

# TYPOGRAFIA

11/2011 č. 1229, ROČNÍK 114



# Editorial

Tak opět naskočily jedničky, dnes je 1.11. roku 2011 a zvláště letošní listopadové datum s jednou jedenáctkou navíc vyzývá typografy a textové maniaky k číslicovým hrám, které třeba v sousedním Německu každoročně spouštějí proslulý Fasching, (podle našeho fašink), tedy období lidového období karnevalu, kdy lidé bez ohledu na rozdíly v postavení si nasazují klaunské čepičky, kloboučky a červené nosy a víc než jindy se smějí a šaškují. Den 11.11.11. v 11.11, magický moment, kdy všichni „blázni“ jedenáctého listopadu v jedenáct hodin a jedenáct minut (o 11 vteřinách jsem neslyšel) začnou hlaholit, troubit, zvonit a nejrůznějšími způsoby dělat rámus a rozruch, je jejich nepsaným svátkem a toto nepřistojné chování je jim i na pracovištích i v ulicích vlídně tolerováno, hospody a kiosky se naplní, lidé se titulují „Narren“ (blázni) a víc než jindy se smějí a usmívají. Jak to je s případnými škodami na zařízení a produktivitě práce nevím, ale nejspíš se řeší individuálně, známe to ze silvestrovských oslav i z masopustů. Pěknou stránkou tradice tohoto momentu je zahájení sezóny plesů a bálů, tanců a společných radovánek až do příštího půstu.

Podobně žně ale budou mít typografové o rok, měsíc a jeden den později při hře s dvojkami: bude totiž den 12. 12. 2012 a ve 12 hodin a 12 minut se to bude hemžit dvojkami! Dvojka se určitě objeví také na typografických novoročenkách, z nichž některé tradičně dorazí do naší redakční a soukromé korespondence a my je opět tradičně otiskneme po novém roce. Milí čtenáři, tvořte a tiskněte je, jsou to krásné hry a zpestřují náš život a do tiskáren, studií a reklamních agentur nadále patří!

Aktivita tiskařské a papírenské branže v Evropě, jak se zdá, navzdory ohlašovaným krizím a některým úvahám o stagnaci tisku sílí. Německý grafický průmysl dokonce hlásí mírný růst, což má pozitivní dopady i na naší straně hranic. Podzimní veletrhy, které již proběhly nebo brzy otevřou brány, předznamenávají nové strategie, produkty, posílení trhů a zanedlouho především vyvrcholení trendů na drupě 2012. Konaly se veletrhy GraphExpo v USA, Labelprint v Bruselu, 17. ročník Druck+Form v Sinsheimu, PostPrint se přemístil z Berlína do Lipska a několik dalších se konalo na Východě. Na každém z nich se objevily nějaké zajímavé novinky pro tiskařský svět a posunuly jeho vývoj dál.

Samozřejmě se vše soustředí za půl roku na drupu 2012 a výhledy budou o něco čitelnější.

Pravděpodobně se potvrdí dosavadní opatrné předpovědi vývoje médií a nedojde k ničemu převratnému, co by mělo ohrozit nebo změnit dosavadní vývoj situace.

Nebývale poskočila vpřed podnikatelská strategie tiskařů. Zajímavým barometrem aktivity jsou témata ohlášených kongresů a odborných setkání v branži. Na straně jedné jsou už definována nová konkurenční média, už je čitelné a zřejmé, kde tiskařům hrozí odliv tradičních zakázek a kde je internetem a elektronickými nástroji vytvářen tlak na konvenční nebo sterilní technologie. Část těchto nových, zejména digitálních technologických trendů není ani překvapivý, ani nebezpečný, protože se odehrává uvnitř tiskařského média. Ani digitální tisk ve všech podobách včetně personalizace a individualizace tiskovin, ani inkjet nejsou novinkou, je to jen další technický pokrok uvnitř oboru. Grafický průmysl přece digitalizuje již od šedesátých let.

Na straně druhé se však vysokým tempem rodí nové požadavky a přístupy zákazníků a cílových spotřebitelů, na něž konvenční polygrafie svými výrobními prostředky a kvalifikačně není dostatečně připravena a vybavena. Podobně je tomu i na území vydavatelů a redakcí. Sotva grafický průmysl a jeho dodavatelé jakžtakž ustáli pohromu klesajících nákladů knih a tlaku na extrémně krátké dodací lhůty, přišla vlna požadavků na in-line techniky, přímé bezkontaktní obchodování třeba typu web-to-print, internetový obchod, souběžné vydávání klasických papírových knih a elektronických publikací, využití mobilních technik a tabletů pro stále více aplikací, dosud vyhrazených tisku a dalších alternativních postupů. Pomalost je už nyní trestána a konkurenční cenové tlaky nejen z dálného východu jsou namnoze drtivé zejména tam, kde je významný podíl datových sítí. Obor velmi obtížně formuluje požadavky na vzdělávání nových generací, na přípravu vedoucích odpovědných manažerů a kontrolních míst a jen ztěžka řeší rostoucí nezaměstnanost a ztrátu kvalifikovaných pracovních sil. Jedním z nejnovějších sloganů profesních setkání se stalo oslovení: „Zeptejte se svých zákazníků, co od vás očekávají, ale hned se také podívejte, jestli a jak jste na to připraveni.“ Podnikatelé musí od svých zaměstnanců požadovat profesní i osobnostní kvalitu a motivaci. Jaké požadavky vůči tiskárnám budou v nové situaci mediálních mixů uplatňovat zákazníci, je hlavním předmětem podzimních úvah a debat na několika kvalitně obsazených a významných odborných konferencích.

Vladislav Najbrt



## Obálka listopadové Typografie je dílem Jany Bartákové

Studuje třetím rokem Soukromou vyšší odbornou školu umění a reklamy, Orange Factory v Praze. Specializuje se na reklamní grafiku. Je to vysmátá a přátelská slečna (pro někoho trochu blázen), která má ráda svou rodinu, grafiku, hudbu, počítačové hry (žádná lama), četbu a zvířata. Grafikou se zabývá již od střední školy a bere ji dost vážně. Na svém grafickém kontě má dokonce i několik realizací pro menší firmy. Obálky listopadového až lednového čísla Typografie vytvořili studenti pražské Orange Factory Soukromé vyšší odborné školy umění a reklamy, o které se dočtete více na str. 14–15.



**drupa**  
2012  
► official  
**media**  
**partner**

Obsah

Contents

1 Milan Lelek

Budoucnost evropského průmyslu tisku je v našich rukou

The future of European printing industry is in our hands

3 Jitka Böhmová

Anketa Jak se firmy popraly s krizí

Questionnaire How do firms grapple with crisis

5 Inovace | novinky | racionalizace

Termální tisková deska Trillian SP

Innovation | news | rationalization

Thermal printing plate Trillian SP

6 Ondřej Sedláček

Efektivně! Za málo peněz hodně muziky...

Effectively! For little money a lot of music...

8 William Mitting

Dlouhá cesta k oživení: dopad velké recese na polygrafický průmysl

The long road to recovery: the impact of the Great Recession on print

11 PR xPrint xPrint+ doplňkové polygrafické služby

PR xPrint xPrint+ additional printing services

12 Jednou větou, třemi větami

One sentence, three sentences

13 Jitka Böhmová

Konference Tisk digitální a/nebo ofsetový

Conference digital printing and/or offset printing

14 Mgr. Andrea Čapková a Mgr. Karel Kárász

Expo jako absolventský projekt

Expo as a graduation project

16 Kurt K. Wolf

Co přináší vytvrzování UV barev pomocí LED v praxi?

What does the curing of UV colors using LEDs in practice?

18 Vladislav Najbrt

IfraExpo 2011 byla opět ve Vídni

IfraExpo 2011, again in Vienna

19 Koudelkova Invaze 68 v Moskvě

Koudelka's Invasion 68 in Moscow

20 Dušan Junek

POSTERIUM – mezinárodní projekt plagátu v Bratislavě

POSTERIUM – international poster project in Bratislava

22 Aktuality z domova a ze zahraničí

Actualities from printing industry

24 Kolegium Typografie představuje své členy

Kolegium Typografie introduces its members

## Typografia digitální

Příloha o digitálním tisku tištěná digitálním tiskem

Více uvnitř čísla

## Typografia 11/2011/1229/ročník 114

Odborný časopis českých polygrafů a typografů

Vydavatel Digirama s.r.o., Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

Adresa redakce Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

www.typografiacz.cz

Fax 220 961 441

Manažerka časopisu Zdeňka Maršová, 776 664 427

marsova.typografia@tercie.cz

Šéfredaktor Vladislav Najbrt

Redakce Jitka Böhmová, 776 613 647

bohmova.typografia@tercie.cz

Předseda redakční rady Milan Maršo

Redakční rada Jaroslav Hruška, Jan Král, Milan Maršo,

Zdeňka Maršová, Vladislav Najbrt, Jan Opletal, Jan Sehnal,

Alan Záruba, Jiří Zápotocký

Zahraniční partner Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,

Lubomír Krátky

Obálka: Jana Bartáková, Orange Factory Soukromá vyšší

odborná škola umění a reklamy

Koncepce úpravy vnitřních stran Boris Meluš

Předtisková příprava Tercie servis s.r.o.

Tisk Tercie Praha spol. s r.o.

Příjem inzerce v redakci Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

Cena čísla 60 Kč, Předplatné v redakci, Roční předplatné 700 Kč

Název a číslo účtu Digirama s.r.o., č.ú. 51-2279360247/0100

Komerční banka, pob. Praha 6

ISSN 0322-9068, Registrováno pod MK ČR 7504

Podávání zásilek povolila Česká pošta pod č.j. nov. 6084/96

Vydavatel a redakce neodpovídají za obsah autorských

článků.

Toto číslo je tištěno barvami dodanými firmou

Michael Huber CZ

Toto číslo je tištěno na papíře Hello Silk 115 g/m<sup>2</sup>

(vnitřní listy), který sponzorsky dodala společnost

OSPAP a.s., K Hrušovu 4/292, Praha 10, Tel.: 271 081 111,

Fax: 272 704 725, e-mail: ospap@ospap.cz, www.ospap.cz

# Budoucnost evropského průmyslu tisku je v našich rukou

Osvědčené postupy sociálně odpovědné restrukturalizace polygrafických firem. Tato studie byla zpracována společností Facta Consult v rámci společného projektu s dále uvedenými společnostmi: Intergraf, UNI Europa Graphical, Assografici, bvdm, KVGGO, Ver.di, Unite und FISTEL-CISL a byla kofinancována (spolufinancována) Evropskou komisí (Generální ředitelství pro zaměstnanost, sociální věci a sociální začleňování). Studie nemusí nezbytně odrážet názory zúčastněných organizací. Názory v této studii, dále i obsažené informace nepředstavují nezbytně názory a postavení Evropské komise a také neobsahují žádné závazky ze strany komise.

Studie ukazuje, že vliv externích faktorů (jako je např. vývoj v oblasti komunikačních technologií, v přesunech v oblasti trhu a ve změnách výrobních technologií) a reakce podniku na tyto změny mohou být značně rozdílné. Zatímco malé a střední organizace jsou, jak se zdá, vystaveny většímu riziku, mají současně tu přednost, že mohou agilněji a promptně reagovat na požadavky trhu. Velké podniky proti tomu bojují primárně s problémem přebytečných kapacit, který vedl k cenové válce v celém průmyslu.

Projekt ukazuje na konsenz (souhlas) mezi velkými podniky a odbory, který by měl zajistit větší angažovanost na celoevropské úrovni. Aktuální podíl konkurzů ve spojení s evropskými zákony o konkurenci, které zamezují koordinaci mezi velkými podniky, mohou celý sektor zeslabit natolik, že evropské podniky zkrachují a na trhu budou dominovat tiskové importy z rozvojových zemí, nebo vznikne takřka monopol, který způsobí náchylnost k akvizici, takže následně zůstane na trhu pouze několik málo aktérů. Každý z těchto scénářů má dalekosáhlé sociální důsledky pro vlastní zaměstnance. V tomto směru panuje názor, jak na úrovni managementu, tak i u odborů, že je nutné ze strany Evropské unie povolit v rámci Evropy spolupráci velkých podniků, aby bylo možno realizovat restrukturalizaci, a to v návaznosti na konzultace a dohody s odbory a osazenstvy podniků a tím omezit kapacity na základě koordinovaného rozhodování a sociálně zodpovědným způsobem.

Zatímco problém nevyužitých kapacit a cenové konkurence působí na celý sektor, jsou změny technologií hrozbou a šancí současně. Změny v chování zákazníků a přesun na WEB a jiná e-řešení představují snížení poptávky po tištěných produktech. Technologie ale pomáhá při zvyšování produktivity a nabízí přístup k novým trhům pro podniky, které jsou dostatečně agilní, aby využily nabízené příležitosti. Zatímco malé a střední podniky jsou na tom z hlediska flexibility dobře, mohou mít ale těžkosti v přístupu ke kapitálu, zvláště v aktuálním hospodářském klimatu.

V rámci těchto změn dochází ovšem ke značným personálním důsledkům, jak potvrzují odpovídající komentáře ve studii, tak i její kvalitativní část. Pokud se ptáme na strategie, o kterých uvažují podniky jak v krátkodobé, tak i dlouhodobé perspektivě, uvažuje pouze 5 % zkoumaných podniků s uzavřením. 47 % proti tomu uvažuje se zastavením činnosti

v dlouhodobém scénáři, zatímco 45 % zastává to mínění, že nemají žádnou jinou možnost, než podnik prodat. K dalším defenzivním strategiím patří redukce velikosti podniku, jeho vybavení a snížení počtu zaměstnanců (v současnosti o tom uvažuje 29 %, dlouhodobě ve vzestupné tendenci 36 %). Zhruba polovina tázaných (51 %) vidí v propouštění celkové řešení, přičemž 34 % do mixu zahrnují předčasný odchod do důchodu a 20 % vidí nezbytnost přípravy zaměstnance na zprostředkování místa mimo průmysl.

Jiná průběžná nebo zvažovaná opatření mají rovněž významný vliv na zaměstnance. Takřka každý třetí účastník realizuje převádění zakázek do kooperace (29 %) dále i změny pracovní smlouvy (32 %) jako důsledek aktuální situace.

Způsoby práce se budou měnit také pro zaměstnance, kteří zůstanou i nadále v podniku. Konkurenční schopnost si vyžádá dodatečnou flexibilitu, aby byl podnik schopen přizpůsobit se stále náročnějšímu trhu – a zatímco někteří z účastníků projektu takováté řešení již zavedli, uvažuje 63 % dotázaných zavedení flexibilních pracovních postupů, zatímco 67 % klade důraz na kompetence zaměstnanců, na jejich vlastnosti, motivaci, postoje, znalosti, dovednosti a zkušenosti (programy zvyšování kompetencí = multiskilling).

Vyšší náročnost na úroveň kvalifikací („upskilling“) bude mít podstatný význam, aby bylo možno zvládnout novou technologii. Zde uvádí 57 % dotázaných, že zvažují přeškolení stávajících zaměstnanců do nových kompetencí – přičemž 38 % uvažuje s náborem zaměstnanců disponujících jinými kompetencemi.

Důsledky restrukturalizace na zaměstnance představují aktuální dilema. Přesto je restrukturalizace nezbytná. Přitom je nezbytné realizovat celou řadu požadavků – výměnu informací, zvyšování kvalifikace neboli váš proaktivní přístup k osvojování si nových poznatků, prozíravý management, komunikaci, konzultaci, jednání a dohody s odbory a zaměstnanci – aby bylo možno restrukturalizaci zvládnout férovým a přiměřeným způsobem managementu. Nevyhnutelný závěr spočívá v tom, že sociálně odpovědná restrukturalizace si vyžádá příspěvek všech postižených v rámci průmyslu – Intergraf, UNI Europpa Grapical, svazů, podniků, odborů a samotných zaměstnanců. A nemůže být úspěšně realizována bez aktivní podpory vlád na národní a evropské úrovni.

Význam zapojení odborů a jejich závodních rad spočívá v jejich podílu na kontinuální kontrole a hodnocení realizace strategií. Tím lze umožnit, aby byly vždy všechny relevantní problémy co nejdříve identifikovány a řešeny. Pro sociální zodpovědnost v rámci podniku je výchozím bodem ekonomická udržitelnost a poskytnutí záruky požadované zaměstnanosti. Průmysl musí pro jedenadvacáté století znovu definovat svůj image. Pro polygrafii to znamená umístit se do středu komunikační branže. Má k tomu potenciál, protože může budovat na 550 letech své historie a stát se osvědčeným poradcem pro zákazníky, kteří soustavně zápasí s tím, co vybrat ze široké nabídky komplexních a soustavně narůstajících možností v oblasti komunikací tak, aby z toho měli maximální užitek. To ovšem vyžaduje mít na zřeteli jak strategii, tak i schopnost navázat nové pracovní vztahy s ostatními podniky svého sektoru.

Přes všechny výzvy vládne shoda, že nejpodstatnější je vytváření kompetencí. Zatímco z technického hlediska představují klíčové kompetence informační technologie, panuje shodný názor, že stále větší význam budou mít mezilidské kontakty, přímý kontakt se zákazníkem, jeho podpora a manažerské kvality vedení podniku.

Nové postavení branže, diverzifikace aktivit a práce na změně kultury v podnicích obecně je nezbytné, aby se staly atraktivnější pro mladé pracovníky, aby všichni do jednoho podporovali změny. To vše pomůže, aby podniky přitahovaly perspektivní pracovníky.

Ve spojení s tím, musí průmysl zajistit, aby přitahoval takové kompetence, které jsou potřeba k tomu, aby stárnoucí osazenstvo s tradičními rutinami doplnil a v dlouhodobé perspektivě nahradil. Takováté výzva vyžaduje v branži změnu. Schopnost ke změně je dána, aby toho mohlo být dosaženo, jestliže je zde i pochopení pro to, aby se staly požadavky zákazníků centrálním elementem v metodě myšlení ze strany průmyslu.

Ze studie vyplývá zcela jasné poselství, že jen efektivní partnerská práce – mezi vedením, odbory, podnikatelskými a odborovými svazy – vytváří předpoklady pro efektivitu změn v rámci sociálně zodpovědné restrukturalizace.

Je tu silný zájem o výhodnou partnerskou spolupráci, a to jak s odbory /provozními radami, pokud v podniku existují, tak i pro realizaci partnerských principů přímo se zaměstnanci. Efektivní cyklus informací, komunikací a konzultací je účastníky vysoce

hodnocen jako centrální element sociální zodpovědnosti a výsledného komerčního efektu podniku.

Poznámka:

Diskutovaná zpráva je výsledkem devíti měsíců primárního zkoumání problematiky, především evropského polygrafického průmyslu. Bylo realizováno přes 45 interview s manažery, kteří jsou zodpovědní za vedení některých největších podniků branže, dále šlo o vlastníky a senior manažery řady menších a středních podniků, vedoucích zástupců odborů a zaměstnaneckých svazů. Mimoto byli poptáváni zákazníci a dodavatelé tiskáren, aby bylo možno získat názory vně oboru. Především šlo o aktuální stav průmyslu a stávající výzvy. Dále to byly dva 1,5 dne probíhající workshopy, přičemž se jeden z nich týkal velkých podniků a druhý menších a středních tiskáren. Tyto workshopy se konaly v Itálii, v Miláně. Zúčastnilo se jich 90 zástupců oborových a odborových svazů, aby se bylo možno poradit a diskutovat o výzvách a formulovat řešení problémů. Dále byla organizována online dotazová akce, která zaručila široce rozložený input názorů (148 účastníků odpovědělo na dotazy).

**PROGRESS (2007–2013)** Tento program je řízen Generálním ředitelstvím Evropské komise pro zaměstnanost, sociální věci a sociální začleňování Evropské komise. Tento program má zajistit realizaci cílů EU v oblasti zaměstnanosti, sociálních věcí, které jsou popsány v oblasti politik v rámci sociálně politické agendy. To má být současně příspěvkem pro Lisabonskou strategii v této oblasti.

Úkolem programu PROGRESS je podpora členských států z hlediska EU cílů a priorit.

- Příprava analýz a doporučení v oblastech politických polí programu PROGRESS;
- Podávání zpráv a kontrol o realizaci EU legislativy a politiky v politických polích programu PROGRESS;
- Podpora a realizace vzájemného učení a vzájemné podpory mezi členskými státy se zřetel na EU cíle a priority a vzájemné celkové zprostředkování názorů zúčastněných a společnosti. ✕

*Budoucnost evropské polygrafie je v našich rukou // Názory průmyslu  
Zpracoval: Milan Lelek*