

ARTYKUŁ PROMOCYJNY



Drukarki OKI z serii Pro dla firm z branży Graphic Arts

Są firmy, dla których najwyższa jakość druku oznacza być albo nie być. To przede wszystkim przedsiębiorstwa działające na rynku Graphic Arts, zorientowane na spersonalizowane usługi poligraficzne: produkcję zaproszeń, papeterii, kartek okolicznościowych. Tu nie ma miejsca na niedoskonałości, dlatego niezwykle ważne jest, aby posiadać sprzęt, który pozwoli wydrukować najwyższej jakości materiały szybko, ekonomicznie i wydajnie.



Seria drukarek OKI z Serii Pro, na które składają się drukarki: z białym tonerem Pro7411WT i Pro8432WT, drukarka Pro6410 z tonerami neonowymi oraz 4- i 5-tonerowe drukarki A3 Pro9000 i Pro9000E z systemem do drukowania na kopertach, została zaprojektowana w odpowiedzi na wysokie potrzeby firm zajmujących się wydrukami kreatywnymi. Gwarantują one żywe wydruki o wysokiej jakości na różnorodnych nośnikach i powierzchniach, w tym białe wydruki na nośnikach kolorowych, które w przypadku świątecznych kartek są niezwykle istotne. Padający biały śnieg na kartce świątecznej? – z serią urządzeń OKI z białym tonerem to bardzo łatwe.

Druk kartek świątecznych z wykorzystaniem koloru białego

Druk kartek okolicznościowych ma szerokie zastosowanie zarówno dla klientów biznesowych, jak i indywidualnych. Drukowane kartki świąteczne z życzeniami dla naszych partnerów, współpracowników i klientów są bardzo popularną formą podziękowania za

współpracę i pokazania, że się o nich pamięta. Klienci indywidualni często sięgają po kartki w ważnych momentach swojego życia – zaproszenia na ślub, urodziny itp. Druk cyfrowy pozwala na personalizację kartek okolicznościowych i nadanie finalnym produktom indywidualnych cech zgodnie z życzeniem zamawiającego. Dobór odpowiedniej formy kartki, możliwość stosowania różnych papierów, technik druku oraz uszlachetniania, wydruk z wykorzystaniem koloru białego, na ozdobnych papierach, a w szczególności na podłożach kolorowych – barwionych w masie – wszystko to możemy zapewnić dzięki drukarkom OKI z serii Pro.

Pro8432WT to najnowszy model drukarki OKI wykorzystujący technologię druku w bieli. Idealny wybór dla firm, które poszukują urządzenia do drukowania na żądanie m.in. kartek okolicznościowych, materiałów promocyjnych, gadżetów, dekoracji, a także innych zastosowań termotransferowych. Drukuje ona na papierze od A6 do A3 i gramaturze do 256 g/m². Oferuje wysoką funkcjonalność i wydajność, która została zwiększona dzięki dwóm

dotychczasowym kartridżom z białym tonerem w zestawie, pozwalającym na wydruk 13 tys. białych stron. Wielopoziomowa technologia ProQ i toner Microfine High Definition w połączeniu z technologią LED gwarantują wyraziste, ostre wydruki.

Pro7411WT daje możliwość drukowania z wykorzystaniem czterech kolorów (CMYK oraz białym) na papierze do 250g/m², a także na różnorodnych nośnikach do A4, w tym także druk banerów o długości do 1,3 m. Szybkość druku w kolorze to 34 str./min. Przeznaczona jest dla wielu kluczowych rynków jako rozszerzenie istniejących już rozwiązań poligraficznych, również niestandardowych, takich jak nadruki na koszulkach, dekoracje ceramiczne, druk typu backlight oraz na folii opakowaniowej.

Modele drukarek **Pro9541** i **Pro9542** łączą w sobie technologię LED z wielokrotnie nagradzaną technologią 5-tonerowego druku (CMYK + 1). Wysoka rozdzielczość – 1200 × 1200 dpi, szybkość druku 50 str./min i różnorodne nośniki o gramaturze do 360 g/m² sprawiają, że urządzenia te stanowią idealne rozwiązanie dla firm, dla których ważne jest drukowanie materiałów graficznych na żądanie i które wymagają doskonałej jakości wydruków. Modele te doskonale sprawdzają się też w niskonakładowym druku produkcyjnym.

System do druku na kopertach przeznaczony dla serii urządzeń graficznych OKI Pro9 sprawia, że drukowanie krótkich serii nawet na niewielkich kopertach staje się opłacalne. Biały wydruk na czarnej kopercie, ekskluzywny, ekonomiczny i szybki dzięki Pro9542 z systemem do druku kopert, jest dostępny od ręki. Drukarka ta oferuje bowiem możliwość drukowania z wykorzystaniem pełnej gamy kolorów CMYK oraz dodatkowo koloru białego, dzięki czemu gwarantuje ona wyjątkowe, przykuwające wzrok efekty: doskonałą biel i żywe kolory także na kolorowych kopertach.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY

Międzynarodowa Konferencja Opakowaniowa we Lwowie

W dniach 10–14 października 2018 roku we Lwowie odbyła się pierwsza międzynarodowa konferencja poświęcona produkcji opakowań, której organizatorem było Polskie Bractwo Kawalerów Gutenberga. Celem spotkania było omówienie obecnego stanu branży produkcji opakowań, w szczególności na Ukrainie, i perspektyw jej rozwoju. Na pierwszym planie jednak była silnie akcentowana potrzeba budowania i umacniania dobrych relacji biznesowych między Polską a Ukrainą.



W Ukraińskiej Akademii Drukarstwa

Czterodniowe spotkanie miało bogaty program merytoryczny, obfitowało również w atrakcje turystyczne. Współorganizatorami spotkania były Ukraińska Akademia Drukarstwa, Lwowski Klaster Drukarzy i Wydawców oraz Ukraińskie Bractwo Kawalerów Gutenberga. Wydarzenie objęło patronatem Rada Miasta Lwowa, Lwowska Galeria Sztuki, Fundacja Zamek Podhorecki oraz Polsko-Ukraińska Izba Gospodarcza. W inicjatywę zaangażowały się Bractwo Gutenberga z Portugalii i Turcji, Uniwersytet Warszawski, Politechnika Warszawska, ECMA i ECMA Polska, Polska Izba Druku, Stowarzyszenie Polskich Producentów Etykiet Samoprzylepnych, Polskie Stowarzyszenie Sitodruku i Druku Cyfrowego. Na miejsce konferencji wybrano Ukrainę ze względu na dotychczas niespożytkowany potencjał poligraficz-

nego rynku tego dużego kraju i potrzebę szerokiej współpracy między obydwojma sąsiadami. O samym zaś Lwowie tak mówił Jacek Kuśmierczyk, Kanclerz PBKG: „W mieście wciąż zachowało się wiele pamiątek po naszych rodakach. Jeśli, czytając ten fragment, zaczną Państwo nucić »Bo gdzie jeszcze ludziom tak dobrze, jak tu? Tylko we Lwowie...«, nie będzie w tym niczego dziwnego. Legendarny duet Szczepcio i Tońcio oraz słynne filmy z dialogami o lwowskim akcencie są na stałe obecne w polskiej kulturze. Zamiast żyć przeszłością, lepiej przyjechać i samemu zwiedzić to fascynujące miasto. Taki Lwów jest bardzo potrzebny dzisiejszej Europie, więc warto się tam spotkać”. Taras Vozniak, kanclerz Ukraińskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga, dodał: „Lwów jest swego rodzaju bramą do Ukrainy. Jest miastem, w jakim działa Akademia

Drukarstwa. Ukraina jest wielkim rynkiem, który wciąż powstaje i w którym nadal jest miejsce na efektywne wejście z biznesem i pomysłami”.

Pierwszego dnia w hotelu Dniestr odbyła się część konferencyjna, będąca okazją do wymiany doświadczeń pomiędzy uczestnikami rynków produkcji opakowań. Wzięło w niej udział blisko 200 osób, w tym liczni reprezentanci polskich i ukraińskich drukarni. Współorganizatorem komercyjnym wydarzenia był ukraiński producent farb fleksograficznych FlexoRes. Obecni byli również partnerzy konferencji: Amcor, BGŻ BNP Paribas, Böttcher, Derprosa, Dialog, DuPont, EFI, Epple Druckfarben, Follak, GMG, Grafikus – Systemy Graficzne, Heidelberg, Komori, Konica Minolta, Marbach, Reprograf, Rossini, Sistrade, Soma, Taghleef Industries, Texachem. Spośród gości głos zabrali Roman Staretskyi, pełniący funkcję zastępcy mera Lwowa, oraz dyrektor promocji inwestycji guberni lwowskiej Roman Matys.

Omawiano tematy z obszaru ekonomii, technologii, logistyki, marketingu oraz bezpieczeństwa i ekologii. Ważne miejsce w dyskusji miały także druk fleksograficzny, offsetowy, cyfrowy, procesy pre- i postprintu oraz problemy związane z kształceniem kadr. W trakcie konferencji stawiano pytania dotyczące wykorzystania nowoczesnych materiałów, technologii i sprzętu do tworzenia aktualnego opakowania konsumenckiego i transportowego, podnoszono kwestie ich designu i projektowania. W dyskusji uwzględniano zagadnienia dotyczące konstrukcji opakowania z elementami interaktywnymi, które dają możliwość uzyskania maksymalnej informacji o opakowanych towarach, wpływie odpadów opakowaniowych na środowisko i problemom z ich recyklingiem. Wieczorem część uczestników obejrzała spektakl „Natalka Poltavka” w Operze Lwowskiej.



Nowe Damy i Kawalerowie Bractwa Kawalerów Gutenberga z gospodarzami wieczoru

Drugiego dnia uczestnicy Packaging Conference byli gośćmi Ukraińskiej Akademii Drukarstwa, w której murach kształcą się obecnie ponad 3 tys. studentów. Na terenie placówki poza wykładami zorganizowane zostały cztery seminaria praktyczne, dotyczące fleksografii i opakowań z tektury litej, oraz stoiska firm partnerskich. We wszystkich wydarzeniach wzięli udział wykładowcy i studenci, w tym także grupa prof. Haliny Podsiadło z Politechniki Warszawskiej. Pracownicy akademicy przedstawili wyniki badań naukowych i praktycznych uczelni, zaś przedstawiciele firm w ramach podnoszenia szans studentów na rynku pracy zapoznali ich z najnowszymi rozwiązaniami technologicznymi. Wśród prelegentów znaleźli się także Olga Syvak z wydziału UkraineInvest, który odpowiada za rozwój gospodarki zachodniej Ukrainy, oraz przedstawiciel Polsko-Ukraińskiej Izby Gospodarczej – Dariusz Szymczycha.

Ukraińska Akademia Drukarstwa jest uczelnią wyższą, kształcąca specjalistów na 14 kierunkach dla branży wydawniczej i poligraficznej oraz środków masowego przekazu. Ten bardzo ważny ośrodek przyczynia się do rozwoju mediów drukowanych, publikacji elektronicznych, publikacji i dystrybucji książek, sztuki projektowania książek, technologii maszyn i materiałów do drukowania i pakowania na Ukrainie. Jak powiedział nam prof. Bohdan Durnyak, rektor tej uczelni, „tysiące absolwentów Akademii obejmuje wysokie stanowiska w najbardziej znanych wydawnictwach, redakcjach czasopism, firmach reklamowych, biurach projektowych, radiu i telewizji, wydawnictwach internetowych, drukarniach i zakładach opa-

kowaniowych oraz fabrykach maszyn drukarskich i pakujących na Ukrainie i w innych krajach”.

Akademia podpisała umowy o współpracy z wydawcami, firmami drukowania opakowań, mediami Ukrainy, Polski, Niemiec i innych krajów, które dają możliwość odbywania praktyk studenckich, szkolenia profesorów, tworzenia filii katedr i wykonywania prac dyplomowych na zlecenie firm. W ramach podpisanej umowy Ukraińska Akademia Drukarstwa prowadzi współpracę z Polskim Bractwem Kawalerów Gutenberga. Bractwo pomaga w nawiązywaniu i rozwoju kontaktów z firmami, uczelniami, w organizacji konferencji, wystaw, warsztatów. Co ważne, strona ukraińska podejmuje prace w celu wydania rodzimego raportu poligraficznego (na wzór publikacji PBKG) z myślą o premierze podczas targów drupa 2020.

Zwieńczeniem dnia było uroczyste przyjęcie połączone z intronizacją

nowych członków Bractwa i oficjalną inauguracją Ukraińskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga. Jacek Kuśmierczyk, który tego dnia obchodził urodziny, przyjął życzenia "Sto lat", odśpiewane przez wszystkich gości. Galę swoją obecnością uświetniła także konsul RP Irena Nagórska, zaś wyjątkowych wrażeń artystycznych dostarczył gościom występ wysokiej klasy artystów: Sofii Soloviy i Marcina Bronikowskiego.

Dwa ostatnie dni przeznaczone były na zwiedzanie najciekawszych miejsc Lwowa i okolic. Z roli gospodarza doskonale wywiązała się Taras Vozniak, który z wielkim zaangażowaniem pokazywał zaplanowane w programie zabytki kultury i dbał o dobre samopoczucie gości z Polski. Mogli oni zobaczyć nie tylko najatrakcyjniejsze zakątki samego Lwowa, słynny Cmentarz Łyczakowski, Pałac Potockich z Lwowską Galerią Sztuki – jednym z największych muzeów we Lwowie, ale także zamek w Olesku oraz zamek o charakterze pałacowym w Podhorcach, gdzie zaprezentowano również plan odbudowy obiektu.

Współorganizatorzy konferencji, widząc potrzebę zacieśnienia relacji polsko-ukraińskich i obopólne korzyści wynikające ze współpracy, planują coroczną kontynuację tej inicjatywy. Szczególnie ważna jest wymiana doświadczeń i integracja środowiska poligrafów i producentów opakowań z obszaru Europy Środkowo-Wschodniej.

„Świat DRUKU” dziękuje firmom Grafikus – Systemy Graficzne i Reprograf za zaproszenie przedstawiciela redakcji na Międzynarodową Konferencję Opakowań.

AD, JR



W Lwowskiej Galerii Sztuki

 **WARSAW**
RemaDays

międzynarodowe targi reklamy i druku

**15. EDYCJA
REMADAYS**

**PONAD
52 KRAJE**

**PONAD 800
WYSTAWCÓW**

**21 TYS.
ZWIEDZAJĄCYCH**

SEE MORE

NA TARGACH PEŁNYCH POMYSŁÓW

WARSZAWA-NADARZYN

13-15.02.2019

WWW.REMADAYS.COM

„Książki są bramą, przez którą wychodzisz na ulicę”

Te słowa Artura Pereza Reverte z „Królowej Południa” stały się mottem tegorocznej, 22. już edycji Międzynarodowych Targów Książki w Krakowie. O tym, że czytelnicy chętnie z tej bramy korzystają, można się było z łatwością przekonać podczas czterodniowego święta książek i literatury.



Targi po raz kolejny dowiodły, że czytelnictwo wcale nie umiera, mimo dominacji urządzeń mobilnych i „kultury obrazkowej”. Organizatorzy doliczyli się niemal 68 tys. odwiedzających, którzy mogli spotkać 781 autorów i zapoznać się z ofertą 615 wystawców z 20 krajów, w tym z Wielkiej Brytanii, USA, Gruzji, Hiszpanii, Rumunii i Chile. Gościem Honorowym tegorocznej edycji była Szwecja. „Literatura szwedzka jest niezwykle popularna w Polsce. To zasługa fan-

tastycznej pracy tłumaczy, wydawców i entuzjastów, którzy ją promują” – mówił podczas ceremonii otwarcia Stefan Gullgren, ambasador Szwecji w Polsce. Zwrócił także uwagę na jeszcze jeden ważki problem, mianowicie nawyk czytania książek: „Średni czas czytania książek w Szwecji to 20 min dziennie. Nawyki czytelnicze wyrabia się już od najmłodszych lat, m.in. dzięki prężnie działającym bibliotekom”.

Literatura dla dzieci i o dzieciach była jednym z głównych bohaterów targów.

Organizatorzy przygotowali zarówno dla milusińskich, jak i ich rodziców wiele wydarzeń towarzyszących, jak warsztaty edukacyjno-plastyczne czy spotkania ze znawcami literatury dla dzieci, którzy rekomendowali wartościowe książki dobierane indywidualnie do wieku i preferencji ze szczególnym uwzględnieniem nowości.

Nie zabrakło również branżowych spotkań i paneli. Ambasada Szwecji i Polska Izba Książki zorganizowały otwarte spotkania dotyczące wspierania czytelnictwa wśród najmłodszych, natomiast Helena Gomér, dyrektor biblioteki w Södertälje pod Sztokholmem, wygłosiła wykład o ogromnym znaczeniu bibliotek i kierunku ich rozwoju w Szwecji. Biblioteka Narodowa zaprosiła przedstawicieli branży na panel pt. „Rozpoznawalność a sprzedaż, czyli dlaczego rynek potrzebuje spójnej kategoryzacji”. Odbiła się także debata dotycząca rozwoju rynku wydawniczego w Polsce, którą zorganizowała Polska Izba Książki.

Wszystkie targowe dni obfitowały w spotkania z autorami i wybitnymi postaciami naszej kultury. W Krakowie pojawili się m.in. Sylwia Chutnik, Robert Biedroń, Katarzyna Bonda, prof. Jerzy Bralczyk, Urszula Dudziak, Manuella Gretkowska, Jacek Hugo-Bader, o. Leon Kanbit, Grzegorz Kasdepke, Rafał Olbiński, Henryk Sawka, Maciej Stuhr, Olga Tokarczuk, Szczepan Twardoch, Vincent V. Severski, Janusz Leon Wiśniewski.



Najlepsze drukarnie działowe w Polsce

Dla wydawców, drukarni oraz dostawców materiałów i innych usług tradycyjnie najważniejszy pozostał pierwszy dzień targów, czyli czwartek (choć w tym roku organizatorzy odeszli od tradycji nieotwierania w tym dniu targowych podwoi dla szerokiej publiczności). Okazją do spotkań i rozmów o branży były m.in. uroczyste rozstrzygnięcie konkursu OzGrafi i plebiscytu magazynu „Wydawca” na najpiękniej wydane w tym roku książki, spotkanie z odcho-



dzącą na emeryturę, wieloletnią prezes BZGraf Antoniną Kuchlewską, a także ogłoszenie wyników dwóch niezależnych rankingów wyłaniających najlepsze polskie drukarnie dzieciowe mijającego roku.

„Magazyn Literacki KSIĄŻKI” z Piotrem Dobrołęckim na czele już po raz 15. zorganizował badanie, w którym wydawcy oceniali drukarnie pod kątem jakości wykonywanej produkcji, terminowości realizowania zleceń, elastyczności w stosunku do próśb i sugestii klienta, jakości kontaktów interpersonalnych oraz satysfakcji z zakresu świadczonych usług. W tym roku głosy na 33 drukarnie oddało 143 ankietowanych, którzy za najważniejsze cechy rozpatrywane przy nawiązywaniu współpracy z drukarnią uznali jakość, potem cenę, następnie terminowość, dotychczasową historię współpracy, a wreszcie elastyczność. Liderem rankingu okazał się Opoligraf, który zwyciężył już po raz szósty w całej historii badania. Drugie miejsce zajął ubiegłoroczny zwycięzca – Olsztyńskie Zakłady Graficzne OZGraf, miejsce trzecie – łódzka drukarnia Read Me. Następne miejsca zajęły kolejno: Drukarnia Skleniarz, Łódzkie Zakłady Graficzne, Drukarnia Wydawnicza im. W.L. Anczyca, Abedik, Colonel, Perfekt, a pierwszą dziesiątkę zamykają Białostockie Zakłady Graficzne.

Do rywalizacji w siódmym Rankingu Polskich Drukarń Dziełowych, przygotowywanym przez Sekcję Poligrafów SIMP, PTWK oraz magazyn „Wydawca”, którego redaktorem naczelnym jest Andrzej Palacz, stanęło 68 zakładów poligraficznych. Za pośrednictwem ankiety oceniało ich ponad 100 współpracujących wydawców według trzech kategorii: jakość produkcji, terminowość oraz komunikatywność. Każdy z tych parametrów oceniano w sześciostopniowej skali – najwyższa średnia dawała zwycięstwo. Do drugiego etapu zakwalifikowano 18 firm. Były to kolejno: Abedik, Białostockie Zakłady Graficzne, Zakład Graficzny Colonel, Dimograf, Druk-Intro, Drukarnia Pozkał, Drukarnia Read Me, Drukarnia Skleniarz, Drukarnia Wydawnicza im. W.L. Anczyca, Edica Drukarnia Dziełowa, Łódzkie Zakłady Graficzne, Olsztyńskie Zakłady Graficzne OZGraf, Opoligraf, Pasaż, Drukarnia Perfekt, Wrocławska Drukarnia Naukowa, Zakład Poligraficzny Moś i Łuczak, Zapolex Toruńskie Zakłady Graficzne. Spośród nich komisja w oparciu o nadesłane przez drukarnie ankiety oraz wyniki pierwszej części rankingu wyłoniła zwycięzców. Za najlepszą drukarnię dzieciową uznano warszawską Drukarnię Perfekt, drugie miejsce zajął krakowski Zakład Graficzny Colonel, trzecie – poznańska firma Abedik. Przypomnijmy, że najlepszą cyfrową drukarnię dzieciową wyłoniono już w maju, a została nią ponownie drukarnia Totem.com.pl z Inowrocławia.

MK, RK

Wykorzystano materiały organizatora.

reklama

23-25
MAJ | '19
ŁÓDŹ

FILM
VIDEO
FOTO

miej
OKOna
filmvideofoto.pl

Organizator:



Patronat honorowy:



Patronat medialny:



Andrzej J. Gosk

(1944-2018)

(...) najbardziej kochamy tych ludzi, te sprawy i te rzeczy,
od których bieg życia każe nam odchodzić – nieraz na zawsze (...)

Marek Hłasko



Dnia 22 listopada 2018 roku w wieku 74 lat odszedł Andrzej J. Gosk, pomysłodawca i założyciel firmy SCORPIO sp. z o.o. Wyjątkowy człowiek z niesamowitą energią, kreatywnością i pionierskim duchem.

Andrzej J. Gosk związany był z drukarstwem od 1962 roku. Źródłem przygody z poligrafią stał się łódzki „Poligrafik”, gdzie był słuchaczem, a następnie wykładowcą. Dalsze doświadczenie

w zawodzie nabywał nie tylko w Polsce, ale także w krajach Europy Zachodniej i USA. Umiejętności doskonalił podczas pracy na stanowiskach kierowniczych w drukarniach, pracował też w niemieckiej firmie produkującej wąskowstęgowy maszyny fleksograficzne.

Istotny impuls do uruchomienia w 1991 roku dzieła swojego życia – SCORPIO sp. z o.o. – dały wcześniejsze poligraficzne inicjatywy biznesowe,

takie jak polonijno-zagraniczna Drukarnia ETIPOL w Białymstoku i niemiecka firma handlowa SCANEX.

Pomysłodawca powstania w 1993 roku wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o. i jego sztandarowego tytułu „Świat DRUKU”, które w tym roku obchodziły jubileusz 25-lecia.

W 1999 roku wspólnie z firmą BASF Drucksysteme GmbH założył spółkę BASF Poligrafia Polska – po raz pierw-



Poznaliśmy się w momencie powstawania firmy SCORPIO. W czasie tej blisko 30-letniej współpracy Andrzej dał się poznać jako silny człowiek z ogromnym potencjałem. Miał bardzo wyraziste poglądy i głośno o nich mówił. Ze swoim zamiłowaniem do perfekcji był bardzo wymagającym nie tylko od pracowników, ale przede wszystkim od siebie, do pracy przychodził na ogół jako pierwszy. Cierpliwość nigdy nie należała do jego cnót. Może czasem reagował zbyt żywiołowo, bardziej niż było to konieczne, ale później znowu było zgodnie, rzeczowo i na temat. Jego ciekawość życia i świata przenosiła się na pozostałych członków naszego zespołu.

Pomagając potrzebującym, bardzo dbał też o swoją rodzinę. Pozostawił dwoje ukochanych dzieci – córkę i syna – oraz czworo najukochańszych wnucząt.

Nastał taki czas, żeby otulić go ciepłymi myślami i najlepszymi wspomnieniami dobrych chwil. Niech naszym wspólnym wysiłkiem to, co zbudował, pozostanie po nim na długie lata.

Barbara STAŃCZYK
wieloletni prezes zarządu SCORPIO sp. z o.o.



szy w swojej historii niemiecki koncern zdecydował się wówczas na utworzenie spółki z osobą fizyczną. Efektem tej wieloletniej partnerskiej współpracy było także powstanie w 2006 roku na Słowacji firmy SCORPIO Slovensko.

Oprócz inicjatyw biznesowych Andrzej J. Gosk włączał się w reprezentowanie interesów przemysłu poligraficznego – w 1992 roku był aktywnym uczestnikiem grupy inicjującej powstanie Polskiej Izby Druku. W 1995 roku brał udział w zebraniu założycielskim Zrze-

szenia Polskich Fleksografów, a następnie przyczynił się do powołania w 1999 roku Fundacji Rozwoju Kadr Poligraficznych.

Od 1994 roku członek Klubu Rotary – stowarzyszenia przedsiębiorców i ludzi różnych zawodów z całego świata, przez wiele lat przewodniczył Komisji Polsko-Niemieckiej. Jako wieloletni członek Rady Naukowo-Przemysłowej, działającej przy Instytucie Papiernictwa i Poligrafii i osoba aktywnie wspierająca wyższe szkolnictwo poligraficzne, w maju

2007 roku został odznaczony tytułem „Zasłużony dla Politechniki Łódzkiej”. W 2010 roku za wkład w rozwój rodzimnej branży poligraficznej otrzymał z rąk kanclerza Jacka Kuśmierczyka tytuł Kawalera Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga.

W ramach działalności charytatywnej wspierał finansowo lokalne stowarzyszenia działające na rzecz dzieci, Łódzkie Koło Towarzystwa Pomocy im. św. Brata Alberta, wspomagał także własnych pracowników w potrzebie.

Moje pierwsze spotkanie z Panem Dyrektorem Andrzejem J. Gosk odbyło się w 2000 roku podczas rozmowy rekrutacyjnej na stanowisko dyrektora wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o. Był sympatyczny, życzliwy i konkretny. Pamiętam, że chwilę rozmawialiśmy po niemiecku i padły słowa „Aller Anfang ist schwer” (Každy początek jest trudny). Zapowiadały one moją pracę w wydawnictwie i rozpoczęcie przygody z poligrafią, która wciąż trwa. Dla przypomnienia: spółka SCORPIO była wówczas właścicielem wydawnictwa, a Pan Andrzej został mi przedstawiony jako pomysłodawca i założyciel „Świata DRUKU”. Pamiętam mój pierwszy wyjazd na zagraniczne targi w Mediolanie w 2001 roku, na które udałam się wspólnie z Panem Andrzejem. Jego energia, szybkość i pewność działania były zaraźliwe. Był osobą, obok której nie można było przejść obojętnie. Zaufał mi, uważając, że jedna z jego inicjatyw – myślę tutaj o „Świecie DRUKU” – przy moim zaangażowaniu i pracy będzie kontynuowana. Na zawsze pozostanie w mojej pamięci...

Jolanta ZIEMNIAK-RONKE
prezes zarządu i dyrektor wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o.



Prenumerata

Cena rocznej prenumeraty miesięcznika „Świat DRUKU” wynosi 216 zł (półrocznej – 120 zł). Prenumeratę można zamawiać 24 godz./dobę, wypełniając formularz na stronie internetowej www.swiatdruku.eu w zakładce PRENUMERATA.

Bezpośredni link do formularza na stronie to:
<http://www.swiatdruku.eu/Swiat-DRUKU/Prenumerata>.

Zapraszamy prenumeratorów miesięcznika „Świat DRUKU” do subskrypcji newslettera – rejestracja na stronie http://www.swiatdruku.eu/newsletter/register_subscription/1. Cotygodniowy serwis internetowy zawiera aktualne informacje z branży poligraficznej i papierniczej.

Wypełniając formularz prenumeraty, należy zaznaczyć: od którego numeru ma być realizowana wysyłka (np. od numeru 1/2018) i w jakiej liczbie egzemplarzy (np. 1); jeżeli do wykonania przelewu potrzebna będzie faktura pro-forma, należy zaznaczyć taką opcję; jeżeli nie, wystarczy podać dane do faktury, która zostanie wystawiona i przesłana do Państwa po dokonaniu wpłaty.

Egzemplarze czasopisma wysyłamy dopiero po wpłaceniu należności na nasze konto.

UWAGA

Warunkiem realizacji prenumeraty i gwarancją jej otrzymywania jest złożenie zamówienia oraz jednoczesne dokonanie wpłaty właściwej kwoty przekazem pocztowym lub przelewem na podane poniżej konto: Polski Drukarz sp. z o.o., ul. Obywatelska 115, 94-104 Łódź
– dla płatności w walucie PLN: mBank, numer rachunku: 66 1140 2004 0000 3102 7716 4404
– dla płatności w walucie EUR: mBank, PL96114020040000311206075537

Kod BIC/SWIFT: BREXPLPWBK

Informujemy, że dokonując wpłaty, wyrażają Państwo zgodę na umieszczenie swoich danych osobowych w bazie danych służącej do obsługi prenumeraty oraz do celów marketingowych firmy Polski Drukarz sp. z o.o. (z prawem wglądu do swoich danych i ich poprawiania).

Jeśli zamawiają Państwo prenumeratę instytucjonalną w takich firmach, jak: Garmond Press, Kolporter lub RUCH, można tam również zaprenumerować miesięcznik „Świat DRUKU” – informacja poniżej.

Garmond Press SA

Zamówienia można składać na stronie internetowej:
<http://www.garmondpress.pl/prenumerata>
lub kontaktując się z właściwym oddziałem dla danego województwa:
<http://www.garmondpress.pl/kontakt>

Kolporter SA

Zamówienia można składać na stronie internetowej:
<http://dp.kolporter.com.pl/prenumerata>
lub poprzez bezpośredni kontakt z właściwym oddziałem:
http://dp.kolporter.com.pl/prenumerata_kontakt

Ruch SA

Zamówienia można składać na stronie internetowej:
<http://prenumerata.ruch.com.pl>
lub pisząc na adres: prenumerata@ruch.com.pl
Infolinia: 801 800 803 lub 22 693 7000

Uczniom i studentom szkół poligraficznych przysługuje upust w wysokości 50% ceny czasopisma. Warunkiem skorzystania z ulgi jest przesłanie skanu lub kserokopii ważnej legitymacji uczniowskiej lub studenckiej pod adresem prenumerata@swiatdruku.eu. Redakcja posiada również egzemplarze archiwalne z lat 1993–2016 do nabycia w cenie 20 zł za sztukę.

The price for annual subscription of the „Świat DRUKU” magazine sent to European countries outside Poland is 156 euro. Shipping cost outside Europe is determined individually. Please contact us: prenumerata@swiatdruku.eu.

Czytelnicy „Świata DRUKU” mogą za naszym pośrednictwem nabyć książki wydane przez COBRPP oraz PID.

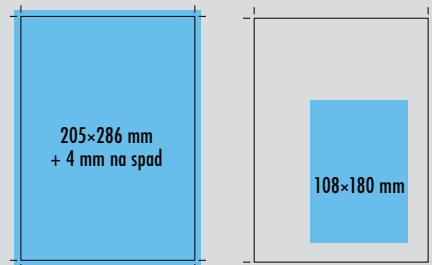
Zamówienia: tel. 42 687 12 92; e-mail: prenumerata@swiatdruku.eu

Tytuł książki	Cena w zł
Angielsko-polski słownik terminów poligraficznych (COBRPP)	50
Architektura książki	45
Barwy druku	60
BHP na stanowiskach pracy w przemyśle poligraficznym z uwzględnieniem oceny ryzyka zawodowego	40
Co drukarz powinien wiedzieć o farbach	40
Fleksodruk. Formy drukowe i materiały	41
Gospodarka odpadami w zakładach poligraficznych	40
Jakość w zrównoważonym rozwoju przedsiębiorstwa	25
Lettera Magica	45
Poligraficzny słownik terminologiczny	53
Procesy introligatorskie i wykończeniowe współczesnej poligrafii	40
Sitodruk	50
Systemy produkcyjne w poligrafii	15
Technologia offsetowa (zagadnienia standaryzacji)	30
Technologia offsetowego drukowania arkusowego	40
Trudności w arkusowym drukowaniu offsetowym	20
Web-to-print pierwsze kroki	20

Wszystkie podane ceny zawierają podatek VAT, doliczamy koszty wysyłki.

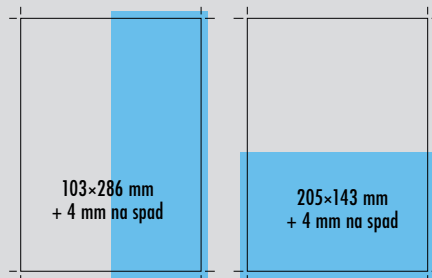
Reklama

Poniżej przedstawiamy najczęściej zamawiane moduły reklamowe.

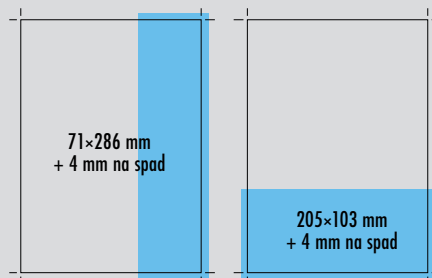


1 strona

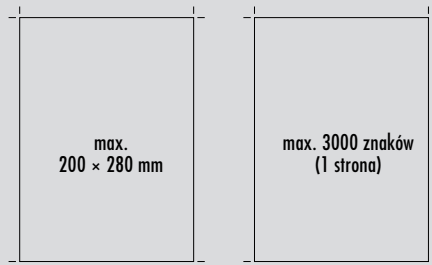
Junior Page



1/2 strony



1/3 strony



Insert

Artykuł

Reklamy należy przysyłać w plikach: EPS, JPEG, PDF lub TIFF w rozdzielczości 300 dpi, na adres reklama@swiatdruku.eu (do 20 MB). Na życzenie udostępniamy serwer FTP.

REKLAMA NA STRONIE WWW.SWIATDRUKU.EU

Poniżej przedstawiamy najczęściej zamawiane rozmiary banerów podane w pikselach: 750x100, 468x60, 234x60 i 160x200.

Reklamy i banery można zamawiać:

- telefonicznie 42 687 12 92
- elektronicznie reklama@swiatdruku.eu lub marketing@swiatdruku.eu



MultiFol

Uszlachetnianie druku

*Pragniemy życzyć Państwu
przeżywania Bożego Narodzenia
w zdrowiu, radości
i ciepłej, rodzinnej atmosferze.
Kolejny zaś rok niech będzie czasem pokoju
oraz realizacji zamierzeń.
Zarząd i pracownicy firmy Multifol*

www.multifol.com.pl



Radosnych Świąt
Bożego Narodzenia
i szczęśliwego
Nowego Roku!

