



TRIPLEX

Typografia digitální 2/2012 číslo 21 ročník 3

OBSAH CONTENTS

- 2 PR Ospap v bráně digitálního svítání
PR OSPAP in the gate of digital dawn
- 3 Cary Sherburne Velký tisk, velký dojem, Trendy ve velkoformátovém tisku
Cary Sherburne Making a Big Impression, Trends in Large Format Printing
- 6 Komunikační zařízení na veletrhu CES
Communication equipment at the CES
- 7 Anketa Novoroční pohled zpět a pohled vpřed #3
Questionnaire New Years look back and look forward #3
- 8 Aktuality digitální
Digital actualities
- 10 Noviny se mění, aby přilákaly mladší čtenáře
Newspapers Changing to Attract Younger Readers
- 11 Globální marketingová kampaň drupa se opírá o rozšířenou realitu
Global marketing campaign of drupa relies on Augmented Reality

TYPOGRAFIA DIGITÁLNÍ 2/2012/č. 21/ROČNÍK 3

Příloha časopisu Typografia 2/2012/č. 1232/ročník 115
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
bohmoa.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: Adéla Knajzlová
Předtisková příprava Tercie servis s.r.o.
Příjem inzerce v redakci Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00
Cena čísla 60 Kč, Předplatné v redakci, Roční předplatné
700 Kč + 14 % DPH
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.
Příloha je vytištěna na stroji Xerox Nuvera 200 EA
(vnitřní listy) a na stroji Xerox DocuColor 8080 (obálka)
ve společnosti Agentura 5, s.r.o., obojí na papíře
DNS® performance 80 g/m², který sponzorsky dodala
společnost OSPAP a.s., K Hrušovu 4/292, 102 23
Praha 10, tel.: 271 081 111, fax: 272 704 725,
e-mail: ospap@ospap.cz, www.ospap.cz.

Ospap v bráně digitálního svítání

Jak je v poslední době v Ospapu zvykem, chce každou vhodnou chvíli nabídnout svým zákazníkům kvalitní papír pro digitální produkční tisky. V současné době se jedná o poslední novinku ze strany výrobce Mondi, a to o papír DNS® performance. Tento papír je určen především pro profesionální laserové, ale i inkoustové tiskárny.

DNS® performance se vyznačuje tradiční ofsetovou bělostí, skvělou průchodností profesionálními stroji, jakožto i příznačnou univerzálností.

Je vhodný především pro barevné i černobílé tisky se zaměřením na transakční tiskové aplikace spojené s propagačními materiály jako jsou výkazy či faktury všeho druhu. Jak už je u výrobce Mondi standardem, i papír DNS® performance získal certifikaci PEFC a ekoznačku EU.

Papír je možno dostat v Ospapu v gramážích 80, 90, 120 a 160, ve formátu SRA3 /32 x 45/, ve velkých formátech nebo v rolích. Papír DNS® performance je další v řadě profesionálních papírů, určených pro produkční digitální tisk, který společnost Ospap zařadila do svého sortimentu a je připravena plnit i ta nejnáročnější přání „digitálních“ zákazníků.

Pro více informací se obraťte na obchodní manažery nebo přímo na specialistu přes digitální papíry ve firmě Ospap – pana Jiřího Bilíka. ✕



OSPAP a.s.

K Hrušovu 4/292, 102 23 Praha 10
T 271 081 111, F 272 704 725
E ospap@ospap.cz, www.ospap.cz



Trendy ve velkoformátovém tisku

Mnozí odborníci hovořili o drupě 2008 jako o „ink-jetové drupě“, což také z mnoha pohledů byla. Po drupě 2008 přinesli někteří prodejci na trh čtyřbarevná vysokorychlostní ink-jetová řešení, která byla k vidění na drupě, ve formě hotových výrobků nebo koncepcí, a tyto výrobky na trh stále ještě přicházejí.

Které technologie můžeme očekávat v souvislosti s blížící se drupou 2012 jako základ změn v oblasti polygrafie a vydavatelství? Ještě jednou lze očekávat, že uvidíme, že na poli nových technologií, které vystavovatelé prezentují, má inkoustový tisk stále významnou pozici. Tentokrát ale, i když zde bude stále ve velkém rozsahu přítomen výrobní sektor, se můžeme těšit na „velké“ zaměření na velkoformátový tisk v souvislosti s tím, jak v tomto sektoru dozrávají digitální nabídky, zlepšuje se jejich poměr cena/výkon a jak v mnoha aplikacích vytlačují běžné analogové technologie tisku poutačů a reklamních panelů, jako je sítotisk.

Trh velkoformátového tisku Digitální velkoformátové tiskárny nejsou na trhu poutačů a reklamních panelů nové. Novinkou je však rychlost, s jakou tato technologie pokročila, pokud jde o kvalitu, rychlost a rozsah aplikací, pro které lze digitální výrobní procesy využít. Stejně tak, jako trh ofsetového tisku zjistil, že se objevila poptávka od kupujících po menších nákladech, rychlejší obrátkovosti a důrazu na obsah, který je hnacím motorem pro posun výroby k digitálním procesům, dochází ke stejné transformaci i na trhu velkoformátového tisku.

A technologie ke splnění těchto požadavků jsou připraveny. Pokračuje také inovace. Například EFI tvrdí, že jejich nové vytvrzování LED „Cool Cure“ pro linku VUTEK pracuje stejně rychle jako UV lampy, ale s nižší spotřebou energie, schopností tisknout na tenčí a levnější materiály díky snížené teplotě a s menšími náklady vzhledem k tomu, že není třeba měnit žárovky. Scott Schinlever, člen nejvyššího vedení a generální manažer pro ink-jetová řešení ve společnosti EFI, očekává, že na drupě se objeví další dodavatelé, kteří budou nabízet LED a dodává: „Vytvrzování LED nemá téměř žádná negativa, pokud se zaměříte na jeho základní funkcionalitu.“

Společnost FujiFilm Graphic Systems uvedla na trh výrobek, který je možno považovat za kombinaci komerčního tisku a trhu poutačů a reklamních panelů. Archový inkoustový tiskový stroj FujiFilm J-Press 720, half-size (29") je určen pro použití v komerčním tisku, ale vzhledem k velikosti archu a kvalitě je také vhodný pro tisk menších poutačů a reklamních panelů, především pro materiály POP (point of purchase). Tento přístup může být jednodušší cestou pro komerční tiskárny při jejich vstupu na trh poutačů a reklamních panelů, protože tiskový stroj se může použít na i výrobu tradičních komerčních tiskovin v malém nákladu. Kromě toho je FujiFilm výhradním distributorem tiskáren Inca Onset ve Spojených státech amerických a po celém světě nabízí vlastní UV tiskové stroje flatbed/roll fed série Acuity a tiskové stroje roll-fed série UVISTAR.

Z velké části je technologický pokrok poháněn požadavky trhu. V červnu 2011 dokončila firma

InfoTrends studii, jejímž cílem je shromáždit více informací o kupujících velkoformátových produktů.¹ Účelem této studie bylo jednak lépe pochopit požadavky zákazníků, kteří kupují velkoformátové tisky, a jednak sledovat změny těchto vzorců oproti předchozí studii z roku 2009. Ačkoliv se jedná o studii ze Severní Ameriky, požadavky kupujících, které z ní vyplývají, budou pravděpodobně podobné po celém světě. Základem tohoto průzkumu byly odpovědi více než 300 kupujících.

Aplikace a vzorce chování kupujících Studie zjistila, že hlavními formáty zůstávají poutače, plakáty a tabule, přičemž ve srovnání s rokem 2009 získává větší podíl fotografie (v roce 2011 uvedlo 42,6 % respondentů, že nakupují fotografické aplikace oproti 30 % v roce 2009). U obrázků, nátisků, vlajek a textilií se projevil prudký pokles, zatímco ostatní aplikace byly relativně stabilní. Respondenti uvedli, že kupují velké formáty v průměru 5,4 krát ročně, což je oproti roku 2009 mírný nárůst. Ve studii z roku 2011 se uvádí průměrný počet výtisků na jednu objednávku 36,5, což je počet, který nahrává digitální produkci a tomu, aby nahradila analogové procesy.

Kvalita, cena a rychlost jsou tři klíčové prvky pro výběr dodavatele poutačů a reklamních panelů. V roce 2009 byla hlavním kritériem pro výběr cena. Tento posun zaznamenala i Linda Bell, ředitelka společnosti Inca Digital Printers, která řekla: „Došlo k jasnému posunu. Zákazníci lépe znají technologie a jsou náročnější v požadavcích na to, co od dané technologie očekávají. Mají zájem o různé druhy tisku a konečné zpracování i o lepší kvalitu, než tomu bylo v minulosti. Protože již mají určitou představu o rychlosti, jde nyní méně o rychlost, ale více o kvalitu.“ V souladu s výše uvedeným společnost Inca nedávno uvedla na trh tiskárny vyšší kvality s menším výkonem; modely S20 a S40 také nabízejí výběr mezi lesklou, saténovou a matovou povrchovou úpravou. Linda Bell dodává: „Jestliže se nám podaří posunout kvalitu na úroveň ofsetu, pro velké formáty se tím otevře širší trh.“ Rychlost je však stále důležitá a většina dodavatelů na trhu dále zvyšuje kapacitu zařízení použitím širšího vozíku a vyšší rychlostí. S. Schinlever ze společnosti EFI říká: „U tiskových hlav a samotných polygrafických systémů poměr cena/výkon stoupá exponenciálně. Prodejci tiskáren, jako je EFI, Durst, Inca a další, mohou s klidným svědomím prohlásit, že nakonec budou mít něco stejně rychlého nebo rychlejšího než

EFI VUTEK



plně rozvinutý sítotisk, což zvýší důležitost řešení integrovaného workflow nad rámec samotné tiskárny.“

Používání QR kódů u poutačů a reklamních

panelů Jedním z nejzajímavějších zjištění průzkumu InfoTrends byl fakt, že 20 % kupujících velkoformátových poutačů a reklamních panelů používá QR kódy a další interaktivní média, a z nich 90 % plánuje, že bude ve využívání interaktivních prvků pokračovat. 70 % kupujících by o použití QR kódů nebo jiných interaktivních prvků ve velkoplošných panelech uvažovalo. To představuje velkou příležitost pro dodavatele na trhu velkoformátového tisku, aby mohli jednak zákazníky poučit o hodnotě interaktivních prvků, a jednak aby mohli pomocí této služby vytvořit větší hodnotu pro zákazníky a nové výnosy pro sebe.

Digitální produkty nejsou hrozbou Digitální (elektronické) poutače byly na trhu reklamních panelů vnímány jako hrozba a mnoho lidí se obávalo, že zcela vytlačí tištěné produkty. K tomuto přechodu však podle studie Info Trends nedošlo. Pouze 11 % respondentů zakoupilo digitální poutače, přestože 38 % respondentů uvedlo, že to mají v plánu. Tyto nákupy však podle všeho mají jen malý dopad na velkoformátové tisky, když 76 % respondentů uvádí, že používají digitální poutače společně s velkoformátovými tisky.

Mix digitálních technologií Tato digitální dynamika zatlučká stále více klín do tradičního trhu sítotisku a mnoho tiskáren digitální technologie začleňuje do svého výrobního portfolia. Stejně jako u ofsetu, budou i pro sítotisk v brzké budoucnosti vhodné aplikace, jejichž výroba není z praktického hlediska příhodná. Nicméně, rozsah aplikací, které lze nyní vyrábět digitálně, exponenciálně narůstá. Mnozí věří, že jediné aplikace, které umí sítotisk, ale nelze je provádět digitálně, se točí kolem speciálních barev, jako jsou metalické a fluorescenční barvy, které pravděpodobně ještě nějakou dobu nebudou pro digitální tisk k dispozici. Pokud jde o specifické aplikace, poslední velkou oblastí, která dlouhodobě přejde na digitální tisk, bude oděvní průmysl.

Typy inkoustů Jedním ze způsobů segmentace trhu velkoformátového tisku je prověřit různé typy používaných inkoustů. InfoTrends rozděluje inkousty do tří hlavních kategorií:



Inca Onset S40



- inkousty na vodní bázi, kam patří trvanlivé inkousty na vodní bázi jako podkladový materiál, jako jsou latexové barvy HP.
- inkousty na bázi ředidel/ekosolventní, které kdysi měly největší podíl na trhu, ale nyní jejich pozici ohrožují trvanlivé inkousty na vodní bázi a třetí kategorie, inkousty tvrzené UV.
- inkousty tvrzené UV se uchytily na trhu a UV tiskárny mají lví podíl na dodávkách nových zařízení na trhu velkoformátového tisku, jak tiskárny postupně přecházejí z inkoustů na bázi ředidel na UV tvrzené inkousty.

Tvrzení UV má rychlejší nárůst v Evropě než v Severní Americe, ale je pomalejší na nových rychle se rozvíjejících trzích, jako je Čína a Latinská Amerika, kde je méně přísná kontrola dle zákona. Tim Greene ze společnosti InfoTrends říká: „V Severní Americe se velkoformátový tisk stále ještě prodává s poměrně vysokou marží ve srovnání s Čínou, kde mají přednost technologie na bázi ředidel a tiskárny platí za litr inkoustu jednu desetinu ceny, než by zaplatily v Severní Americe. Číňané srazily ceny dolů, protože prodávají velké formáty až za 35 centů za čtvereční stopu, když dříve cena dosahovala 3–4 USD za čtvereční stopu.“

T. Greene dále zdůrazňuje, že tiskárny na vysoce regulovaných trzích, např. v Západní Evropě nebo v Severní Americe, používají „zahraniční zdroje“, aby splnili určité požadavky zákazníků, takže si objednají tisk prováděný méně ekologickým způsobem v Polsku a hotový výrobek pošlou do Velké Británie. V takovém případě tiskárna splní jak požadavky zákazníka, tak zákonné požadavky, protože tisk nebyl zhotoven ve Velké Británii. „Čína začala s inkousty na bázi ředidel, zatímco Severní Amerika a Západní Evropa

začaly s inkousty na bázi vody,“ dodává T. Greene. „Inkousty na bázi ředidel pravděpodobně zůstanou v Číně a na dalších nově vznikajících trzích základní technologií vzhledem k nižším nákladům na inkoust, zatímco rozvinuté trhy se od inkoustů na bázi vody a ředidel přesouvají k UV a spolu s tím, jako technologie vyžívají, očekáváme, že trvanlivé inkousty na bázi vody také zahájí útok.“

Technologie, na kterou je třeba si dát pozor, jsou trvanlivé inkousty na bázi vody. I když vedoucí pozici v tomto segmentu má HP se svými inkousty Latex, T. Greene uvádí, že podobné složení vyvíjejí i společnosti, jako je Sun Chemical a Sepiax, a dodává: „Tyto inkousty jsou dobré pro některé piezo tiskárny Epson, to znamená různá zařízení Roland DG, Mutoh, Mimaki a Epson, která jsou na trhu. Mnohá z těchto zařízení bylo možno převést na trvanlivé inkousty na vodní bázi, náhradou za inkousty ekosolventní, jednoduše výpláchnutím systému a výměnou tiskové hlavy.“ Trvanlivé inkousty na vodní bázi by mohly být prvkem, který by zastavil růst UV a zrychlil pokles inkoustů na bázi ředidel. Bude zajímavé sledovat, jestli přední poskytovatelé služeb nakonec najdou důvod, proč převést své systémy na trvanlivé inkousty na vodní bázi spolu s tím, jak takto technologie vyžívá.

Zajímavé je, že ve společné studii FESPA / InfoTrends provedené v roce 2011, vyšlo najevo, že nejběžnějším typem zařízení, které se používá v tiskárnách, byly stále inkousty na bázi ředidel a pouze jedna třetina respondentů uvedla, že má technologii na vodní bázi. A to přesto, že celosvětovým trendem je nyní přechod na inkousty tvrzené UV. Jak říká Andrew Oransky, ředitel marketingu a product managementu společnosti Roland DG: „Zatímco technologie