



Editorial

Po světovém veletrhu drupa 2012 zůstává mnoho silných dojmů, probíhajícími hlavami návštěvníků ještě dlouho po uzavření jeho bran. Všichni publicisté i odborníci se snaží vystihnout nové viditelné změny a trendy, světodějně novinky a významné události v oboru. od prostého zjištění „a tiskne se dál“ až po očekávané informace o nanografii, novém principu tisku, který s marketingovou pompou a s vydařenou reklamou představil Benny Landa. To vše ale jen potvrzovalo většinové očekávání, že se zas tak mnoho převratného neděje a že změny příliš bolet nebudou. A je to dobře, pohledme jen, kolik se v posledních letech proinvestovalo a kolik se vybudovalo výrobních a tiskových kapacit, ty se přece neodstaví a tisk „k ledu“ nepůjde.

Poptávka po tisku dále roste a to může většinu podnikatelů i zaměstnanců těšit a uklidnit.

Mám dobrý známý pocit, když ráno otevírám schránku a beru do ruky papírové noviny. Stejně dobrý pocit mám po otevření webu, vždyť se ta dvě media neperou, ale doplňují!

Vytváří se zdravá novinářská konfrontace, obě média mají to své charakteristické vnitřní chvění, obě jsou vítaná. Bylo by ochuzující, kdyby některé z aktuálních médií mělo náhle zmizet ze scény, prostě najednou nebyť.

Na veletrhu samotném nebylo možné nevidět pokrok a novinky, ale stejně tak nešlo nevnímat přirozené pokračování osvědčených procesních postupů a výrobních prostředků, které za poslední roky vykázaly velký pokrok a v mnohém i dokonalost. A je dobře, že již není tak důležité, z které země či z kterého kontinentu nové stroje a výrobní celky přicházejí. Podstatnějšími faktory pro uživatele, tedy tiskárny, je úroveň a stupeň vzdělanosti lidí, úroveň vztahů se zadavateli tiskových zakázek a spotřebiteli, do popředí vstoupila úroveň informačních technologií včetně jejich zabezpečení a ovládnutí nových prostředků moderní komunikace. Mluví opět více trh a design, nové výrobní impulzy. Tam se bude rozhodovat o úspěchu nebo zaostávání.

Bez nových nápadů a bez kreativity nemohou vznikat nové výrobky a nové příležitosti pro podnikání, výrobu a obchod.

Kvalita výrobků je poměrně vysoká, horší je to stále ještě se skutečně dosahovanou stabilitou.

Standardizace pohlíží stále ještě o něco výše, než kam v praxi dosahujeme, konstatovali na drupě přítomní světoví experti a hned říkali proč. Strojní technika je o notný kus dál a je preciznější, než procesní technologie, než stabilita materiálů a než připravenost lidí a jejich schopnost bezchybné komunikace.

drupa si zakládá na skutečnosti, že v nejisté době probíhajícími krizí ukázala směry a dala impulzy tiskařskému a mediálnímu průmyslu.

Dotázání experti zdůrazňovali po celou dobu dvoutýdenního veletrhu neopadající počet konkrétních inovací a trhem ovlivněných řešení po celém spektru tisku. Hned v počátku, v prvních čtyřech dnech navštívilo expozici v 19 halách přes 85 tisíc lidí a zájem neutuchal po celé dva týdny.

K některým akcím a informacím z drupy se vrátí i naše redakce. Hned v úvodu tohoto čísla přinášíme další příspěvky v nové anketě mezi návštěvníky z naší republiky. Budeme rádi, připojí-li se další čtenáři se svými názory a poznatky.

V tomto šestém čísle otiskujeme rozhovor s prezidentem společnosti Agfa Graphics. Dále přinášíme zprávu z návštěvy v tiskárně Grafico v Opavě, která dále investovala a potvrdila trvalý trend ke zušlechťování náročných tiskovin. Design Studio Šejdl ukazuje na dvou stranách některé ze svých grafických projektů a vytvořilo obálku čísla. Marta Sylvestrová z Bienále Brno píše o výstavě významné české grafičky Květy Pacovské, Ondřej Sedláček píše o reklamě, která nestárne a Vladislav Najbrt přináší v seriálu Stránky Mistrů další ukázky mistrovské kaligrafie. Otiskujeme ohlas na novou anketu Marketing v polygrafii, téma, o němž roste zájem. Přejeme všem čtenářům časopisu Typografie příjemný čas dovolené, aktivní odpočinek, zdraví a obnovu sil do druhého pololetí.

Vladislav Najbrt



Obálku červnové Typografie vytvořil Petr Šejdl z Design Studia Šejdl – jedná se o ukázkou motivu z lacobelových stěn použitých jako rastrové ilustrace postav na vstupním patře pro pacienty v nově postavené budově Proton Therapy Center v areálu nemocnice Na Bulovce v Praze.

Petr Šejdl (*1965, narozen v Kladně)
Střední uměleckoprůmyslová škola v Praze (1980–1984, obor grafika)
Vysoká umělecko-průmyslová škola v Praze (studium 1986–1993, obor knižní kultura a písmo, prof. Jan Solpera, studium nedokončeno absolutoriem)
atr director Young & Rubicam (1991–1993)
spolupřítel grafického studia (Koncept Praha 1993–1997)
založil vlastní grafické studio Design Studio Šejdl (od 1997)
člen profesních sdružení:
ADC Česká republika (od 1993) a Typo Design Clubu (od 1996)
výstavy: Lahti Bienale (1988), Český plakát (USA, 1990–1991)
účast na výstavách TDC (1996, 1997, 1999, 2001, 2002, 2004)
Grafix! Design Studio Šejdl (2005, 2006)
Ocenění: Zlatý Louskáček, Bronzový Louskáček (1994, 1995, 1996)
Dobry design (2004, 2005), Vynikající design roku (2007)
www.studiosejdl.cz, www.grafixdesign.cz
design@studiosejdl.cz, T: +420 775 733 701

Omluva

Omlouváme se společnosti Xerox, že jsme v minulém čísle Typografie digitální na str. 4 uvedli, že Xerox Ci-Press 500 je kotoučový inkoustový systém, který tiskne s inkousty na vodní bázi. Správně mělo být napsáno, že Xerox Ci-Press 500 je produkční inkoustový systém – jediné bezvodé vysokorychlostní inkoustové tiskové zařízení na světě, přičemž bezvodým se rozumí tisk bez použití nosné kapaliny na bázi vody. Díky tomu nedochází k namáčení papíru a odpadá nutnost následného energeticky náročného vysušování.



drupa
2012
► official
media
partner



Typografia je mediálním partnerem
25. mezinárodního Bienále grafického
designu Brno 2012.

OBSAH CONTENTS

1 Ohlasy vystavovatelů na drupu 2012

Responses exhibitors at drupa 2012

4 Jitka Böhmová

Anketa Návštěvníci na drupě 2012

Questionnaire Visitors at drupa 2012

5 PR Böttcher

PR Böttcher

6 Rozhovor Prezident Agfa Graphics Stefaan Vanhooren

Interview President Agfa Graphics Stefaan Vanhooren

9 Ondřej Sedláček

Plakát. Tištěná reklama, která nestárne

Poster. Printed advertising that does not age

10 Jitka Böhmová

Anketa Marketing v polygrafii

Questionnaire Marketing in printing industry

12 Jednou větou, třemi větami

One sentence, three sentences

13 Vladislav Najbrt

Den otevřených dveří v Tiskárně Grafico

Openhouse in Tiskárna Grafico

14 Prezentace Design Studio Šejdl

Design Studio Šejdl Presentation

16 Vladislav Najbrt

Stránky Mistrů #22

Pages of Masters #22

18 Vizualní a architektonické řešení bienále Brno 2012

Corporate Identity and architectural design of the Brno

Biennial 2012

20 Květa Pacovská – Ad Infinitum

Květa Pacovská – Ad Infinitum

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 6/2012/1236/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,

Jiří Zápotocký

Zahraniční partneři Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,

Lubomír Krátky

Obálka: Design Studio Šejdl

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.

Kreativní papír na obálku tohoto čísla sponzorsky dodala

společnost ANTALIS s.r.o., Office Park Nové Butovice,

Bucharova 1423/6, 158 00 Praha 5, T +420 233 113 221,

E antallis@antalis.cz, www.antalis.cz, showroom –

Le Papier, Chodská 11, Praha 2, T +420 222 513 686

E showroom@antalis.cz.

Toto číslo je tištěno barvami dodanými firmou

Michael Huber CZ

Ohlasy vystavovatelů na drupu 2012

Zakončení výstavy drupa 2012 Podle vyjádření pořádající společnosti „Messe Düsseldorf“ to byl veletrh inovací a investic. Nejdůležitějším signálem je bezesporu to zjištění, že tisk disponuje i nadále silným potenciálem, a že branže i nadále investuje. Vzhledem k celkovým 1850 vystavovatelům, kteří jistě uzavřeli během dvou týdnů veletrhu řadu obchodních dohod, nebo alespoň nových kontaktů, které mohou k obchodu vést, otevírá se další úspěšné období celého odvětví. Ovšem i přes 314 500 návštěvníků veletrhu z více než 130 zemí, to bylo o 75 500 návštěvníků méně, než tomu bylo na výstavě drupa v roce 2008. Jak uvádí pořádající společnost, v samotném Německu bylo v oblasti tiskového průmyslu v letech 2000 až 2011 uzavřeno cca 3900 závodů s více než 61000 zaměstnanci. V USA bylo ve stejném období uzavřeno 7700 tiskáren, jak uvedl předseda představenstva Düsseldorfských veletrhů. Dále uvedl, že proto nebylo žádným překvapením, že se snížil počet návštěvníků. Ovšem, jak se vždy v podobných propadech uvádí, nebyly to delegace, jako minule, ale zástupci top managementu, který rozhoduje o investicích. Proto zůstává drupa místem pro business.

Tím se snad drupa i nadále udrží jako B2B veletrh branže tisku. Podíl top manažerů na veletrhu se zvýšil (2012: 50,8 procenta; 2008: 44,4 procenta). S více než 190 000 návštěvníky ze zahraničí se drupa i nadále udržuje, co se týče internacionality, na vysoké úrovni. Nápadný byl vysoký počet návštěvníků z Indie (15 000). Z Německa to bylo 123 000 návštěvníků, na dalších místech následovala Belgie, Francie, Nizozemí, Velká Británie, USA, Švýcarsko a Itálie. Zvláště stoupl počet návštěvníků z Jižní a Střední Ameriky (2012: 8,8 procent, 2008: 7,0 procent) – a to především z Brazílie. Vysoký byl i počet žurnalistů (2 400 ze 75 zemí). Jako dominující témata se uvádějí automatizace, obalový tisk, digitální tisk, hybridní technologie, web to print obchodní postupy a ekologický tisk.



Čtyřicet procent návštěvníků se zabývalo především digitálními tiskovými stroji a systémy digitálního tisku. Tématem byl i tisk elektroniky, což bylo tématem inovačního parku, v rámci drupa cube, dále i na řadě stánků vystavovatelů. Ofset a digitální tisk se často doplňoval, místo aby si konkuroval. Zajímavým místem byl i 13 denní program kongresu s více než 80 referenty, zaměřený na nákupčí tiskoviny (novočesky printbuyer), odborníky pro multimediální marketing, nakladatele a kreativce. Tematicky byly přednášky zaměřeny na cross-mediální kampaně, neboli kampaně, které využívají postupně, nebo zároveň, více médií, korporátní komunikaci, kulturu a design, trendy v oblasti produkce novin, knih a časopisů, až po outdoorovou reklamu (neboli také out-of-home reklamu), dialogový marketing, obaly, tisk elektroniky nebo mediální produkci. Jak vidět, život jde dále, krize – nekrize, tiskne se dál a tisknout se nadále bude.

Příští drupa se má konat od 2. do 15. června 2016.

Ohlasy vystavovatelů na drupu 2012

Po zakončení veletrhu je vždy zajímavé seznámit se s názory jednotlivých vybraných vystavovatelů na to, co pro konkrétní firmu, která se aktivně zúčastnila akce jako vystavovatel, drupa přinesla. Pochopitelně, že jsou to pouze pozitivní názory, ale současně napříč nabízenými technologiemi a výrobními zařízeními.

Atlantic Zeiser

Marcus Geigle, manažer komunikace

„Co se týká počtu návštěvníků, neměli jsme žádné velké očekávání. Ale ti, kteří přišli, představovali velmi kvalitní výběr – což je pro nás velmi důležité. To nás staví do takové pozice, aby bylo možno skutečně zjistit, zda naše nabídka produktů, pro naše cílové zákazníky – co se týče dosahu nabídky balení pro farmaceutický průmysl a kosmetiku – je správná. A to se nám podařilo. Druhou významnou oblastí je hybridní tisk, předvedli jsme poprvé řešení s KBA Rapida 105 s pomocí našeho Delta systému. To je důkaz, že digitální tisková řešení nyní pracují se stejnou rychlostí a kvalitou jako ofset.“

CIP4 organizace

Jim Harvey, výkonný ředitel

„Za jeden den na veletrhu drupa lze obsáhnout více, než za měsíc v institutu. Navštívil jsem většinu z našich více než 90 členů organizace, na veletrhu drupa, přičemž všichni hlásí velké množství návštěvníků s velkým zájmem o práci organizace. Vzhledem k tomu, co ovlivnila nedávná recese v průběhu posledních let, bylo dobré vidět tady, na veletrhu drupa, dobrou náladu obchodních zástupců a vidět na celém veletrhu drupa obrát k pozitivnímu postoji.“

DirectSmile**Harry Raaphorst, výkonný ředitel**

„Na drupě to bylo poprvé, kdy jsem byl v nové roli výkonného ředitele pro DirectSmile – a byl to nádherný začátek! Byl to obrovský úspěch. drupa innovation park (dip) byl velkolepou platformou, pro demonstrování proveditelnosti personalizovaných marketingových kampaní. Tiskaři z celého světa se zajímali o nové vlastnosti DirectSmile Cross Media (jde o kompletní řešení pro vytváření, přizpůsobení, správu a vyhodnocování databází řízených interaktivních kampaní). Bylo fantastické slyšet od našich zákazníků, jak efektivní nasazení realizovali v rámci CrossMedia marketingových akcí. Chtěl bych také poděkovat partnerským firmám za jejich podporu a spolupráci během výstavy drupa.“

Esko**Jeff Stoffels, ředitel korporátního marketingu**

Pro Esko byla drupa velkolepou událostí. Dosáhli jsme našich cílů v oblasti prodeje a navazování nových kontaktů. Také jsme se ale ujistili, že naše dlouhodobá strategie v oblasti integrovaných řešení v rámci integrace s dalšími podnikovými systémy, je správná. S touto kompletně „digitální“ drupou se náš průmysl stává efektivní, konzistentní a vysoce produktivní. Návštěvníci našeho stánku reagovali velmi pozitivně na podniková řešení od firmy Esko a pochopili, jak to pomůže zlepšit pracovní postupy pro design před tiskem a vlastní výrobou.“

Heidelberger Druckmaschinen AG**Bernhard Schreier, předseda představenstva**

drupa i tentokrát prokázala svou prioritu ve formě vynikající veletrhu. Pro Heidelberg se očekávání z veletrhu více než splnilo. Vyplatilo se, že jsme v uplynulých letech, a nebylo to vždy snadné, setrvali na realizaci našich vývojových projektů. Nyní můžeme být optimisticky naladěni do budoucnosti.“

Highcon**Aviv Ratzman, generální ředitel**

„drupa byla vynikající platformou pro start Highcon Euclid, direkt-to-pack koncept, v rámci širokého partnerství firem s naším podnikem. Vysoká návštěvnost stánku a tisková konference, na které byla jen místa k stání, ukázala, že drupa je prostě místo, kde musíte být. Dosáhli jsme dohody v oblasti rozhodujících distribučních kanálů, poptávky přišly z celého světa, a realizovaly jsme značný počet obchodních transakcí, které předčily nejlepší odhady a očekávání. Bylo to zcela mimořádné, vzhledem k uvedení nových produktů na trh. Chtěli bychom poděkovat všem firmám, které náš stánek navštívily.“

HP Graphic Solutions Business**Francois Martin, globální marketingový ředitel**

„drupa 2012 byla pro HP prostě neuvěřitelně úspěšná. Na výstavu jsme přišli se skvělými inovacemi, a zákazníci reagovali velmi pozitivně, což nám umožnilo velmi brzy dosáhnout našich obchodních cílů. Sledovali jsme vynikající úspěchy jednotlivých výrobků, zejména nového digitálního tiskového stroje HP Indigo 10000 ve formátu B2, který zajistil zdvojnásobení našich obchodních cílů. Nové HP Indigo 5600 a HP Indigo 7600 se prodává ve velkých počtech. I naše etiketovací a balicí stroje byly také velmi úspěšné. Také naše HP Inkjet série kotoučových strojů byla velmi úspěšná, protože klade důraz na probíhající změny v oblasti vydavatelství a transakčního tisku. Také náš velkoformátový tisk byl výjimečně úspěšný. Na všech světových kontinentech bylo dosaženo velkého objemu prodeje latexových tiskových zařízení od HP, dále i v oblasti nových HP Scitex FB7600. drupa 2012 se tak letos prokázala tím, že byla výstavou pro všechny „tiskové trhy“, kde přicházejí návštěvníci za tím účelem, aby uzavřeli objednávky v rámci všech komerčně nabízených řešení. HP jasně prokázala naše úsilí a naše investice pro tyto trhy. Chtěl bych poděkovat všem zákazníkům HP a dscoop členům za důvěru a podporu a také za obrovskou podporu týmu HP na veletrhu drupa, který usnadnil tento úspěch.“ (Poznámka: S více než 7000 členy je „HP“ dscoop největší nezávislou uživatelskou komunitou v průmyslu tisku)

Kodak**Antonio Perez, předseda představenstva a generální ředitel**

„drupa byla na mnoha frontách něco zcela neobvyklého – pro náš průmysl, pro naše zákazníky a pro Kodak. Jsem velmi nadšen, jak se naši zákazníci přizpůsobili probíhající změně a realizují nová řešení pro vytvoření stránek s vyšší přidanou hodnotou pro své zákazníky. Informovali mne o mnoha příkladech, které prokazují, že hybridní tiskové produkty od firmy Kodak a vhodná řešení tuto změnu podněcují.“

Kuka Roboter GmbH**Peter Fornoff, manažer pro tisk a papírenský průmysl**

„drupa innovation park je vynikající platformou pro vytváření nových obchodních kontaktů a možností reagovat na otázky potenciálních zákazníků.“

Koenig & Bauer AG

Claus Bolza-Schünemann, předseda představenstva
Hodnota zakázek podepsaných v Düsseldorfu předčila výrazně naše očekávání. Se zákazníky ze 30 zemí bylo uzavřeno v průběhu 14 výstavních dnů mnoho zakázek pro archové

ofsetové stroje KBA ve všech tiskových formátech. Na špici dosaženého obratu je Čína, Rusko, Německo, Polsko a Francie. Za nimi následovaly tradiční trhy z USA, Velké Británie, Itálie a Skandinávie. Ale také z Beneluxu, České republiky, Brazílie, Jižní Afriky, Turecka, severní Afriky, jihovýchodní Asie, Austrálie a relativně malých zemí jako je Bulharsko, Chorvatsko a Libanon. Tam všude zaznamenala KBA, ve vztahu k počtu obyvatel, vysoký objem objednávek. K tomu se řadí také několik objednávek na kotoučové ofsetové stroje, mimo jiné z Německa a Francie. KBA poprvé představila na veletrhu drupa digitální tiskový systém RotaJet 76, o který byl také velmi značný zájem. První smlouvy na InkJet kotoučový stroj jsou očekávány v nejbližší době. Claus Bolza-Schünemann: „Podepsali jsme s novými i stávajícím zákazníky, mnoho smluv. Seriózní bilanci veletrhu drupa 2012 ale můžeme, tak jako ostatní vystavovatelé, předložit teprve až za několik týdnů nebo měsíců, až budou přijaté zálohy na našem účtu.“

Kolbus**Kai Büntemeyer, předseda představenstva**

„drupa 2012 je jednou z nejlepších v historii účasti firmy Kolbus. Pokud jde o konkrétní transakce, tak jsme byli opatrně optimističtí při našem startu na veletrhu – a mohu říci, že naše očekávání bylo značně překročeno. Byli jsme překvapeni především vysokým zájmem z Brazílie a Indie. Ale konkrétní transakce se zákazníky z Francie a Velké Británie jsme v této formě neočekávali. V mých očích prokázala drupa 2012 zcela zřejmě: inteligentní a produktivitu zvyšující investice jsou nezbytným předpokladem pro úspěch v podnikání. Pro nás, jako výrobce strojů, to nemohlo být lepší.“

Landa**Benny Landa, zakladatel, předseda představenstva a generální ředitel**

„Čekal jsem značné dopady na náš podnik. Tím, čím jsem byl opravdu ohromen, bylo to, jak fantasticky zákazníci reagovali na naše poselství a strategie, zvláště, co se týče partnerství s lidry v oboru. Reakce na šance, které nabízí Landa Nanographic Printing™ s potenciálem významných změn v oblasti komerčního tisku, stejně jako i na trhu s obaly a vydavatelskými produkty, byla ohromující. Nikdy jsme dosud nedosáhli tolik vyjádření z hlediska zájmu a smluv (Prohlášení o záměru se zaplacenou zálohou) pro naše řady archových a kotoučových tiskových strojů, přičemž je Landa S10 Nanographic Printing™ Press, ve formátu B-1 (41 In. = 104 cm) jednoznačně na špici. Naš stánek byl v obležení návštěvníků po celou dobu a naše předváděcí