



OBSAH CONTENTS

- 2 Web to Print má smysl také u velkoformátového tisku
Web-to-Print makes sense for Large Format, too
- 4 Razantní vývoj velkoformátového tisku
Fast Forward for Large Format Printing
- 5 Xerox představuje lehké a efektivní produkční stroje
Xerox present a lightweight and efficient production equipment
- 5 Xerox rozšiřuje svoji působnost v ČR
Xerox expands its presence in the CR
- 6 Vítězové soutěže Mladý obal 2012
Winners of the Young Package 2012
- 8 Velkoformátové tiskárny pro tvorbu technických dokumentů
Large format printers for creating technical documents
- 8 Canon imageFORMULA DR-C130
Canon imageFORMULA DR-C130
- 9 Aktuality digitální
Digital actualities
- 11 Kreativní direkt mail – nová pracovní místa pro Ústecko
Creative Direct Mail – new jobs for northern Bohemia
- 12 Lubomír Krátký
O slovenskom grafickom dizajne
About Slovak graphic design

TYPOGRAFIA DIGITÁLNÍ 7-8/2012/č. 26/ročník 3

Příloha časopisu Typografia 7-8/2012/č. 1237/ročník 115
Odborný časopis českých polygrafů a typografů
Vydavatel Digirama s.r.o., Tuchoměřická 343,
164 00 Praha 6
Adresa redakce Tuchoměřická 343, 164 00 Praha 6
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

bohmov.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 Krátký

Obálka: Petr Šejdl, Design Studio Šejdl

Předtisková příprava Tercie servis s.r.o.

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

Gena 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

na papíře Xerox Colotech+ 100 g/m² (vnitřní listy).

Obálka je vytištěna na stroji Xerox DocuColor 8080

na papíře Xerox Colotech+ Natural White 100 g/m².

Papír na toto číslo Typografie digitální sponzorsky dodala

společnost XEROX CZECH REPUBLIC s.r.o.,

Vinohradská 151/2828 (vchod C), 130 00 Praha 3,

T 227 036 111, 800 126 126, F 227 036 555

E cze.info@xerox.com, www.xerox.cz

Web to Print má smysl také u velkoformátového tisku

Online obchodování je v oblasti akcidence již delší dobu ve vyspělých zemích standardem. Vyplatí se i pro Large Format Printing (LFP) a propagační tisk. Vstup na toto pole vyžaduje ale trochu strategie. Je ale ve své podstatě nekomplikovaný.

V segmentu standardizované akcidence, jako jsou vizitky nebo dopisní papíry, uchvátily online tiskárny v minulých letech obrovský podíl tohoto trhu. Na základě velkého objemu zakázek, které online tiskárny den za dnem zpracovávají, lze optimálně využívat tiskové archy na základě slučování. Za tím se skrývá enormní technický know how při přípravě dat pro tisk, jejich umístění na archu, při dokončujícím zpracování a konečně i při expedici.

U LFP a při propagačním tisku jsou nasazené obchodní modely poněkud odlišné. Zatímco při maloformátových produktech, jako jsou vizitky, spočívají přednosti průmyslových online tiskáren v optimálním využití tiskového archu, pro který lze nasadit data až z více než 100 různých zdrojů, které jsou před osvitem desek soustředěny do „tiskového“ PDF. Proti tomu při web to print pro LFP a propagační tisk je nezbytné pokrývat mnohem širší spektrum požadovaných výsledných produktů tisku. Jedná se o typické propagační produkty jako je podložka pod myš, přes velkoformátové plakáty ve formátu A0, až po megaformáty pokrývající celé fasády budov. Jde tedy nejprve

o organizaci ve směru systematizace výsledných produktů, přičemž je nutno vyřadit takové produkty, které nelze se ziskem produkovat na strojích, které má tiskárna k dispozici. Je nezbytné produkty standardizovat a nalézt takové ceny, které by byly přijatelné na daném trhu. Dále je nezbytné uvažovat o smysluplné kooperaci, která umožní, aby bylo možno produkty, které nemůžeme sami vyrábět, nechat zhotovit v kolegiálních závodech.

Ofsetový nebo digitální tisk? Také technická stránka vyžaduje náročná řešení: Skutečný web to print znamená, že jsou data tiskové zakázky zpracovávána od vlastní dodávky dat, až do expedice, pokud možno automaticky. Každý zásah pracovníky znamená vynaložení času, které snižuje rentabilitu zakázky. Zatímco u akcidenčního tisku v archovém ofsetu jde o jediný postup tisku na omezeném počtu dobře potiskovatelných substrátů, panuje v LFP a propagačním tisku obrovská nepřehlednost postupů a substrátů. V oblasti tisku plakátů hraje ofsetový tisk bezesporu důležitou roli. Heidelberg Speedmaster XL 162 disponuje formátem tisku 1190 x 1620 mm; s formátem 1490 x 2050 mm disponuje KBA Rapida 205. Mimoto zpracovávají tyto stroje s odpovídajícím vybavením také lepenku až do síly 1,6 mm. Přednost těchto strojů spočívá také v tom, že mohou využívat zcela běžné ofsetové workflow. Technicky zajímavé a tím i náročnější se to stává tehdy, jakmile je potřeba

Ilustrační foto drupa 2012, zdroj drupa



Vytištěno na stroji Xerox DocuColor 8080, papír Xerox Colotech+ Natural White 100 g/m², který sponzorsky dodala společnost Xerox.



Ilustrační foto drupa 2012, zdroj drupa

propagačnímu tisku změnit formu, nebo zajistit plakáty v nadměrné velikosti. K tomu přistupuje do hry mnohotvárnost nových substrátů: Textilie, folie nebo sklo, které je nutno produkovat na různých strojích, od flexotiskových a sítotiskových strojů, až po ink jet stroje v „nadměrné“ velikosti. Pro zákazníky je nutno tuto širokou nabídku možností zpracovat tak, aby nemohli při objednávce udělat žádnou chybu, a aby jeho dodaná tisková data bylo možno vytisknout v požadované velikosti a kvalitě

Ilustrační foto drupa 2012, zdroj drupa

Vytlačeno na stroji Xerox Nuvera 200 EA, papír Xerox Colotech+ 100 g/m², který sponzorsky dodala společnost Xerox.

na požadovaném substrátu. Současně je nutné, aby nabídka byla tak rozsáhlá, aby byl zákazník schopen uspokojit své potřeby z nabídky tak, aniž by byl nucen přejít ke konkurenci. Trh se přitom skládá z velmi různých účastníků, od klasických online tiskáren, které svou nabídku rozšířili o určité služby v oblasti LFP a propagačního tisku, dále jsou to podniky, které vykazují širokou nabídku speciálně v LFP anebo propagačním tisku, a konečně i specialisté, kteří se soustředili na potisk skla, rovinný potisk v rozsahu 100 metrů

čtverečních a více, nebo na další, speciální postupy.

Důležité: Obchodní model Úspěch nebo neúspěch web to print nabídky je ale v každém případě rozhodující v nasazené obchodní logice, která je podmínkou úspěšné nabídky. Velké firmy této branže, jako je například Flyeralarm.com, potřebovaly řadu let, aby vytvořily software pro nabídku a následně doladily. V současné době jsou schopny reagovat na dotaz zákazníka tak, že mohou kdykoliv uvést, jak to s jeho zakázkou právě vypadá. Chyby tiskových dat, jako jsou vložená písmena (známý problém: všechny fonty písma převedené na křivky – pokud není jisté, že při vytváření PDF vše proběhne korektně) rozpozná systém automaticky. Také rozdělení zakázek na různá produkční zařízení probíhá do značné míry automaticky.

Ale není nezbytně nutné, abyste vše vyvíjeli sami. Na trhu je nabízeno nepřehledné množství řešení pro web to print a mnohá z těchto řešení jsou připravena i pro zakázky typu LFP, například ve formě doplňkového modulu. Přitom je důležité, aby software řešilo také vztahy se zákazníky a disponovalo systémem pro řízení a realizaci zakázky včetně fakturace a expedice. Dobré předpoklady vytvářejí systémy, které mají dokumentaci jednotek styku, přes které je možno integrovat moduly z vlastního vývoje. Alternativně může podnik přirozeně využít nabídku vývoje software od dodavatele, který pro tiskárnu připraví specializované moduly na zakázku.

V jádru by měla web to print aplikace nabízet front-end systém, přes který si může zákazník vybrat velikost, materiál a vlastnosti požadovaného produktu a následně přenést své obchodní údaje a konečně i data určená pro vlastní tisk. V back-end je nezbytné zkontrolovat obchodní údaje zadané zákazníkem a převést je na CRM (Customer Relationship Management). Jde o systém řízení zakázek, kde jsou tisková data testována na svou konformitu (realizovatelnost), případně dále zpracovávána a předávána vlastnímu produkčnímu systému. Jsou také k dispozici i dodatkové moduly, které může použít zákazník pro úpravu grafiky a textu pro realizaci zakázky přímo přes webovou stránku. Nápomocny jsou přitom vizualizační funkce, které simulují, jak bude vypadat velký poutač na fasádě budovy. Takový postup ulehčuje vstup do lukrativního web to print podnikání pro opozdilce z oblasti LFP a propagační branže. ×

Podle zdrojů z drupy zpracoval Milan Lelek.

Razantní **vývoj** velkoformátového tisku

Jen málo oblastí grafického průmyslu prošlo v minulých letech tak pozoruhodným vývojem jako velkoformátový tisk. Bylo dosaženo značného technického pokroku. Tiskárny mohou svým zákazníkům s tímto tiskem činit zajímavé nabídky.

Velkoformátový tisk (Large Format Printing, LFP) prošel v minulých letech razantním vývojem. Jde o vývoj, který u digitálních ink jet tiskových strojů vedl k tomu, že například u stroje HP Indigo 3500 byl výkon při přechodu k typu HP Turbojet z necelých šesti metrů čtverečních za hodinu zněkolikanásoben na 400 metrů čtverečních za hodinu. Další výkonový zisk představuje stále širší nasazení inline systémů, kde se zhotovený tisk automaticky transportuje do dokončujícího zpracování.

Současně klesá také cena. Nejde o snížení ceny samotného tiskového stroje, ale tištěného produktu. Naproti tomu vzrostla kvalita tisku a možnosti výběru dostupného zušlechtnění tisku. Jedná se o příspěvek jak výrobců strojů, tak i dodavatelů potiskovaných substrátů a tiskových inkoustů. Větší pozornost je také věnována životnímu prostředí. Nové tiskové stroje pracují efektivněji, materiály jsou zčásti certifikovány. Také je sledována možnost recyklace výsledných produktů, která hraje stále důležitější roli.

Současně profituje LFP z vývoje ofsetového tisku. Všichni velcí dodavatelé ofsetových archových strojů přišli na trh se stroji v XXL formátu, a to včetně stroje Roland 900, XXL ve formátu 8, s potiskem archů až do formátu 1300 x 1850 mm – a to s rychlostí tisku až do 12 000 archů za hodinu. Tím lze realizovat plakáty bez problémů i ve formátu 2A0. Vedle toho se vyvíjí také pro LFP a propagační průmysl velmi důležitý sítotisk. Rovněž jsou zde také zajímavé novinky pro flexotisk.

Více prostoru pro nové nápady

Nejdůležitějším výsledkem technického pokroku v minulých letech je rozšíření prostoru pro nové kreativní nápady v oblasti LFP. V celkovém úhrnu z nových strojů a substrátů lze realizovat nové nápady, které dříve nebyly realizovatelné, nebo dokonce vůbec myslitelné, případně tak drahé, že to bylo neatraktivní. Dalším důsledkem je obecné snižování výrobních nákladů, přičemž se tím pro branži otevírá možnost práce pro nové skupiny zákazníků, kteří si donedávna nemohli dovolit realizovat



Ilustrační foto drupa 2012, zdroj drupa

profesionální tisk od odpovídajících dodavatelů služeb. Razantní nárůst digitálně řízených postupů tisku také ve velkoformátovém tisku vedl k mnohem flexibilnějšímu výběru vhodného postupu pro konkrétní zakázku.

Také specializované postupy zasáhl značný technický pokrok. Například nový systém dekorativního potisku skla od firmy DURST na strojích Durst Rho 700 nebo Rho 800 pro plochý tisk, který je založen na speciální organické Sol-Gel-chemii inkoustu na sušícím agregátu, realizovaný ve formě inline výrobní linie. Přitom tiskne velmi ostré text, dokonce i ve velikosti 4 bodů, a to i v alternativách bílého nebo satínového inkoustu.

V oblasti textilního tisku nabízí řešení například Mimaki se zařízením S5-1600-AMF-High-Speed-Sublimations-transfer tiskárny, které je koncipováno tak, že může být provozováno delší dobu bez kontroly operátorem. To zajišťují technologie UISS (Uninterrupted Ink Supply Systém) a MBIS (Mimaki Bulk Ink Systém), které garantují kontinuální dodávku inkoustů pro tisk. Automatické zavádění medií pro tisk zajišťuje jak zavádění těžkého papíru pro transfer, tak slabých, trhem lehce poškoditelných medií. Rychlost potisku přitom může dosahovat až 40 čtverečních metrů za hodinu.

V oblasti dokončujícího zpracování jde u řezacích plotrů a digitálních řezacích stolů o to, jak dále zlepšit manipulaci s materiálem, zvýšit přesnost řezání a jeho rychlost. Roland DG má například na 1,6 metru širokém stole CAMM-1 Pro GX-640 řezacího plotru instalován rejstříkový systém, který opticky snímá lícovací křížky. Tímto způsobem lze také bez problému provést přířez na tisku. Silnější a masivnější substráty lze také například zpracovávat na digitálních řezacích stolech od firmy Esko, jako je tomu u nového zařízení Kongsberg XN. Je dodáván ve velikostech mezi 1680 x 1270 mm u typu XN20 a 2210 x 6550 mm u zařízení Kongsberg XN48. Typ XN se z hlediska výkonu nachází ve středním rozsahu, podporuje ale široký sortiment nástrojů pro zakládání do zařízení. Možnost volby v rámci čtyř nástrojových hlav a široká nabídka zakládacích nástrojů zajišťuje nepřekonatelnou flexibilitu. K nově vyvinutým nástrojům se řadí zařízení pro vyřezávání ostrých zářezů do vlnité lepenky, dále i nástroj pro aplikaci Braillova písma. Do budoucna lze očekávat, že i nadále se bude rychle prosazovat technický pokrok. Na výstavě drupa 2012 představila většina výrobců pozoruhodné novinky a celá oblast Large Format Printing nadále roste. ×
Podle zdrojů z drupy zpracoval Milan Lelek.