



Editorial

Mediální téma jarního čísla se opět obrací k dlouhodobě pokračujícímu srovnávání tiskových technik. Digitální tisk se vyvíjí ve vlnách, dlouho byl černobílou či jednobarevnou technologií, ale po stoupajícím tlaku vstoupil ještě před koncem tisíciletí do barevných vod klasických technik a hned rázně překvapil kvalitní barvotiskovou kulturou. Ofset po své linii dále zdokonaloval kvalitu a stabilizaci procesu cestou standardizace PSO a norem ISO a také automatizací. Oba procesní proudy zdaleka nejsou ukončeny a stále přibývají novinky a z nich vyplývající technologické, ekonomické a podnikatelské úvahy, představující aktuální a stále aktualizovaný pokrok. Vedle technik, využívajících suchých a mokrych tonerů probíhal očekávaný rychlý vývoj inkjetu a nejsou ukončeny slibné další elektrografické metody. V loňském roce to byl nanoprint, nová technika tisku, který rozvlínil zklidněné vody prognóz, jak budeme v dohlédnutelné budoucnosti vyrábět a tiskem rozmnožovat informace. Jeho autor Benny Landa, jehož reklamní akce zaplavila výstaviště drupy na břehu Rýna, mnohé napověděl a získal velký zájem a ohlas, ale někteří komentátoři poněkud vrátili diskusi blíž k zemi, mezi ostatní digitální technologie, které rovněž zaujaly značnými pokroky a novinkami. Fyzika má ještě mnoho rezerv pod palcem a bude trvale přitahovat zájem editorů, tiskáren a výrobců papíru a nových syntetických nosičů informací. Více toho zřejmě bude, než dosud bylo, žádná technika rozmnožování tiskem neodpadla a našla si své místo na slunci, byť se třeba uklidila do oblasti grafického umění. Lidstvo neustrne a přijdou nové techniky i produkty. Vydavatelé i tiskaři se ale už zbavují obav z budoucnosti tisku a ze strašení před neznámou perspektivou. Jejich profesní znalosti jsou těžko nahraditelné a dokáží je dnes i zítra uživit. Mnohokrát jsme na těchto stránkách zdůrazňovali, že o budoucnosti rozhodne podnikatelská a osobní kreativita, neúnavně nacházející nové tištěné výrobky a trhy.

Můžeme občas žasnout nad technickými objevy a již realizovanou tržní nabídkou aplikací v praxi a obchodě, ale stále se vždy znovu vynořuje otázka zásadní, jaké zájmy a potřeby má člověk, hledající informace a vzdělání, v jaké poloze se nachází čtení a jaké jsou reakce čtenářů na rostoucí nabídku technických novinek. Stále častěji se obracíme na psychology, na terapeuty a moudré pedagogy, abychom čelili přebujelé oblibě nových médií u svých dětí a škodlivým závislostem na povrchních médiích, která ohýbají záda a jsou snadno zneužitelná.

Digitální a hned kvalitní tisk se stal realitou pro tiskárny až kolem roku 1995, kdy byly představeny barevné tiskové systémy Chromapress / Xeikon a Indigo pro kvalitní barevný tisk. První se suchými tonery, druhý s tekutými. Byl to významný mezník, dalším vývojem potvrzený natolik, že i největším výrobcům rozmnožovacích technik, do té doby využívaných pro černobílý tisk se vyplatilo vydávat stále větší částky peněz na vývoj kvalitního barevného tisku a barvotisku. Dnešní stav je takový, že nabídka nekonvenčních technologií a tiskových strojů, systémů i nových materiálů předčila většinu prognóz. Stále menší je počet tiskáren, které dosud na množství nových nabídek nereagovaly a digitisk nemají nebo nezkusily. Jsou uživatelé, kteří testovali skrze vlastní praxi a tvrdí, že digitál se už dál nezlepší a ofset je kvalitnější. Řada digitálních strojů a systémů postrádá odpovídající kontrolu kvality tisku a technologický standard, jaký má ofset. Přesto jsou stejně drahé.

Novináři nespí a místo planých debat konají praktické kroky do budoucnosti. Velkým tématem je digitalizace a trend k novým médiím, proto vznikla aktivita „Newsplex- Trainingcenter“ pod patronátem světové novinářské společnosti WAN-IFRA při kalifornské univerzitě v USA, kam se hlásí zájemci ze všech kontinentů a učí se ovládat nová média v nových podmínkách světa tisku.

V Evropě vznikla nová soutěž Digital Media Awards, v níž 15. dubna již byli v Londýně vyhlášeni první vítězové. Cenu získali evropské vydavatelé digitálních novin a publikací: britský Telegraph Media Group, norský Verdens Gang, švédský Dagens Nyheter a Kleine Zeitung z Rakouska. Cena je vypisována v oblastech online-media, crossmedia, Online-video, infografika, mobilní media, tablety a sociální media. To je jedna z cest, jak čelit nezadržitelnému vývoji médií a předcházet nezaměstnanosti a nečinné skepsi.

Vladislav Najbrt



Autorkou obálky dubnové Typografie je Julie Najbrtová (narozena 1991 v Praze).

Fotografie na obálce je ze série Neviditelně viditelný. Vystudovala jsem střední průmyslovou školu grafickou v Praze Hellichově ul., obor fotografie. Dále jsem pokračovala na ČVUT, na fakultu architektury, kde nyní studuji průmyslový design. Nechtěla jsem pokračovat fotografií, protože jsem se už během střední školy hodně zajímala o design a přišlo mi smysluplné jít studovat něco dalšího a hlavně přejít z plošné fotografie do trojrozměrného světa designu. Nejraději mám inscenovanou fotografii, ráda si vymyslím a měním realitu, u fotky jde úžasné podvádět a to se mi na ní líbí. Zajímám se obecně o spoustu věcí (knihy, filmy, architektura, móda...), ale jsem hlavně vášnivý sběratel obrázků a různých fotek (nejdříve z časopisů, teď převážně z internetu). Koncem srpna jsem díky Ivě Nesvadbové měla svoji první samostatnou výstavu fotografií Neviditelně viditelní v Indigo concept space.

výstavy:

2011 Galerie S. (v rámci Designbloku)

2012 Neviditelně viditelní, Indigo Concept Space (samostatná výstava fotografií)



OBSAH CONTENTS

- 1 Milan Lelek
Ofsetový a digitální tisk v komerčních tiskárnách #1
Offset and digital printing in commercial printing houses #1
- 4 Ondřej Sedláček
Individuální přístup k zákazníkům je dnes klíčem k úspěchu
Individual approach to customers is the key to success today
- 5 PR Konica Minolta Spolehlivý partner přispívá k růstu firmy
PR Konica Minolta Reliable partner contributes to the growth of the company
- 6 Jitka Böhmová
Soutěž Kalendář roku 2013 – porota vybrala nejlepší kalendáře
Competition Calendar of year 2013 – The jury selected the best calendars
- 7 Jitka Böhmová
Anketa Synergie ofsetového a digitálního tisku #1
Questionnaire Synergy of offset and digital printing #1
- 8 Jitka Böhmová
Návštěva u člena Kolegia Typografie ve společnosti Dataline Technology
Visiting the member of the Kolegium Typografie in Dataline Technology
- 10 Petr Grusman
Odpad – Evidenční a ohlašovací povinnosti
Waste – Registration and reporting obligations
- 12 Jednou větou, třemi větami
One sentence, three sentences
- 13 Vzdělávání – Projektové vyučování na Hellichovce
Education – Project teaching at Hellichovka
- 14 Julie Najbrtová
16 Ve středu zájmu jsou zaměstnanci?! Tipy pro řízení lidských zdrojů
At Centre Stage the employees are?! Tips for Human Resource Management
- 20 Výstava fotografií Rudolfa Koppitze
Exhibition of photographs by Rudolf Koppitz
- 21 Jan Barták
Jubilující Typografia a „černé umění“
Jubilee Typografia a „black art“
- 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 vložená uvnitř čísla

TYPOGRAFIA 4/2013/1245/ROČNÍK 116

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.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,

Jiří Zápotocký

Zahraniční partneři Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,

Lubomír Krátky

Obálka: Julie Najbrtová

Předtisková příprava Tercie servis s.r.o.

Tisk Tercie Praha spol. s r.o.

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

Cena čísla 60 Kč, Předplatné v redakci, Roční předplatné

700 Kč + 15 % 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.

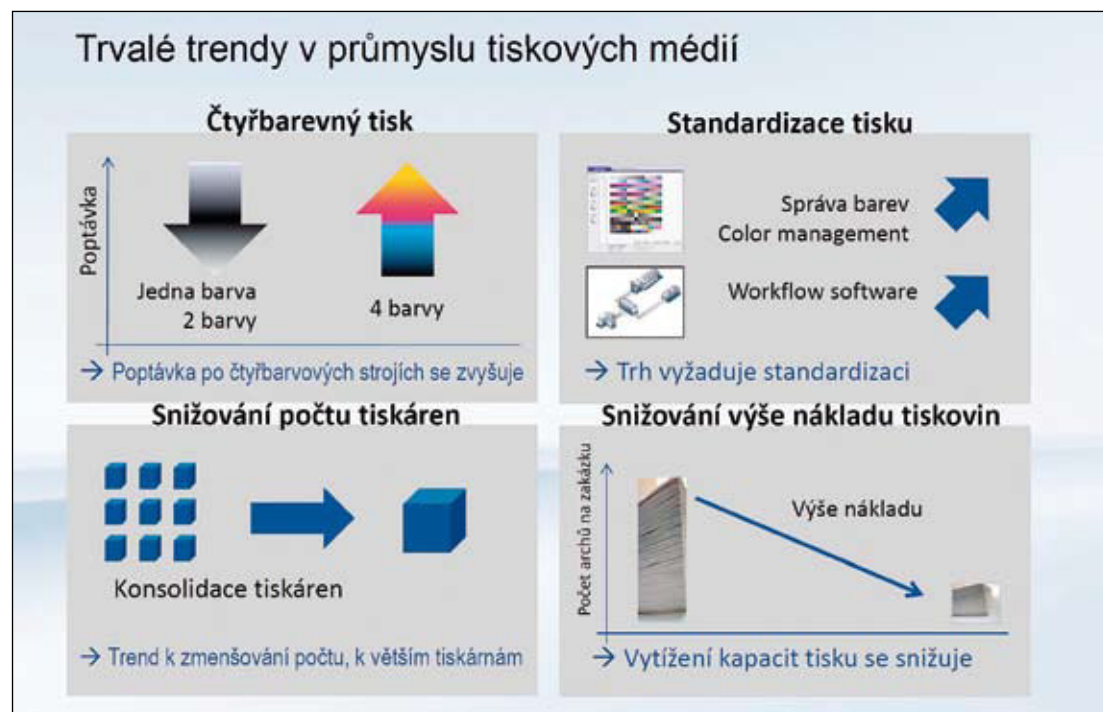
Ofsetový a digitální tisk v komerčních tiskárnách #1

V článku „Směřování předtiskové přípravy v ofsetu 2013“ jsem se především zabýval automatizací výroby obecně v systému zakázek pro tisk přes „Web to Print“ (W2P), a to jak Business to consumer, tak i Business to business. Z toho vyplývá postavení tiskárny jako podniku poskytujícího služby.

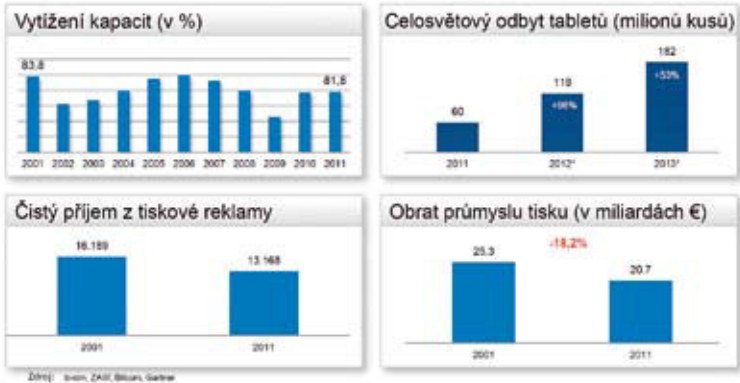
Základní zaměření tiskárny by bylo možno rozdělit do tří skupin:

- Internetové tiskárny, využívající Internet jako médium pro komunikaci/pro objednávky
 - Tiskárny, jako zprostředkovatele multi channel publikačních služeb (některé služby budou mít na výstupu i tisk)
 - Tiskárny, jako poskytovatele mediálních a servisních služeb v oblasti kampaní na webových portálech, včetně správy dat (některé služby budou mít na výstupu i tisk)
- I přes všechny problémy současné doby existují faktory růstu, které spočívají především v šesti možnostech:
- Zkracování dodacích lhůt – k tomu slouží především digitální tisk, ve formě tisku na vyžádání. Dosahovat rychlejší odezvy, flexibility a kvality
 - „Uspokojivá kvalita“ – žádné schvalování „u stroje“, náhled přes schválený „softproof“ přes dálkový náhled
 - Snižující se výrobní náklady a tím zvyšování konkurenční schopnosti – kombinace digitálního s ofsetovým tiskem. Optimalizování výrobních nákladů, bez ohledu na druh zakázky. Nabídka skutečných „hodnot“, více než jen pouhý tisk
 - Personalizace tiskovin – to je dáno digitálním tiskem, ale také novými možnostmi kombinace ofsetového a inkjet digitálního tisku při jediném průchodu strojem. Rozvoj kreativních nápadů pro zvyšování podílu na trhu.

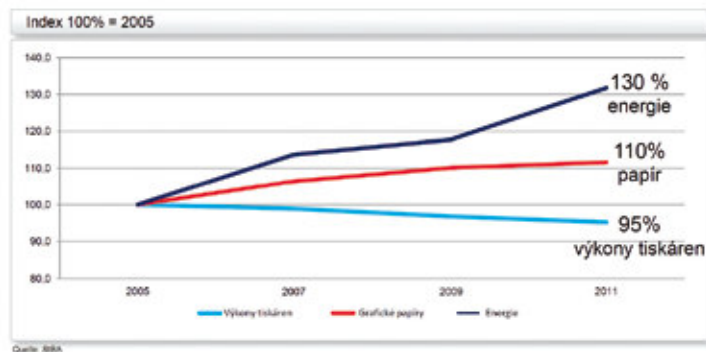
Zdroj: Heidelberg, Prinect, uživatelské dny 2012



Strukturální změny v průmyslu tisku



Nákladové nůžky se dále rozevírají



- Nové obchodní modely a aplikace – Web to Print v modelech B2C a B2B. Správa „inteligentní automatizace“ v rámci různých workflow
- Životní prostředí – snižování spotřeby energie a nabídka ekologických tiskovin

Trvalé trendy v oblasti průmyslu tiskových médií

Také si je potřeba uvědomit, že řada trendů jde vzájemně proti sobě, viz tabulka nákladové a časové efektivnosti. Přesto jsou zde trvalé trendy, které je potřeba zvládnout do určité míry v každé tiskárně (viz tabulka na str. 1).

s doporučením dodavatelů techniky, technologie a materiálů. Další součástí těchto trendů je workflow software, které jsou všechny tyto postupy sjednocuje, případně automatizuje. Třetím trendem je konsolidace tiskáren. Je to pro tiskárny nepříjemný trend, kdy dochází ke zmenšování počtu tiskáren, často k větším tiskárnám, které jsou na základě rozsáhlé specializace schopny konkurovat, a udržet tím své postavení na trhu tiskovin.

Tabulka: Optimalizace výrobního času a výrobních nákladů v malonákladovém tisku

Technika tisku	Digitální tiskové stroje		Výkonné digitální tiskové systémy		Ofsetové tiskové stroje	
	Nákladová efektivnost	Časová efektivnost	Nákladová efektivnost	Časová efektivnost	Nákladová efektivnost	Časová efektivnost
1–50	✓	✓	✓	✓	✗	✗
500	✓	✓	✗	✓	✓	✗
1 000	✗	✓	✗	✓	✓	✗
2 000	✗	□	✗	□	✓	✗
5 000	✗	✗	✗	✗	✓	✓

✓ přiměřené náklady, ✗ nepřiměřené, □ podobné

Tabulku sestavila firma Heidelberg, která ale výkonné digitální systémy nenabízí. Proti tomu je největším výrobcem archových ofsetových strojů pro komerční tisk. Ovšem výsledky odpovídají „bodu zvratu“ (anglicky break even point) v další části článku.

Z tabulky vyplývá, že časová efektivnost je u digitálního tisku u běžných digitálních tiskových strojů a také u výkonných digitálních tiskových systémů v rozsahu do cca 2 000 výtisků, u ofsetových strojů u nákladů od cca 5000 výtisků. Nákladová efektivnost je závislá na řadě dalších faktorů, ale je známo, že ofset může být efektivní i v nákladech od cca 500 výtisků. Ostatní je zřejmé z tabulky.

Především je to trend ke čtyřbarvovým strojům, u digitálních strojů vždy pro oboustranný tisk. Klesá poptávka po jednobarevných a dvoubarevných strojích. Tyto stroje kdysi nahradily knihtiskové stroje, které byly převážně pro tisk textu ze sazby, případně po jedné barvě ze štočků.

Druhým základním trendem je standardizace, na základě správy barev (color managementu), použité barvy, přenosové charakteristiky tónových hodnot, to vše je standardizováno, podle poslední verze ISO 12647-2 a návazných norem.

V podmínkách praxe se postupuje podle doporučení, například PSO, které vysvětluje a doplňuje postupy, pochopitelně i v souladu

Čtvrtým trendem je snižování výše nákladů. To znamená často snížení využití kapacit tiskových strojů. V praxi to vede k větším nasazení digitálního tisku.

Strukturální změny v průmyslu tisku Vytížení kapacit průmyslu tisku by mělo být vždy lepší než 80 %. Z grafu nahoře vlevo je zřejmé, že vytížení kapacit kolísalo i před rokem 2008, kdy začala poslední krize. Vytížení tisku přitom odpovídá změnám příjmu z tiskové reklamy. Na druhé straně je to vše do určité míry způsobeno nástupem tabletů, které vedle hraní her a sledování iTV, slouží ke sledování tisku, který lze sledovat i přes „chytré“ (smart) telefony. Dokonce jsem našel porovnání s kapslemi do strojů na vaření kafe. Takovéto „drahé“ domácí espresso má 10 % podíl na celkové spotřebě kávy, stejně tak jako jsou na tom online média, která také čerpají 10 % z celkového objemu reklamního trhu.

Ostatně celosvětový objem tabletů má „na svědomí“ firma Apple, která jako první pochopila, že se vyplatí jen nabídka takových produktů, které si vzájemně nekonkurují. Tablety určitě notebookům nekonkurují. Proti tomu je z grafu zřejmé, že čistý příjem z tiskové reklamy se mezi roky 2001 a 2011 snížil o 19 %. Obdobně je to ve stejné časové řadě i s obrátem průmyslu tisku. Také ten se snížil o 19 %.

Určitě se ale nebudu při tomto srovnání odvolávat na kapsle pro espresso. Problémy jsou způsobeny i tím, že se nepříznivě vyvíjí ceny energie a papíru.

Mezi rokem 2005 a 2011 došlo v Německu, odkud jsou i ostatní grafy, k nárůstu ceny elektrické energie na 130 %, ceny papíru na 110 %, přičemž výkony tiskáren v cenách klesly na 95 %. Není přitom rozhodující, čím to bylo způsobeno, ale je to objektivní hodnota, která odráží stav trhu tiskovin.

Velikost trhu – zvyšuje se podíl digitálního tisku na celkovém objemu tisku – tabulka

Technologie tisku	Rozložení výroby		Obchodní obrat	
	Digitální	Analogová – ofset	Digitální	Analogová – ofset
Rozložení výroby 2010	1 %	99 %	10 %	90 %
Rozložení výroby 2020 konzervativní	4 %	96 %	27 %	73 %
Rozložení výroby 2020 optimistické	23 %	77 %	45 %	55 %

Zdroj dat: IT strategie 2010