

příjemné jest:
na přítomném činiti
na budoucím doufati
a na minulém vzpomínati

A R I S T O T E L E S

Editorial

Je jaro. Příroda se po zimě pomalu probouzí a všude raší pupeny a rozkvétají první jarní rostlinky. Stejně tak vzkvétají naše tiskárny, o čemž nás přesvědčují tiskové zprávy informující o instalaci nových zařízení v té nebo téhle tiskárně, které nám chodí e-mailem do redakce. V tomto čísle Typografie si například můžete přečíst o nové knihařské lince v Tiskárnách Havlíčkův Brod, které jsou jedním z největších podniků vyrábějících knihy v České republice.

O kvalitě tiskovin z českých tiskáren nás každoročně přesvědčují i oborové soutěže např. naše soutěž Kalendář roku, kterou každoročně pořádáme se společností M.I.P. Group a.s. Letos se přihlásilo 85 kalendářů, což je o 29 více než v loňském roce! Tento zájem nás velmi potěšil a s radostí Vám můžeme potvrdit, že kvalita celkového zpracování přihlášených kalendářů je každý rok na vysoké úrovni. Fotografie, postprodukce, tisk i zušlechťování a dokončovací zpracování kalendářů je vždy profesionálně provedeno. Výsledky soutěže zveřejňujeme v Typografii *digitální*. Množí se i kalendáře vytištěné digitálním tiskem – tento rok se jich přihlásilo osm oproti loňským třem a svou kvalitou tisku se vyrovnají těm ofsetovým. Digitální tisk se dnes již kvalitativně vyrovná ofsetu, o čemž Vás přesvědčujeme v Typografii *digitální* a toto prohlášení jistě potvrdí i veletrh drupa 2012, kterého je Typografia mediálním partnerem.

Digitální tisk se pomalu dostává i do oblasti obalů a etiket ať již pro svou ekonomiku tisku malých sérií nebo díky svým efektům typu mikrotisk, čirý toner nebo metalická barva, které mohou někdy posloužit i jako ochranné prvky. Ke slovu digitální tisk patří slovo personalizace.

Ta se osvědčila při tvorbě a tisku adresných zásilek a v obalovém průmyslu má také své uplatnění, i když se to na první pohled možná nezdá. Někteří zahraniční výrobci nápojů například nabízejí tisk vlastní personalizované etikety – na internetových stránkách jednoduše vložíte do připraveného layoutu fotografii a brzy můžete očekávat zásilku vašeho oblíbeného nápoje s jedinečnou etiketou. Mám pocit, že podobné využití personalizace pro své obaly použila v minulosti i česká firma, která vytiskla na etikety svých nápojů fotografie z dovolené zaslané spotřebiteli v rámci soutěže.

Vzorky obalů a etiket vytištěných na digitálních tiskových strojích nás nenechají na pochybách, že kvalita je opravdu špičková. V rámci rubriky Ptáme se dodavatelů v Typografii *digitální* jsme se od výrobců snažili dozvědět, které „digitály“ jsou pro tisk obalů a etiket nejvhodnější. Přestože se nám podařilo získat jenom dvě odpovědi i tak obsahují zajímavé informace. O malonákladových obalech se dočtete v úvodním článku Milana Lelka, Ondřej Sedláček předkládá opět článek o marketingu tentokrát zaměřený na reklamní agentury. Pod jakým heslem se koná drupa 2012? Na tuto otázku Vám částečně odpoví stejnojmenný text Barneyho Coxe. Pokračujeme v řadě příspěvků o efektivních a úsporných systémech Logotec Print L pro ofset. Milovníky kaligrafie potěší Stránky Mistrů od Vladislava Najbrta v jubilejním 20. pokračování a o novinkách pro knihařské zpracování se dozvíte v Typografii *digitální*.

Jitka Böhmová

OBSAH CONTENTS

- 1 Milan Lelek
Malonákladové obaly: Tisk, zpracování a funkčnost
Short-run packaging: Printing, processing and functionality
- 4 Barney Cox
Pod jakým heslem se koná drupa 2012?
What will be the theme for drupa 2012?
- 7 Tiskárny Havlíčkův Brod představily novou knihařskou linku
Tiskárny Havlíčkův Brod unveiled a new line of bookbinding
- 8 Milan Lelek
Obchodujete nebo tisknete přes internet? Web-to-Print
Do you trade or print over the Internet? Web-to-Print
- 10 Ondřej Sedláček
Jak fungují reklamní agentury a jak s nimi efektivně spolupracovat
How do advertising agencies work and how to communicate effectively with them
- 12 Jednou větou, třemi větami
One sentence, three sentences
- 13 Inovace, novinky, racionalizace – Chytré řešení pro knihárny
Innovation, news, rationalization – Smart solution for bookbinding
- 14 PR Printa Logotec
PR Printa Logotec
- 16 Vladislav Najbrt
Stránky Mistrů #20
Pages of Masters #20
- 18 Ženy v tiskárnách a médiích – O papíru a práci designéra
Women in the printing and media – about paper and work of designer
- 20 Sto let tisku v Turnově
One hundred years of printing in Turnov
- 22 Aktuality z domova a ze zahraničí
Actualities from printing industry
- 24 Kolegium Typografie představuje své členy
Kolegium Typografie introduces its members

Typografie digitální

Příloha o digitálním tisku tištěná digitálním tiskem vložená uvnitř čísla

TYPOGRAFIA 3/2012/1233/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.typografiaz.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,
Jiří Zápotocký
Zahraniční partner Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,
Lubomír Krátky
Obálka: Vladislav Najbrt a Ondřej Cejnar
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 + 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.
Toto číslo je tištěno barvami dodanými firmou Michael
Huber CZ

Malonákladové obaly: Tisk, zpracování a funkčnost

Vzhledem k problémům v oblasti akcidenčního tisku a snižujícímu se objemu výroby v oblasti publikací, roste pro průmysl tisku význam trhu obalů. Vzhledem k obrovskému rozsahu nabídky potravin, průmyslových výrobků spotřebního charakteru, které je nezbytné nejen zabalit, ale hlavně na ně v regálech obchodů upozornit a tím zvýšit jejich atraktivnost pro spotřebitele, roste i význam designu obalů, které by měly umožnit i jejich rychlé, nekomplikované otevření bez pomocných nástrojů. Jen tím může přidaná hodnota obalu zajistit jejich nasazení, zvláště pro značkové a prémiové zboží a potraviny.

Úvodem Obaly mají zajistit také důvěru spotřebitelů ke značkovému zboží tím, že budou stále inovativní. To si vyžaduje soustavný vývoj a porozumění všech partnerů v procesu tvorby hodnot. Dalším aspektem je vztah obalů k životnímu prostředí, především v oblasti recyklace. V našich podmínkách se sice chválí sběr PET lahví, ale o jejich zálohování je ticho po pěšině. Přitom jen finanční interes dokáže donutit spotřebitele ke skutečně zodpovědnému chování. U našich západních sousedů nejde jen o PET lahve ale i o hliníkové plechovky, které také již nejsou žádným jednorázovým, nevratným obalem. To si ovšem vyžaduje odpovídající vybavení obchodů, kde jsou tyto obaly lisovány do tvaru vhodného pro výslednou recyklaci. Možnosti nejrůznějších postupů tisku pro tisk obalů se v zásadě mění při tisku obalů na potraviny, kde je řada nových požadavků, zvláště z hlediska realizace bariérových vlastností u folií. Jak lze často pozorovat při nákupu sušenek, je vlastní poživatina umístěna do nepropustné folie, která dokonale chrání před pachem použitých barev. V praxi ofsetového tisku se prosazují speciální, sensoricky neutrální barvy s nízkou migrací pro vnější potisk obalů potravin a jiného sensoricky citlivého zboží. V každém případě je vhodné provést v případech nových požadavků předem

Tisk krabiček přes internet – vzorky – převzato z PMA



testy. To se týká také digitálního tisku. Obdobně je to i u disperzních laků v archovém tisku. Z hlediska dokončujícího zpracování obalových tiskovin do obalů, je nezbytné se zabývat problematikou lepidel. Především se jedná o disperzní lepidla bez rozpouštědel s odpovídajícími fyzikálními vlastnostmi. Je vhodné se zmínit i o problematice tištěné elektroniky. Jsou to, jak tištěné RFIDy (Radio Frequency Identification Tags), tak i nejrůznější interaktivní a inteligentní obaly. To vše lze očekávat v dosahu několika málo let a u některých „promo“ akcí i v řádu několika měsíců, nejpozději v příští vánoční nabídce. Určité ochranné prvky se nastěhovaly již nyní například do podrážek bot, aby si je nebylo možno, jak se o tom prodáváci často v zastrčených místech mohli přesvědčit, bezplatně odnést. Deaktivace ochranných prvků se provádí po úhradě na zařízení vedle pokladny.

Výroba obalů v „neobalových“ tiskárnách Příliš úzký sortiment a zaměření na několik málo zákazníků může být pro tiskárnu osudným. Vzhledem k tomu, že pracuji v branži tisku přes padesát let, zažil jsem již ledacos. V poslední době sleduji, kolik tiskáren v mém okolí zcela ukončilo, nebo značně omezilo svou činnost. V žádném období nemůže dlouhodobě přežít tiskárna, která je zaměřená například pouze na akcidenční, prospekty a jiné propagační tiskoviny. V této oblasti převzal iniciativu Internet a provozovatelé internetových služeb. Objednat z otevřené stránky nabízené zboží, nebo služby, lze přímo, bez toho, že by bylo nutné telefonovat, odesílat individuální e-mail, nebo dokonce psát dopis. Nemám nic proti tisku prospektů, ale v současné době tvoří jen doplněk v nabídce, např. automobilové prospekty je nutno vyžádat přes e-mail, jinak takový prospekt, jako běžný zájemce, bez návštěvy autosalonu, nedostanete. Proti tomu obaly, od etiket až po krabičky, bonboniéry a jakékoliv další papírové obaly jsou a budou i nadále nezbytné. První, co je nezbytné si uvědomit, je to, že pro uvažovaný sortiment potřebujeme potiskovat takový formát kartonu a papíru, který bude odpovídat finálnímu obalu. Dalším předpokladem je síla potiskovaného materiálu. Konečně třetím požadavkem je vysoká přesnost úhlu naložení archu, zvláště u digitálních tiskáren. Výkonné digitální tiskové stroje mají již nakládání archu na náložky. Pokud o takovém postupu uvažujeme, je vhodné provést zkoušku tisku malého nákladu etiket, které následně necháme rozřezat. Ostatně přesnost řezání je předpokladem jakéhokoliv dalšího zpracování obalu. Například vysekávaných, nebo potlačovaných etiket. Je přitom lhostejné, zda



Náhled obalu na dálku

byly tištěny na digitálním stroji, nebo klasickým ofsetem. Přesnost úhlu nakládání je důležitá i při výseku krabiček.

Problematika vysekovácí obrysové kresby výsekové formy a tisku skládaček Výsekové formy se vyrábějí, jak pro plochý výsek, tak i rotační. Rotační planžety ovšem nejsou v tomto článku předmětem našeho zájmu. Jedná se maximálně o plochý výsek standardních skládaček, které jsou následně zpracovány ve stroji pro skládání a lepení skládaček. Takové skládačky ve standardních formátech je možno tisknout na digitálním tiskovém stroji a následně zpracovat. Zákazník připraví krabici do standardní výsekové kontury v některém formátu CAD. Ostatně u všech druhů tiskovin se počítá s přídatkem na ořez 3 mm z každé vnější (okrajové) strany. To platí i pro skládačky.

Dalším předpokladem jsou standardní data dokumentu v PDF formátu pro tisk. Vzhledem k rozsahu přenášených dat je většinou využíván FTP server tiskárny, nebo jiné interní systémy se správou dat na serverech.

V určitých případech je možno dosáhnout vysokého efektu pomocí digitálního výseku do papíru. Je to moderní metoda umožňující vyřezat tiskovinu do nejmenších detailů bez použití výsekové raznice. Vzhledem k investiční náročnosti je vhodné zadat digitální výsek do kooperace. Vždy se bude ale jednat o výjimečné zušlechtnění tiskoviny. Předpokladem úspěšnosti je automatizace procesů přípravy tisku, kterou je nezbytné přesunout na zákazníka. Pokud to není možné, je takováto příprava zadávána externistům, nebo do kooperujících agentur. Jako příklad uvádím náhled (softproof) krabiček na dálku (remote proof).

Profesionální dálkový softproof přes displej počítače Co nám může zajistit softproof (náhled) v procesu schválení zakázky k tisku

- nejprve je nutno zajistit přesný ICC color matching pro monitor daného pozorovatele, například vedle schvalovacího pultu tiskového stroje. Není podstatné, zda se jedná o ofsetový, nebo digitální tiskový stroj
- celý systém náhledu je připraven pro profesionální funkčnost schvalování
- nezbytné jsou proto i profesionální nástroje pro manipulaci se stránkami, s interaktivním otáčením tištěného obalu na monitoru, skládání perspektivu, nebo otáčení stránek při tisku akcidence a pod.
- současně nám dálkový proof zprostředkovává i komplexní procesní informace.



Interaktivní otáčení a skládání obalu na monitoru

Příklad komplexního zpracování zakázky přes dálkový přístup:

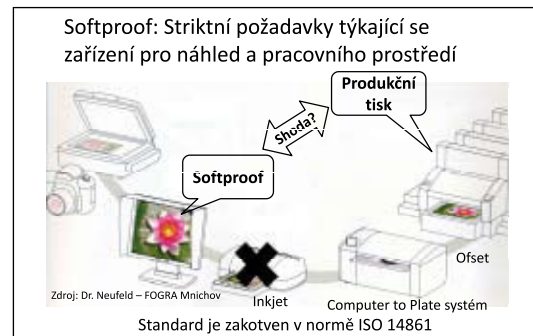
- zákazník nám posílá k tisku pravidelně stejnou zakázku, například informativní měsíčník daného obvodu, nebo města
- zákazník sám odešle zpracovanou zakázku v dohodnutém formátu PDF/X na náš server přes datový upload (nahrání dat odesláním zakázky na server)
 - zadá náklad tiskoviny a její rozsah
 - požadovaný termín
- po přípravě zakázky k osvitu odešleme automaticky přes náš server vyřazený měsíčník ke schválení v PDF formátu
- zákazník přes monitor prolustuje vyřazení a schválí ho k tisku
- zakázka je automaticky zpracována v přípravě pro tisk, a to až do startu osvit tiskových desek na CtP zařízení. Pokud je zakázka realizována digitálním tiskem, je zpřístupněna pro tiskový stroj, kde je zařazena „do fronty“

Takovéto řešení automatizace předtiskových procesů mezi zadavatelem zakázek a tiskárnou je výhodné zvláště z dále uvedených důvodů:

Řetězec zadávání zakázky přes internet

Webová stránka	První dojem rozhodne, zda bude zákazník pokračovat přes návrh designu obalu, případně si obal vybere z hotových návrhů, nebo, že bude postup zadávání přerušeno
Nabídka produktu, obalu	Je nezbytná rozmanitost nabídky tak, aby si potenciální zákazník vždy mohl vybrat, nebo provést jeho návrh, případně návrh zadat
Nezbytná bezprostřednost zpracování objednávky	Zákazník má zájem o online porovnávání, proto chce znát ihned cenu pro svůj právě nakonfigurovaný obal
Design hotových obalů	Je nezbytné, pro zákazníka bez dostatečných znalostí designu, nebo problematiky tisku, připravit možnost vlastního návrhu produktu tak, aby byl navržený obal realizovatelný v rámci nabídky tiskárny
Preflight / proofing (formální kontrola dat a digitální nátisk, nebo náhled obalu	Náhled a úprava dat v závislosti na požadavku zákazníka; nebo pouze kontrola dat, případně profesionální schvalování přes digitální nátisk
Spolehlivé metody úhrady	Zákazník má zájem o bezpečnou metodu online platby

- nahrazuje FTP (File Transfer Protocol) řešení přes server
- zkracuje dodávání dokumentů od zákazníka do tiskárny
- redukuje korekturní a schvalovací cykly, případně je zcela vylučuje
- automatizuje výrobní postupy od načtení dokumentů až po osvit tiskových desek, nebo až po digitální tisk zakázky
- zajišťuje, aby byly procesy mezi zákazníkem a tiskárnou transparentní a hlavně opakovatelné
- rozšiřuje celkovou šíři tiskových služeb poskytovatele těchto služeb



Nasazení softproof systému podle standardu ISO 14861

Profesionální online marketing v oblasti obalů

Běžně se používá umístění reklamy v Google: Google AdWords: Inzerujte svou firmu na stránkách Google. Reklamy můžete zobrazovat na stránkách Google a v jeho reklamní síti (jak na svých stránkách uvádí) bez ohledu na rozpočet. Platíte pouze tehdy, když uživatel na vaši reklamu klikne.

Jak na svých stránkách Google uvádí: „Vytvoříte reklamy a zvolíte klíčová slova. To jsou výrazy a fráze související s vaší obchodní činností.“

Když budou uživatelé vyhledávat na stránkách Google některé z vašich klíčových slov, může se vedle výsledků vyhledávání zobrazit vaše reklama. To znamená, že budete zobrazovat reklamy cílové skupině, která již o vaši obchodní činnost projevila zájem.

Po kliknutí na reklamu mohou uživatelé získat o vaši firmě více informací.“

Znát chování potenciálního zákazníka

Je nezbytné vést uživatele tak, aby na žádném místě internetového kontaktu zadávání zakázky nepřerušil.

Tabulka: Zadávání, kontrola dat zakázky, schvalování a bezpečná platba před realizací zakázky. Nezbývá, než se ještě vrátit k problematice ofsetového tisku obecně, jak se řeší interakce od návrhu obalu, aby byla zajištěna kvalita tisku. A to ve velmi zjednodušené formě, bez odkazu na potiskovaný substrát, výstupní zařízení a podobně. Mezi návrhem a zpracováním u zákazníka s výstupem v PDF/X, je jen přenos dat do tiskárny, v případě ofsetu přes přenosové křivky RIPu na tiskovou desku. Při vlastním tisku následuje spektrofotometrická kontrola tisku, jak zobrazuje následující schéma.