

POLIGRAFIKA

nr 12/2023

Ukazuje się od 1947 roku • LXXV • ISSN 0373-9864 • Indeks 345490 • cena 23 zł (w tym 8% VAT)

www.poligrafika.pl



DOŚWIADCZENIE MA ZNACZENIE

BĄDŹ NASZYM WYZWANIEM

ThermoFlex
80

Pierwszy w Polsce

laser CtP ThermoFlexX 80 w wersji S
wraz z naświetlarką LED UVA – XSYS Catena E-80.
Rozszerzył park maszynowy nowoczesnej
przygotowni fleksograficznej DigiFlex.



*Zdrowych, Spokojnych Świąt
Bożego Narodzenia i samych radości
w nadchodzącym Nowym Roku,
życza właściciele i pracownicy*

PRINT COATINGS

WEB *Artykuły
Poligraficzne*

INFORMACJE 4**PERSONALIA** 6**RYNEK**

Spojrzyć wstecz, by zobaczyć przyszłość 8
15 lat sukcesów i wzrostu 12

WYDARZENIA

Art of Color i Gala Złotego Gryfa już za nami! 14
9. edycja Fast Textile 18
Polska delegacja w Chinach 20

PREPRESS

ThermoflexX, czyli druga noga DigiFlex Group 24

DRUK CYFROWY

Direct Mail powraca w wielkim stylu 28
Jakość, wydajność i oszczędności gwarantowane 32
Druk cyfrowy suchym tonerem 34
DIETER FINNA 34

DRUK HYBRYDOWY, KONWENCJONALNY I UV

Systemy kontroli druku pomagają drukarniom 38
produkować w sposób bardziej zrównoważony 38
Nie przegapmy swojej szansy MICHAŁ BRENDZEL 40

**OBRÓBKA PO DRUKU**

Laserowa technologia Highcon 44
podbija polski rynek 44
Scodix Ultra 6000 SHD w AN Studio 48
InfoGraf – pośrednik nie byle jaki 50
WIEŚŁAW DAWIDOWICZ 50

W TEMACIE MIESIĄCA: MATERIAŁY

Z potrójną mocą 52
Farba drukarska podstawą każdego druku 54
– część XXXI EWA RAJNSZ 54

EKOLOGIA W POLIGRAFII

Ceny makulatury w Polsce 56
Odpowiedzialne zakupy ze znacznikiem FSC 58



Europejski przemysł papierniczy apeluje o wsparcie, aby pomóc UE osiągnąć cele zerowej emisji netto do 2050 roku. W dokumencie skierowanym do unijnych decydentów, który ma wpłynąć na sposób myślenia przed przyszłorocznymi wyborami do Parlamentu Europejskiego, Cepi – europejskie stowarzyszenie branży papierniczej – wzywa do wsparcia przemysłu papierniczego, aby przyczynił się do osiągnięcia celów zerowej emisji netto poprzez przyjęcie energii odnawialnej zarówno do wytwarzania energii elektrycznej, jak i ciepła.

Przemysł papierniczy poczynił znaczne postępy – 60 proc. jego zapotrzebowania na energię w całej UE pochodzi ze źródeł odnawialnych, a nie z paliw kopalnych, głównie gazu. Sektor zmniejszył również emisję CO₂ o 39 proc. w porównaniu z rokiem bazowym 2005, przy czym zużycie energii i produkcja spadły o 10 proc. w tym samym okresie. Cepi twierdzi, że bez pomocy w osiągnięciu zerowego poziomu emisji netto sektorowi grozi zamknięcie i przeniesienie produkcji do mniej zrównoważonych zakładów poza Europą. „Odejdźcie od paliw kopalnych jako źródła energii dla przemysłu UE powinno iść w parze z zachowaniem globalnej konkurencyjności unijnego sektora produkcyjnego” – stwierdza organizacja i proponuje, aby wsparcie obejmowało m.in. łatwiejsze uzyskiwanie pozwoleń na instalację paneli słonecznych i wytwarzanie energii z biomasy, badania nad technologiami energetycznymi i magazynowaniem energii oraz pomoc w finansowaniu długoterminowych projektów.

Wezwanie Cepi jest wspierane przez inne podmioty z sektora wytwarzania energii, w tym Nuclear Europe i Europejską Radę Energii Geotermalnej. *Nasz sektor jest przykładem zaangażowania w politykę klimatyczną, ale dalsze działania polityczne są niezbędne do osiągnięcia europejskich celów bez ryzyka powstania przemysłowych nieużytków w Unii Europejskiej* – powiedział **dyrektor generalny Cepi, Jori Ringman**. – *Decydenci muszą zdać sobie sprawę, że sukces europejskiej dekarbonizacji gospodarczej zależy od utrzymania globalnej konkurencyjności w produkcji. Osiągnięcie tej równowagi ma kluczowe znaczenie dla utrzymania zrównoważonego rozwoju i zachowania siły sektora celulozowo-papierniczego.* Poszczególne celulozownie zainwestowały znaczne środki w elektrociepłownie opalane biomasą, stworzyły sieci wykorzystujące nadwyżki podgrzanej wody na potrzeby lokalnych władz mieszkaniowych i szkół oraz zainwestowały w panele słoneczne.

Czy jednak wsparcie, o które apeluje Cepi, powstrzyma sukcesywne zmniejszanie mocy produkcyjnych w Europie? Sappi planuje zamknąć dwie fabryki, których nie udało się sprzedać, a pozbycie się fabryki Stockstadt w Niemczech powoduje zmniejszenie produkcji o 220 tys. ton rocznie. Lecta ogłosiła wyłączenie maszyny we Francji, aby wytwarzać produkty specjalistyczne i etykiety zamiast powlekanych produktów bezdrzewnych. Konwersja ta spowoduje usunięcie z rynku maszyny o wydajności 210 tys. ton rocznie. Jednak nawet przy tych redukcjach popyt jest niższy niż podaż. Przed europejską poligrafią kolejny ciekawy rok...

Anna Nawrocka



WYDAWCA:
ALFA-PRINT SP. Z O.O.

POLIGRAFIKA
ORGAN SEKCJI POLIGRAFÓW SIMP



EURO
GRAPHIC
PRESS



www.mmrgroup.pl

Z okazji Świąt Bożego Narodzenia pragniemy serdecznie podziękować naszym klientom, dostawcom oraz partnerom za współpracę. Życzymy zdrowia, spokoju i radości, a także wszelkiej pomyślności i sukcesów w nadchodzącym Nowym Roku 2024!



On the occasion of Christmas, we would like to thank our customers, suppliers and partners for the cooperation. Wishing you good health, peace and joy, as well as prosperity and success in the coming New Year 2024!

FUJIFILM I EPRODUCTIVITY SOFTWARE NAWIAZUJĄ WSPÓŁPRACĘ

Fujifilm nawiązuje współpracę z eProductivity Software (ePS), aby pokazać, jak można połączyć i zintegrować system przepływu pracy XMF PressReady firmy Fujifilm oraz systemy e-handlu MarketDirect StoreFront i MIS firmy eProductivity Software w ramach zarządzania produkcją druku na maszynach cyfrowych Fujifilm Revoria i Apeos. Obydwa rozwiązania będą prezentowane w europejskich centrach Print Experience Centre firmy Fujifilm w Niemczech i Belgii, a także będą ważnym tematem wydarzenia Fujifilm Peak Performance Print w styczniu 2024.

Partnerstwo pozwoli klientom zobaczyć rzeczywiste przykłady kompleksowego przepływu pracy, od wdrażania zadań za pośrednictwem systemu *web-to-print* po ich rejestrację w systemie MIS i pełne zarządzanie zadaniami drukowania w zakresie organizacji, impozycji, grupowania i wykańczania. Klienci będą mogli zastanowić się, które elementy ich przepływu pracy można zaktualizować, aby zwiększyć wartość ich firm.

Fujifilm dysponuje również zespołem ekspertów od przepływu pracy w obu centrach Print Experience Centre, którzy mogą współpracować z klientami w zakresie przygotowania oferty przepływu pracy nowej generacji, który pozwoli uzyskać maksymalną rentowność nowej inwestycji w maszynę cyfrową.

John Davies, kierownik grupy Workflow Product Systems w Fujifilm Europe: *To partnerstwo z ePS pokazuje nasze zaangażowanie we współpracę z wiodącymi na rynku dostawcami w celu tworzenia kompletnej oferty rozwiązań druku dla naszych klientów. (...).*

John Morley, dyrektor sprzedaży Global Channel Partner w eProductivity Software, komentuje: *Po sukcesie, jaki odnieśliśmy w regionie Azji i Pacyfiku, ePS cieszy się z możliwości rozszerzenia umowy partnerskiej z firmą Fujifilm na region EMEA (...)*

Opracowano na podstawie informacji firmy Fujifilm

NOWE BADANIE NEUROBIOLOGICZNE POTWIERDZA SKUTECZNOŚĆ DRUKU

Najnowsze badanie opublikowane w National Library of Medicine po raz kolejny wykazało, że przetwarzanie informacji z materiałów w formie drukowanej jest lepsze.

Badanie miało na celu zrozumienie różnic w „aktywności mózgu” podczas czytania z ekranu w porównaniu z czytaniem z zadrukowanego papieru. Dane zebrano za pomocą EEG i przeanalizowano z wykorzystaniem analiz spektralnych.

Chociaż badanie to koncentrowało się na dzieciach w wieku od 6 do 8 lat, autorzy raportu sięgają do wcześniejszych badań i zauważają, że dzieci i dorośli nie różnią się znacząco w swoich reakcjach na bodźce.

Naukowcy odkryli, że czytanie na ekranie powodowało większe wyzwania w przydzielaniu uwagi do danego zadania w porównaniu z czytaniem na papierze. Odkryli również znaczącą korelację między czytaniem na ekranie a czytaniem na papierze w zakresie dokładności.

Od pewnego czasu wiemy, że czytanie drukowanych materiałów zapewnia lepsze zrozumienie i dokładność. W tym badaniu naukowcy chcieli dowiedzieć się, dlaczego tak jest. Miało ono na celu zbadanie sygnatur neurobiologicznych dla czytania z ekranu w porównaniu z czytaniem materiałów drukowanych przy użyciu EEG. Rejestrację EEG przeprowadzono z wykorzystaniem 64 elektrod zamontowanych na czepku. Po przeczytaniu obu tekstów następował zestaw pytań dotyczących czytania ze zrozumieniem.

Czytaniu na papierze towarzyszyła znacznie większa energia w wyższych pasmach częstotliwości (mniejsze rozproszenie uwagi, lepsze zrozumienie), podczas gdy czytanie z ekranu wiązało się z niższymi pasmami częstotliwości (wyższy poziom rozproszenia uwagi, niższe zrozumienie). Kiedy tekst jest prezentowany dzieciom za pośrednictwem ekranów, dzieci (a także dorośli) bardziej rozpraszają się i są mniej skupione na tym, co czytają. W przypadku tekstu drukowanego dzieci są mniej rozproszone i bardziej się koncentrują – a tym samym więcej rozumieją.

Opracowano na podstawie informacji National Library of Medicine i Heidi Tolliver-Walker

MMR GROUP PRINTSOLUTIONS PRZEDSTAWIELEM WŁOSKIEJ FIRMY GTO S.R.L.

MMR Group Sp. z o.o. została przedstawicielem prestiżowej włoskiej firmy GTO S.r.l. na rynek polski. Nowy partner biznesowy pozwoli MMR Group PrintSolutions na dostarczanie innowacyjnych zrobotyzowanych i zautomatyzowanych maszyn do tampondruku.

Od 1980 roku GTO S.r.l. jest uznanym producentem maszyn tampondrukowych i sitodrukowych. Od 2019 roku firma wprowadziła innowacyjne rozwiązania, takie jak Roboprint, dostarczając zrobotyzowane i zautomatyzowane maszyny do tampondruku. Co więcej, GTO S.r.l. posiada specjalne patenty na rewolucyjne rozwiązania Tampolamina i Tampotransfer, umożliwiające zdobienie różnych podłoży poprzez folię hotstampingową oraz technologię DTF.

Dzięki współpracy z GTO S.r.l. MMR Group PrintSolutions może oferować nie tylko zaawansowane technologicznie maszyny do tampondruku, ale również maszyny cyfrowe Ecogenio (wykorzystujące atramenty wodne), idealne do druku na opakowaniach z tektury i papieru.

Opracowano na podstawie informacji firmy MMR Group PrintSolutions

THE SUPER CONTENT GROUP – DRUPA 2024

drupa 2024 to jedno z najważniejszych wydarzeń w branży poligraficzno-opakowaniowej. Dziesiątki tysięcy uczestników, wystawców, mediów i innych przedstawicieli sektora odwiedzą Düsseldorf w dniach 28 maja – 7 czerwca 2024 roku. Świat nieustannie się zmienia, podobnie jak poligrafia. Media branżowe są lustrem tego świata i muszą dostosowywać środki przekazu, wykorzystując strony internetowe, filmy, podcasty i oczywiście druk. Witamy w The Super Content Group.

POLIGRAFIKA jest jedynym polskim członkiem tej elitarnej grupy, w skład której wchodzi również Branscholl (Szwecja), Grafkom

(Norwegia), Deutscher Drucker (Niemcy), Stampamedia (Włochy), Pixelpower (Portugalia), ImpremPres (Hiszpania), Intermedia Group (Australia i Nowa Zelandia) oraz INKISH.

drupa jest wydarzeniem wielokulturowym, które grupa The Super Content Group będzie obsługiwać w językach szwedzkim, norweskim, polskim, niemieckim, hiszpańskim, portugalskim, włoskim i angielskim każdego dnia.

Branżowe autorytety i eksperci, tacy jak Ulrich Stetter (Druckhaus Mainfranken i prezes Intergraf), François Martin (dawniej BOBST i HP), Anthony Thirlby (dawniej Heidelberg, obecnie JVN Holding), Montserrat Peidro (BOBST, dawniej Heidelberg i HP) podzielą się swoimi sugestiami, co trzeba zoba-

czyć na drupie. Będziemy również gospodarzem naszego formatu Bonjour, w którym 22 liderów przy śniadaniu omówi najważniejsze trendy i premiery drupa 2024.

Każdy z członków grupy zaoferuje różne rodzaje relacji. Mimo to wszyscy zobowiązaliśmy się do publikacji treści wszystkich partnerów, zapewniając wystawcom najszerszą dystrybucję w branży – z napisami w lokalnych językach.

Super Content Group będzie relacjonować targi drupa przez 11 dni. Ci, którzy nie wybiorą się do Düsseldorfu osobiście, zyskają możliwość śledzenia na żywo, co dzieje się na targach. Zmaksymalizuj swoją inwestycję w drupa z The Super Content Group!

MÜLLER MARTINI PRZEJMUJE FIRMĘ HUNKELER

Po wnikliwej analizie rodziny właścicieli podjęty decyzję o połączeniu Grupy Hunkeler z Grupą Müller Martini. Müller Martini Holding AG nabyła wszystkie udziały Grupy Hunkeler. Dzięki tej transakcji rodzina Hunkeler i Crédit Mutuel Equity sprzedały wszystkie swoje udziały Müller Martini. Strony uzgodniły, że nie ujawnią ceny zakupu.

Hunkeler AG i Müller Martini AG są globalnymi liderami na rynku innowacyjnych rozwiązań do obróbki po druku. Obie firmy koncentrują znaczną część swojej innowacyjnej siły na ekonomicznej produkcji zindywidualizowanych urządzeń poligraficznych zgodnych z koncepcją zautomatyzowanej inteligentnej fabryki.

Firmy Hunkeler i Müller Martini blisko współpracują od wielu lat. Długa i pełna sukcesów historia rozpoczęła się podczas II wojny światowej, kiedy Hans Müller pracował dla Hunkeler jako inżynier mechanik, zanim w 1946 roku założył firmę Hans Müller/Grapha. Te dobre relacje utrzymywane są od dziesięcioleci. Lokalna bliskość w regionie Zofingen oraz już istniejące i udane partnerstwo w branży maszyn i komponentów stanowią idealny punkt wyjścia do jeszcze ściślejszej współpracy w przyszłości.

Łącząc siły, obie firmy widzą ogromne możliwości połączenia swoich działań innowacyjnych i jeszcze lepszej obsługi globalnej bazy klientów w przyszłości poprzez wspólne działania sprzedażowe i serwisowe. Dlatego też obie rodziny właścicieli zdecydowały się na tę strategiczną transakcję, która doprowadziła do przejęcia Hunkeler AG przez Müller Martini AG.

Opracowano na podstawie informacji firmy Müller Martini

RICOH EUROPE I FLORA OGŁASZAJĄ PARTNERSTWO W REGIONIE EMEA

Drukarnie komercyjne oraz producenci oznakowań i wyświetlaczy będą mogli cieszyć się większą elastycznością i wszechstronnością produkcji po ogłoszeniu oficjalnego partnerstwa Ricoh z Flora Digital.

Ricoh Europe sformalizowało swoje relacje z Flora Digital, jednym z czołowych producentów płaskich i wielkoformatowych cyfrowych urządzeń atramentowych, podpisując umowę o strategicznym partnerstwie. Będzie się ona koncentrować na rozszerzeniu i dywersyfikacji portfolio produktów Ricoh Europe o wysoce responsywne systemy wielkoformatowe dla grafiki, dekoracji wnętrz i rynków przemysłowych.

Trwają prace nad pierwszym dodatkiem do portfolio, który zostanie opracowany w ramach nowej umowy. Hybrydowa płaska maszyna drukująca o niewielkich rozmiarach będzie wyposażona w technologię głowic drukujących Ricoh, oprogramowanie ColorGATE RIP i profile ICC. Jak przekonują firmy, będzie ono w stanie obsługiwać sztywne i giętkie nośniki o szerokości do dwóch metrów na podłożach od banerów PVC po winyl i sztywne płyty, a technologia napędu liniowego zapewni niezmiennie wysoką jakość druku i produktywność. Wsparcie będzie zapewnione przez profesjonalną sieć sprzedaży i serwisu Ricoh w regionie EMEA.

Nowe systemy opracowane wspólnie przez Ricoh i Flora dołączą do istniejącego portfolio Ricoh, które obejmuje płaskie maszyny drukujące UV RICOH Pro T7210 i RICOH Pro TF6251 oraz wielkoformatowe lateksowe maszyny drukujące RICOH Pro L5160e i RICOH Pro L5130e.

Opracowano na podstawie informacji firmy Ricoh

FIRMA XSYS MIANUJE NOWEGO CEO

Firma XSYS, jeden z wiodących dostawców zintegrowanych rozwiązań dla rynków druku fleksograficznego, typograficznego i przygotowania do druku, ogłosiła, że **Oliver Dohn w połowie listopada objął stanowisko dyrektora generalnego** firmy.



Odchodząca dyrektorka generalna Dagmar Schmidt odgrywała znaczącą rolę w firmie przez ponad 25 lat, zajmując wiele stanowisk kierowniczych, w tym jako dyrektor ds. transformacji, dyrektor operacyjny, a od lutego 2022 roku jako dyrektor generalny. Podczas swojej kadencji doprowadziła do wydzielenia firmy z Flint Group i przekształciła ją w jednego z globalnych liderów w branży opakowań z nadrukiem fleksograficznym. Przeprowadziła również firmę przez kryzys związany z COVID-19, a ostatnio także przez trudne warunki makroekonomiczne, przy znacznie zwiększonych kosztach surowców i inflacji kosztów pracy. Schmidt zdecydowała, że nadszedł czas, aby zająć się innymi przedsięwzięciami.

Oliver Dohn zastępuje Dagmar Schmidt na stanowisku CEO XSYS i dołącza do rady dyrektorów. Dohn był dyrektorem generalnym Felss Group, jednego z globalnych liderów technologicznych i producentów komponentów dla całej branży transportowej. Wcześniej pełnił funkcje kierownicze w Oerlikon Drive Systems, Bombardier Transportation i General Motors.

Opracowano na podstawie informacji firmy XSYS

DUANE PEKAR OBEJMUJE STANOWISKO CEO FIRMY MARK ANDY

Mark Andy, jeden z największych i najdłużej działający w świecie producent maszyn wąskowstęgowych do drukowania etykiet i opakowań, poinformował o zmianie na stanowisku CEO. Z dniem 28 listopada br. funkcję tę objął Duane Pekar.

Jak podkreśla firma w specjalnym komunikacie prasowym, jej nowy CEO ma ponad 20-letnie doświadczenie w pracy na stanowiskach kierowniczych. Piastował je w przedsiębiorstwach reprezentujących różne branże, tworząc strategiczne plany rozwojowe i podejmując wiele inicjatyw biznesowych.

W ostatnim czasie Duane Pekar pełnił funkcję prezesa i CEO w Trajus Building Products, gdzie zarządzał firmą matką oraz jej trzema filiami, w tym czołową marką działającą na rynku wyposażenia – Republic Elite. W tej roli doprowadził do podwojenia przychodów grupy Trajus ze sprzedaży. Pełnił też różne stanowiska kierownicze w firmach: Midstate Berkshire, FRAM Group, Honeywell, Carrier i General Motors.

Mark Andy to jeden z rzeczywistych pionierów branży poligraficznej i niezmiernie cieszę się, że będę mógł wesprzeć jego działania kierownicze. Ze swoim dziedzictwem w druku fleksograficznym i cyfrowym oraz reputacją wynikającą z bogatej wiedzy technicznej, a także podejścia biznesowego zorientowanego na klienta Mark Andy odgrywa czołową rolę w całej branży poligraficznej i przetwórczej. Z dużą chęcią będę bazował na tym dziedzictwie, dbając o wprowadzanie dalszych innowacji, będących katalizatorem wzrostu dla naszych klientów i partnerów biznesowych – powiedział Duane Pekar.

Ustępujący CEO Jason Desai stwierdził, że pojawienie się Duane Pekara w strukturach Mark Andy oznacza zobowiązanie firmy do dalszego realizowania pionierskich, innowacyjnych przedsięwzięć i wspierania jej klientów w odnoszeniu sukcesów rynkowych.

Opracowano na podstawie informacji firmy Mark Andy



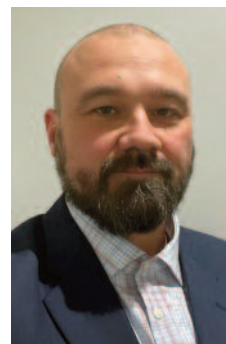
EYEC REORGANIZUJE DZIAŁALNOŚĆ W POLSCE

EyeC, dostawca systemów do kontroli druku *inline* i *offline*, reorganizuje swoją działalność w Polsce. Teraz, gdy poprzedni dyrektor zarządzający, Marcin Weksler, przeniósł się do innych obszarów biznesowych, EyeC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie stanie się wyłącznym przedstawicielem światowego lidera z siedzibą w Hamburgu, płynnie kontynuując obsługę klienta i wysokie standardy w Polsce.

EyeC ma bogate doświadczenie w Polsce: **Konrad Sadowski** (na zdjęciu) pracuje dla EyeC w Polsce od 2014 roku i **będzie odpowiedzialny za sprzedaż oraz serwis. Wojciech Mrugacz**, który również jest częścią zespołu od 2017 roku, **wspiera bezpośrednio obsługę lokalnych klientów.**

Dr Ansgar Kaupp, CEO EyeC GmbH: *Cieszymy się, że możemy zaoferować naszym cenionym klientom w Polsce uznany i zaangażowany zespół w osobach Konrada Sadowskiego i Wojciecha Mrugacza. Umożliwi nam to utrzymanie, a nawet poprawę doskonałej sprzedaży i usług, które spółka zależna świadczyła do tej pory.*

Opracowano na podstawie informacji firmy EyeC



White ink!



Dostępna jest również wersja
PRINT & CUT
Solution

Wszystkiego białego!

Drukarka HP Latex 630 W

Poznaj najnowszą serię drukarek lateksowych z białym tuszem.



Zeskanuj kod
i dowiedz się więcej

DRUPA 2024

Spojrzyć wstecz, by zobaczyć przyszłość

Rozpoczynając swoją karierę w branży drukarskiej w latach 80., byłam świadkiem wielu niesamowitych transformacji technologicznych, zarówno w drukarniach, jak i w naszym codziennym życiu. Przejście do pracy w HP prawie 20 lat temu z pewnością dało mi nową perspektywę. Stałam na czele zespołu marketingowego, z którym stworzyliśmy kampanię mającą na celu zachęcenie drukarni komercyjnych do wzięcia udziału w targach drupa, zatytułowaną „How to Sell more Print to more People”. Prawie dwie dekady później wybieram się w podróż wstecz po wspomnieniach, aby przyjrzeć się przewidywaniom, które wtedy poczyniliśmy, jak zostały one zrealizowane, wybiegając daleko poza nasze wyobrażenia, i dlaczego powinniśmy być podekscytowani targami drupa 2024 – mówi Julia Cole, konsultantka ds. marketingu strategicznego.

ROZDZIAŁ 1: JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ NA PRZYSZŁOŚĆ – JAKOŚĆ KLUCZEM DO SUKCESU

Zakres kreatywności w dzisiejszym druku jest naprawdę zdumiewający. Jedną z marek, która stanowi przykład wysokiej jakości, emotywnego druku jest BAFTA. Przedstawi-

ciel firmy HP rozmawiał z **redaktorem ds. druku, Tobym Weidmannem**, aby zobaczyć, jak BAFTA wykorzystata moc druku do stworzenia spersonalizowanego programu dla każdego uczestnika, który pozostanie z nimi jako pamiątka na długo po zakończeniu wydarzenia.

Ponad 11 000 członków BAFTA to jedni z najbardziej kreatywnych ludzi pracujących przy produkcji filmów, gier i w telewizji, dlatego jest dla nas ważne, abyśmy przynajmniej spróbowali odtworzyć ten poziom innowacji – powiedział Toby.

Londyńska drukarnia FE Burman wyprodukowała w sumie 5550 programów na cztery ceremonie wręczenia nagród – jest to niezwykle, ponieważ każdy program otrzymał charakterystyczną, jedyną w swoim rodzaju okładkę stworzoną przy użyciu algorytmicznego oprogramowania HP Spark. W dzisiejszych czasach druk nie jest już tylko środkiem produkcji, jego wszechstronność i kreatywna innowacyjność pozwalają na tworzenie luksusowych produktów o wysokiej jakości – idealnych dla BAFTA, która chciała programu odzwierciedlającego standardy reprezentowanych przez nią talentów.

Kreatywna decyzja o wykorzystaniu algorytmicznej metody do stworzenia wielu unikalnych okładek była również ukierunkowana na konkretny cel. Poprawa różnorodności w branży obrazowania jest istotną częścią misji BAFTA jako organizacji charytatywnej zajmującej się sztuką – wyjaśnił Toby. – HP Spark pozwolił nam podkreślić indywidualność, reprezentowaną przez różne okładki.

W dzisiejszych czasach posiadanie celu lub misji marki jest niezbędne, jest to kluczo-



TONY'S CHOCOLONELY UMOŻLIWIŁA SWOIM KLIENTOM PROJEKTOWANIE WŁASNYCH OPAKOWAŃ NA TABLICZKI CZEKOLADY ZA POMOCĄ PLATFORMY DO PROJEKTOWANIA ONLINE



Wszystkim naszym Klientom
życzymy **radosnych Świąt**
Bożego Narodzenia
oraz pomyślności
w nadchodzącym
2024 roku

Böttcher
Since 1725

OFFSET
wałki ■
obciążenia offsetowe ■
zmywacze ■
bufory ■
inne dodatki do druku ■

FLEXO / ROTOGRAWIURA
wałki gładkie ■
wałki grawerowane ■
zmywacze ■
formy płaskie do druku ■
inne dodatki ■

W ofercie również **wałki dla przemysłów**: drzewnego, stalowego, tworzyw sztucznych itd.



wy czynnik wpływający na decyzje zakupowe konsumentów. W jaki sposób marki docierają do nich, aby przekazać im swoją misję? Według ostatnich badań przeprowadzonych przez Two Sides, druk jest nadal najskuteczniejszą metodą.

Mimo prawie 3,5 miliarda e-maili wysyłanych dziennie, badanie pokazuje, że konsumenci są znacznie bardziej skłonni do przyswajania informacji z komunikacji drukowanej niż cyfrowej, a 78 proc. konsumentów w Wielkiej Brytanii twierdzi, że w ogóle nie zwraca uwagi na reklamy *online*. W obliczu obfitości treści cyfrowych docierających do skrzynek odbiorczych konsumentów każdego dnia, przewiduje się, że w przyszłości będzie można zaobserwować jeszcze silniejsze skierowanie się ku marketingowi drukowanemu, ze względu na poszukiwane przez konsumentów treści, które przedkłada-

ją jakość nad ilość i pozwalają im spędzić czas z dala od urządzeń.

Nie tylko przytłaczająca ilość treści cyfrowych, które nieustannie wymagają naszej uwagi, kieruje konsumentów w stronę druku, ale także zaufanie, które druk zawsze

będzie w stanie zaoferować. Two Sides odkryła, że 71 proc. brytyjskich konsumentów ma obawy dotyczące bezpieczeństwa swoich danych osobowych w Internecie, a 69 proc. przechowuje papierowe kopie swoich ważnych dokumentów, ponieważ uważają, że

78%

brytyjskich klientów twierdzi, że zupełnie nie zwracają uwagi na reklamy online

71%

brytyjskich klientów ma obawy dotyczące bezpieczeństwa ich danych osobowych w Internecie

69%

przechowuje papierowe kopie ważnych dokumentów

88%

wierzy, że powinni mieć możliwość wyboru, czy chcą otrzymywać informacje w formie cyfrowej, czy papierowej

DRUK I PAPIER W CYFROWYM ŚWIECIE

KLUCZOWE WNIOSKI AGENCJI TWO SIDES W WIELKIEJ BRYTANII

jest to najlepszy sposób na ich zabezpieczenie. Co więcej, 88 proc. uważa, że powinni mieć możliwość wyboru, czy chcą otrzymywać komunikację cyfrową, czy drukowaną. Przechowywanie dokumentów i wspomnień w bezpiecznym miejscu było kluczowym atutem druku.

ROZDZIAŁ 2: JAK BYĆ SOBĄ – PERSONALIZACJA CAŁEJ MARKI

Wiadomo, że druk pozwala firmom łączyć się z odbiorcami poprzez personalizację.



Możliwość personalizacji nie tylko wzmacnia emocjonalne połączenie między marką a klientem, ale także subtelnie i skutecznie zwraca uwagę na jej niezawierające plastiku, przyjazne dla środowiska opakowania

Jedną z marek, która to robi, jest ekscentryczna marka czekolady Tony's Chocolonely. Personalizacja jest jedną z wielu zalet druku cyfrowego, zwłaszcza gdy pozwala się klientom na wzięcie udziału w tworzeniu za pomocą oprogramowania *web-to-print*. Tony's Chocolonely opanowało sztukę łączenia cyfrowych możliwości z drukiem przez umożliwienie swoim klientom projektowania własnych opakowań na tabliczki czekolady za pomocą platformy do projektowania *online* – usługa ta jest wykorzystywana zarówno przez klientów prywatnych do personalizowania prezentów, jak i przez marki

na imprezy firmowe. Nie tylko wzmacnia to emocjonalne połączenie między marką a klientem, ale także subtelnie i skutecznie zwraca uwagę na ich niezawierające plastiku, przyjazne dla środowiska opakowania. Na ostatnim wydarzeniu, na którym przedstawiciel Tony'ego był głównym mówcą, **menedżer sprzedaży w Wielkiej Brytanii, Hannah Groom** wyjaśniła, że personalizacja jest głównym, strategicznym celem i nadal nim będzie, nie tylko ze względu na wzrost przychodów, ale także biorąc pod uwagę świado-

nie się niezapomnianym doświadczeniem związanym z marką przy jednoczesnym utrzymaniu stałej świadomości społecznej o misji marki.

ROZDZIAŁ 3: JAK ZMIENIAĆ RZECZY JEDNYM KLIKNIĘCIEM?

20 lat temu myśleliśmy, że „zmiana rzeczy przez kliknięcie palcem” to tylko fraza, ale teraz, gdy mamy smartfony, tablety i inne gadżety z ekranem dotykowym, które sprawiają, że przeglądanie Internetu jest o wiele szybsze, powiedzenie to stało się prawdą i wyeliminowało potrzebę używania myszy, mówi firma.

Lucy Swanston, dyrektor zarządzająca agencji reklamowej Nutshell Creative, ma doświadczenie z pierwszej ręki w zakresie korzyści płynących z marketingu drukowanego i personalizacji produktów, i mówi: *Nic się nie zmieniło w tym sensie, że nie ma ucieczki od czegokolwiek drukowanego. Jego elegancja, piękno, praktyczność, wpływ społeczny i niezawodność pozostają niezmiennie. Kreatywność w druku bardzo się rozwinęła i pozwala projektantom na swobodę przy bardziej przystępnych kosztach.* Poprzez współpracę agencja kreatywna Lucy, Nutshell, wspiera dyrektorów marek i osoby z branży poligraficznej w pozyskiwaniu nowych klientów, a także w rozwijaniu istniejących kont.

Lucy podkreśla, że popyt na druk istniał i zawsze będzie, niezależnie od tego, czy chodzi o proste papierowe podręczniki na szkolnych ławkach uczniów, czy też o niezwykle ważne etykiety składników na żywności i lekach. Pomimo natychmiastowego dostępu do niekończących się informacji *online*, ludzie zawsze będą potrzebować namacalnego kontaktu.

Wielokrotnie nagradzana krajowa organizacja charytatywna założona przez Lucy, Topic Heroes, wspiera umiejętność czytania i pisanie u dzieci za pomocą druku i jest doskonałym przykładem fizycznego połączenia między konsumentem a produktem. Topic Heroes umożliwia dzieciom korzystanie z zasobów edukacyjnych w celu zbadania wybranego przez siebie tematu, a następnie napisania własnej książki, której wydruko-

waną kopię otrzymują na pamiątkę. Obietnica namacalnej nagrody, którą można zachować na zawsze, sprawia, że dzieci są zmotywowane do włożenia pracy w badania i naukę za pomocą narzędzi *online*. Te rozwiązania druku *online* pozwalają czerpać z obu światów to, co najlepsze i zmieniać życie konsumentów.

Rozwój cyfrowego świata wzmocnił druk, pozwalając obu metodom pracować w tandemie, aby stworzyć silne połączenia z odbiorcami. Na przykład Nutshell pracował nad kampanią marketingową dla Cranfield University, której celem było zwiększenie świadomości marki wśród przyszłych studentów.

Wykorzystali oni automatyzację marketingu *cross-media*, łącząc druk i cyfrowość, aby stworzyć silne połączenie z odbiorcami. Zostało to poparte danymi z JICMAIL, które stwierdziły, że spersonalizowana poczta zawierająca informacje o konkretnym wydarzeniu otrzymuje 76-procentowy wskaźnik otwarć, a *career climbers* przeczytają tę pocztę do pięciu razy, dopóki pozostanie ona w ich posiadaniu. Oczywiście, ponieważ kampania była skierowana do młodych ludzi, połączenie bezpośredniej korespondencji z re-

klamą online zapewniło, że była ona widoczna dla możliwie najszerszego grona odbiorców. Rozwój aparatów w smartfonach zapewnił naprawdę łatwą interakcję między statycznym światem druku a światem *online* za pomocą kodów QR, dzięki czemu uniwersytet Cranfield był w stanie śledzić wyniki ze świata opartego na danych.

PODSUMOWANIE

Patrząc wstecz, widać przyszłość. Druk rozwijał się ramię w ramię ze światem cyfrowym, by być kreatywnym, przemyślanym, celowym, godnym zaufania i angażującym. Przewidywania, które poczyniliśmy 20 lat temu, przekroczyły oczekiwania, a nasza rzeczywistość wykracza poza to, co mogliśmy sobie wyobrazić, mówi przedstawicielka firmy HP.

Oczywiście dzisiejsza przyszłość kształtuje się jako świat sztucznej inteligencji. ChatGPT został zapytany, jaka przyszłość czeka druk w nowym świecie komunikacji i wygląda na to, że jesteśmy na dobrej drodze do świętowania przyszłości, ponieważ sztuczna inteligencja widzi ją równie jasno jak firma HP, z obietnicą:

- wysokiej jakości, wyróżniających się, zapadających w pamięć i namacalnych materiałów dla luksusowych marek, sztuki i designu,
- zaawansowanego wykorzystania danych do prowadzenia spersonalizowanego i indywidualnego marketingu,
- spójnego, zintegrowanego świata z technologią cyfrową,
- świata wysoce spersonalizowanych i zapadających w pamięć prezentów i doświadczeń.

Przy tak dużym podekscytowaniu w świecie druku, czas na targi drupa 2024 nie mógł być lepszy. Zwykle odbywające się co cztery lata, wiodące na świecie targi druku powracają w przyszłym roku po raz pierwszy od ośmiu lat! Drukarze z całego świata zbierają się na tych bardzo oczekiwanych targach, więc nie można ich przegapić. Targi drupa odbywające się w Düsseldorfie dają możliwość zapoznania się z niesamowitą gamą nowych technologii, oprogramowania i rozwiązań oraz usłyszenia niesamowitych historii i prezentacji jednych z najlepszych na świecie ekspertów w dziedzinie druku.

Opracowanie: Iga Zagrebska

**Pragniemy złożyć życzenia
spokojnych, radosnych Świąt Bożego Narodzenia.**

**Niech zbliżający się 2024 rok będzie wypełniony sukcesami
w życiu osobistym oraz zawodowym.**



Drukarnia Sowa Sp. z o.o.

ul. Raszyńska 13, 05-500 Piaseczno tel.: +48 (22) 431 81 40, sekretariat@sowadruk.pl

DZIAŁALNOŚĆ 2PRESS NA TLE GLOBALNEGO RYNKU POLIGRAFICZNEGO

15 lat sukcesów i wzrostu

Chwila refleksji i spojrzenie wstecz. Właśnie minęło 15 lat działalności polskiego, cenionego dystrybutora maszyn i urządzeń poligraficznych – 2Press. Z perspektywy czasu był to okres budowania pozycji, zdobywania doświadczenia i tworzenia relacji partnerskich w kraju i na rynkach zagranicznych. Dzisiaj to sprawnie działające przedsiębiorstwo, budujące swoją markę głównie w oparciu o handel i logistykę maszyn poligraficznych. O możliwościach rozwoju i potencjale niech świadczy fakt wyeksportowania w samym tylko 2023 roku ponad 160 kontenerów z maszynami i urządzeniami poligraficznymi.

Główne filary działalności firmy to przede wszystkim wiodący dział obrotu maszynami używanymi, konsekwencją rozwoju którego jest drugi filar, czyli dział logistyczno-serwisowy. 2Press oferuje także nowe maszyny i systemy poligraficzne, dzięki czemu wpisuje się we wdrażanie najnowszych światowych technologii. Mottem, jakim od początku założenia firmy kierowali się właściciele: **Adrian Łukaszewicz i Tomasz Beyga**, jest kompleksowa obsługa klienta. Takie działanie miało bezpośrednie przełoże-

nie na zabezpieczenie wszelkich przedsięwzięć przy obrocie maszynami, dającymi jednocześnie nabywcy bezpieczeństwo, satysfakcję z realizacji transakcji obejmujących: demontaż, relokację, montaż, szkolenie oraz zabezpieczenie serwisowe. Dział obsługi klienta, czyli newralgiczny punkt spółki, to nadal prężnie działający zespół zabezpieczający planowanie, logistykę, obsługę magazynową, organizację serwisu, a przede wszystkim – współpracę z klientem.

2Press to spółka działająca globalnie. Eksport oraz import maszyn nowych i używanych odbywają się niemal we wszystkich kierunkach świata. Rozpoznawalność, zaufanie oraz bardzo doceniane bezpieczeństwo i gwarancje ekonomiczne to także efekt budowania przez wiele lat partnerskich relacji z kontrahentami na całym świecie.

Wspomniany wcześniej dział serwisowo-logistyczny to czynnik wymuszający inwestycje firmy w najnowocześniejszy sprzęt. Mowa tu zarówno o specjalistycznych systemach wspomagających relokację ciężkich i wielkogabarytowych elementów maszyn, jak i kolejnym wózku widłowym, tym razem o udźwigu 12 ton, z rozbudowanymi funkcjami i wyposażeniem. Logistyka wiąże się także z możliwościami przechowywania towarów. Wielkopowierzchniowy magazyn w zachodniej Polsce jest w wielu przypadkach kluczowym czynnikiem, pozwalającym na płynne funkcjonowanie w obrocie maszynami, a także zabezpieczeniem w części zamienne. W tym obszarze również pojawiają się plany inwestycyjne – rozbudowa o kolejne powierzchnie magazynowe oraz decyzja o budowie nowego magazynu w Czechach.

**DZIAŁ SERWISOWO-LOGISTYCZNY
TO CZYNNIK WYMUSZAJĄCY INWESTYCJE
FIRMY W NAJNOWOCZESNIEJSZY SPRZĘT.
MOWA TU O SPECJALISTYCZNYCH SYSTEMACH
WSPOMAGAJĄCYCH RELOKACJE CIĘŻKICH
I WIELKOGABARYTOWYCH ELEMENTÓW MASZYN
CZY KOLEJNYM WÓZKU WIDŁOWYM, TYM RAZEM
O UDŹWIGU 12 TON, Z ROZBUDOWANYMI
FUNKCJAMI I WYPOSAŻENIEM**



2PRESS POLEGA NA WSPÓŁPRACY Z PROFESJONALNYMI FIRMAMI ZAJMUJĄCYMI SIĘ OBSŁUGĄ SERWISOWĄ, JAK RÓWNIEŻ INWESTUJE WE WŁASNYCH INŻYNIERÓW SERWISU. PRZY DOSTAWIE NOWYCH URZĄDZEŃ I SYSTEMÓW, GDZIE ZAGWARANTOWANA JEST WYŁĄCZNOŚĆ NA REPREZENTACJĘ KONTRAHENTÓW, NIEJEDNOKROTNIENIE REALIZUJE UMOWY PARTNERSKIE, GWARANTUJĄC WSPARCIE SERWISOWE NA NASZYM LOKALNYM RYNKU

Tak zbudowane zaplecze pozwala na współpracę zarówno z małymi, jak i średnimi podmiotami gospodarczymi oraz daje możliwość odpowiedniego usankcjonowania kontraktów z dużymi kontrahentami korporacyjnymi. Uniwersalna i kompleksowa oferta została doceniona także przez firmy międzynarodowe. 2Press otrzymuje zlecenia na relokację, sprzedaż i obsługę handlową od partnerów posiadających zakłady w różnych częściach Europy i świata. Przy tego typu działaniach nieodłącznymi elementami są wymagania dotyczące zabezpieczenia serwisowego.

2Press polega na współpracy z profesjonalnymi firmami zajmującymi się obsługą serwisową, jak również inwestuje we własnych inżynierów serwisu. Przy dostawie nowych urządzeń i systemów, gdzie zagwarantowana jest wyłączność na reprezentację kontrahentów, niejednokrotnie realizuje umowy partnerskie, gwarantując wsparcie serwisowe na naszym lokalnym rynku. To także jeden z czynników, dzięki któremu prowadzona jest aktywna rekrutacja do rozwijanego działu serwisu.

Obecne wymagania i oczekiwania rynku to rozwój w kierunku automatyzacji oraz skracania procesów produkcyjnych. 2Press, odpowiadając na potrzeby rynku, dysponuje możliwościami wsparcia technologicznego, doradztwa, a także dostaw systemów, które

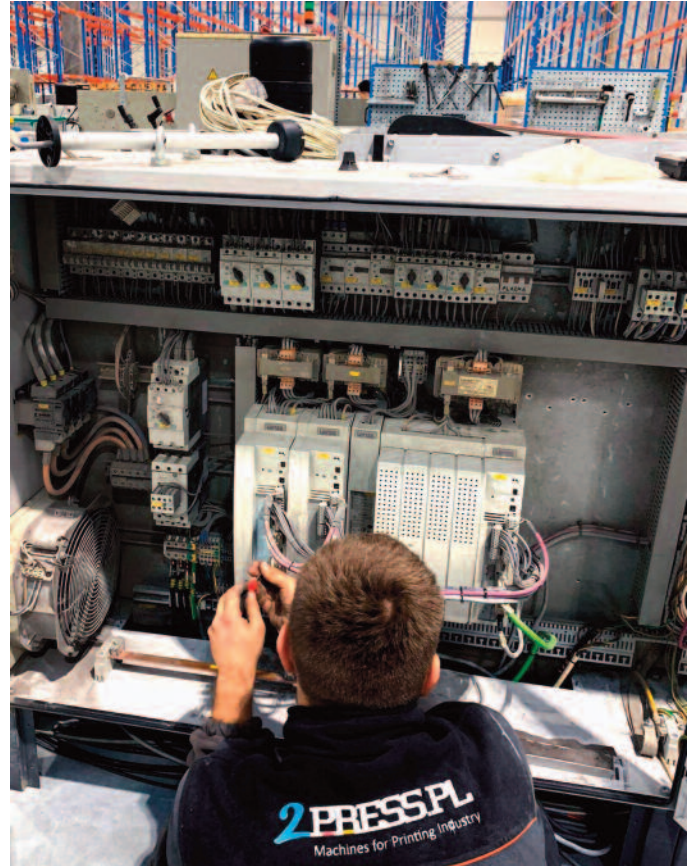
wdraża razem ze swoimi partnerami i producentami maszyn. Dotyczy to przede wszystkim nowych rozwiązań i technologii. Współpracuje z firmami oferującymi rozwiązania z zakresu zarządzania procesami produkcyjnymi, dostosowując maszyny do współpracy. Jednym z najnowszych przykładów jest wdrożenie w jednej z drukarni systemu Intel-pack firmy BALA, do produkcji jednostkowej opakowań zbiorczych, zintegrowanego z oprogramowaniem firmy CICERO Stapro Group s.r.o.

2Press to także zdobywający rynek polski dystrybutor maszyn i systemów poligraficznych zarówno dla przemysłu opakowaniowego, jak i produkcji dzieciowej. W portfolio firmy znajdują się: składarko-sklejarki, sztance, systemy do oczyszczania arkusza po sztancowaniu, kaszerownice, sita, obrabarki stosu czy bardzo popularne i poszuki-

wane systemy do produkcji jednostkowych opakowań zbiorczych. **Oferta kompleksowa obejmująca: dostawę, instalację, szkolenie, wsparcie merytoryczne i obsługę gwarancyjną oraz pogwarancyjną skutkuje kolejnymi instalacjami w Polsce i za granicą.** Dotyczy to zarówno producentów europejskich, jak i dalekowschodnich. Wyłączna reprezentacja firm to także współpraca z działami rozwojowymi producentów maszyn. Ma to wymierne korzyści w produkcji systemów, pozwalających na spełnienie indywidualnych oczekiwań klienta, uwzględniających niejednokrotnie innowacyjne rozwiązania.

Podsumowując, 2Press daje klientowi poczucie bezpieczeństwa inwestycji i komfortu współpracy.

Artykuł sponsorowany



RENOMOWANE WYDARZENIA BRANŻY POLIGRAFICZNEJ

Art of Color i Gala Złotego Gryfa już za nami!

We wtorek, 28 listopada, w Iglicy na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich odbyła się kolejna edycja renomowanego wydarzenia branży poligraficznej „Spotkanie liderów Art of Color – Nowy Wymiar Druku”. W tym roku wydarzenie to zostało zorganizowane wraz z Galą Złotego Gryfa. Organizatorami byli firma MTP Group wraz z Polską Izbą Druku oraz Polskim Bractwem Kawalerów Gutenberga.

Konferencja zaczęła się o godzinie 9:30; agenda obfitowała w merytoryczne prezentacje, a jako prelegenci wystąpili:

- Sante Conselvan (FTA Europe) – „Packaging trend & sustainability”
- Dariusz Szymczycha – „Możliwości inwestycyjne rozwoju współpracy polsko-ukraińskiej obecnie i po konflikcie. Szanse dla polskich drukarzy i konwerterów”
- Dmytro Borishchuk (Nova Post Poland) – „Nova Post – nowe możliwości w Polsce i Europie”
- Alicja Jarząbek, Aleksander Kuśmierczyk, Krzysztof Pindral, Jacek Kuśmierczyk – „O misji gospodarczej w Chinach”
- Chen Liang (Exceed Techlink)
- dr Jakub Borowski – „Ocena sytuacji gospodarczej w Polsce, regionie i na świecie”
- Michel Vanhems (Sun Chemical) – „The Future of Packaging Reflecting the Green Deal”
- Wojciech Mataczyński (Heidelberg) – „Next Generation”
- Josef Kurzok (Weilburger) – „Home of Coatings”
- gen. Mieczysław Bieniek – „Sytuacja bezpieczeństwa narodowego w świetle wojny na Ukrainie i w Izraelu”
- Jacek Kobyliński (Müller Martini) – „Finishing 4.0 – Smart Factory. Inteligentna fabryka”
- Katarzyna Rybicka – „Innowacje w przemyśle poligraficznym i opakowaniowym” cz. 3
- Duncan MacOwan (FESPA) – „Rola samorządu gospodarczego branży poligraficznej w skali światowej”
- dr Dariusz Standerski, Dariusz Szymczycha, dr Leszek Juchniwicz – Debata powyborcza
- Robert Kuczera (hubergroup) – „Co nowego w farbach?”
- Marek Pakosz (Europapier) – „Droga do sukcesu”
- Piotr Machado (Sistrade) – „ERP’S Role in the Circular Economy”
- Krzysztof Pietrzak (Manroland) – „Prezentacja firmy Manroland”
- Marcin Kołatko (Reprograf-Grafikus) i Michał Obdrzalek (Komori) – „Reprograf-Grafikus & Komori – Innowacyjność i efektywność w procesie produkcji”
- Robert Szarkowski (Böttcher Polska) – „Böttcher – 300 lat tradycji”



28 listopada br. w Iglicy na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich odbyła się kolejna edycja renomowanego wydarzenia branży poligraficznej „Spotkanie liderów Art of Color – Nowy Wymiar Druku”



- Robert Dąbrowski (Recevent) – „Eco thinking in printing – Zmiany technologiczne, ekologia i druk, jak je połączyć i być konkurencyjnym”
- Jakub Makurat (Fintech) – „Rozwiązania Fintech wspierające biznes międzynarodowy”
- Mateusz Roszkowski (Drukarnia Skleniarz) – „Drukarnia Skleniarz i jej plany na przyszłość”
- Messe Düsseldorf – „drupa 2024”
- Panel edukacyjny – Maciej Sierpiński – MDM-DRUK, Piotr Lis – 3M, mgr Aleksandra Warlocka – Zespół Szkół Zawodowych Nr 6 im. Joachima Lelewela oraz dr hab. inż. Georgij Petriaszwili, Politechnika Warszawska

Polska Izba Druku, kontynuując swoją wieloletnią tradycję, zorganizowała kolejną edycję konkursu o nagrodę Złotego Gryfa, którego celem jest wyłonienie najlepszych produktów poligraficznych. Jury konkursowe w składzie: dr hab. inż. Georgij Petriaszwili, Piotr Dobrołęcki, Maciej Hoffman, dr hab. inż. Stefan Jakucewicz, Andrzej Rowicki, Andrzej Tomaszewski, Beata Pyś-Skrońska, Bogdan Wyrzykowski, dr inż. Leszek Markowski, Przemysław Śleboda wyłoniło zwycięzców w każdej z wytypowanych kategorii konkursowych.

Oto lista zwycięzców w konkursie Złotego Gryfa 2023:

- **Produkt jedno- lub wielobarwny w oprawie prostej**
ArtDruk Zakład Poligraficzny Andrzej Łuniewski – „Armatura łazienkowa”
- **Produkt jedno- lub wielobarwny w oprawie złożonej**
Drukarnia SKLENIARZ Włodzimierz Skleniarz – „Tamara Łempicka”
- **Kalendarz**
Usługi Poligraficzno-Reklamowe „PASJA” Jacek Stencil – Pasjowy kalendarz pudełkowy
- **Czasopismo wielobarwne**
Polski Drukarz Sp. z o.o. – „Świat Druku” nr 3/2023
- **Opakowanie z nadrukiem z tektury falistej**
UDS SA – Świąteczny domek – Giftpak
- **Etykieta**
Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowe „COMEX” Sp. z o.o. – Quantum Satis
- **Wielkopowierzchniowy produkt reklamowy z nadrukiem**
Omnidruk s.c. – Oklejenie autokaru klubu Widzew Łódź
- **Produkt informacyjno-reklamowy z nadrukiem**
Takt Sp. z o.o. – Dawid Podsiadło „Leśna muzyka”
- **Opakowanie z nadrukiem z tektury litej**
Takt Sp. z o.o. – W. Kruk „Freedom”

Łapiński

TYLKO U NAS

Hot-stamping bez tajemnic

SZKOLENIA, DORADZTWO & TECHNOLOGIA



Mamy ponad **20 lat** doświadczenia zawodowego w hot-stampingu.



Doradzamy i szkolimy na **wszystkich poziomach zaawansowania**.



Szkolenia praktyczne prowadzimy **na maszynach Klienta**.

spm steuer

Jesteśmy **wyłącznym przedstawicielem** niemieckiej firmy **spm steuer** w Polsce.

KLUGE

Jesteśmy oficjalnym dystrybutorem **maszyn Kluge**.



Oferujemy **matryce mosiężne dla wymagających klientów**.

Zyczymy wszystkim zdrowych Świąt!
Z. Łapiński

tel. 883 322 136
biuro@zenonlapinski.pl

www.zenonlapinski.pl



- **Produkt tekstylny z nadrukiem**
Opinion Strefa Druku Sp. z o.o. – Ścianka edukacyjna Kosmos
- **Innowacyjny produkt z nadrukiem**
TFP-Grafika Sp. z o.o. – Wyspa American Lens
- **Uczniowski Gryf:**
 - Centrum Kształcenia Zawodowego im. Ignacego Łyskowskiego w Grubnie – działalność charytatywna uczennic: Kaliny Szulc i Magdaleny Ostrowskiej
 - Zespół Szkół Zawodowych nr 6 im. Joachima Lelewela w Poznaniu – działalność ucznia Michała Domagalskiego
- **Mistrzowski Gryf**
Drukarnia Pozkał Sp. z o.o., Sp. k.
Algorytm obliczania szerokości grzbietu
- **Zielony Gryf**
Europapier Polska Sp. z o.o. – Papier z nasionami

Polska Izba Druku składa podziękowania wszystkim firmom, które wzięły udział w tegorocznej edycji konkursu Złotego Gryfa oraz gratuluje laureatom i firmom nominowanym w każdej z kategorii konkursowych.

Wyrazy wdzięczności należą się fundatorom nagród rzeczowych dla laureatów; są to firmy: Heidelberg Polska Sp. z o.o. – (Fundator 3 nagród rzeczowych), Sun Chemical Sp. z o.o. – (Fundator 3 nagród rzeczowych), ECO3, Scorpio Sp. z o.o., hubergroup Polska Sp. z o.o.,

POLSKA IZBA DRUKU, KONTYNUUJĄC SWOJĄ WIELOLETNIĄ TRADYJCJĘ, ZORGANIZOWAŁA KOLEJNĄ EDYCJĘ KONKURSU O NAGRODĘ ZŁOTEGO GRYFA, KTÓREGO CELEM JEST WYŁONIENIE NAJLEPSZYCH PRODUKTÓW POLIGRAFICZNYCH

Avargraf Sp. z o.o. sp.k., Reprograf-Grafikus SA, Müller Martini Eastern Europe GmbH, Wistar Przygotowalnia Fleksograficzna Andrzej Rowicki, Drukarnia Skleniarz Włodzimierz Skleniarz.

Podczas Gali Złotego Gryfa kulminacyjnym punktem było rozstrzygnięcie konkursu oraz przekazanie nagród zwycięzcom. Miało też miejsce uroczyste mianowanie: z rąk Wielkiego Kanclerza Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga, Jacka Kuśmierczyka, certyfikat przynależności do Bractwa Kawalerów Gutenberga otrzymał Günter Korbacher (Weilburger Graphics GmbH).

Organizatorzy: Grupa MTP oraz współorganizatorzy (Polska Izba Druku wraz z Polskim Bractwem Kawalerów Gutenberga) **pragną wyrazić serdeczne podziękowania** firmom, które wsparły organizację Art of Color i Gali Złotego Gryfa: **partnerom strategicznym Art of Color i mecenasom Gali Złotego Gryfa:** HEIDELBERG Polska Sp. z o.o. oraz Sun Chemical Sp. z o.o.; **partnerom Art of Color i partnerom strategicznym Gali Złotego Gryfa:** Böttcher Polska Sp. z o.o., Reprograf-Grafikus SA, Weilburger, Sistrade, Müller Martini Eastern Europe GmbH, hubergroup Polska Sp. z o.o., Europapier Polska Sp. z o.o., Manroland Polska Sp. z o.o., Drukarnia Skleniarz Włodzimierz Skleniarz; **sponsorom Art of Color i partnerom Gali Złotego Gryfa:** Fujifilm Polska, Quad/Graphics Europe Sp. z o.o., Scorpio Sp. z o.o., ECO3, Komori, Częstochowskie Zakłady Graficzne Sp. z o.o., Balkart, Messe Düsseldorf GmbH, FABIO Drukarnia Opakowań, Nova Post Polska.

Kolejna Gala Złotego Gryfa 2024 odbędzie się w dniach 28-29 listopada 2024 roku w DoubleTree by Hilton Hotel & Conference Centre, ul. Skalnicowa 21, 04-797 Warszawa.

Opracowano na podstawie materiałów organizatorów



PODZAS GALI ZŁOTEGO GRYFA KULMINACYJNYM PUNKTEM BYŁO ROZSTRZYgniĘCIE KONKURSU ORAZ PRZEKAZANIE NAGRÓD ZWYCIĘZCOM

UV LED... made simple

**W pełni chłodzony powietrzem
system LED UV dla druku,
powlekania i wykańczania**

- Zmniejsz koszty energii o ponad 70%
- Niezawodność procesu utwardzania
- Prosta konstrukcja, stabilna wydajność
- Pojedynczy wentylator: niezawodna i cicha praca



Kompatybilny z ArcLED: łatwiejsza aktualizacja do LED



- Zoptymalizuj swoją prasę i uzyskaj najwyższą elastyczność pracy dzięki łączeniu konwencjonalnej technologii utwardzania UV oraz LED na dowolnej sekcji drukującej.



Wymienne systemy
utwardzania UV

Więcej informacji
o AeroLED
znajdziesz tutaj:

gewuv.pl/aeroled



Skontaktuj się z naszym
oficjalnym partnerem w Polsce

PROFEX
ELEKTRONIK

M: +48 501 006 485
W: uv.opole.pl
profexel@profexel.eu

GEW

...engineering UV

T: +44 1737 824 500
W: gewuv.pl
sales@gewuv.com

Zeskanuj, aby dowiedzieć się więcej

KILKANAŚCIE TYSIĘCY ODWIEDZAJĄCYCH I ROZWÓJ BRANŻY TEKSTYLNEJ

9. edycja Fast Textile

W dniach 21-23 listopada 2023 roku Ptak Warsaw Expo stało się międzynarodowym centrum rozwoju branży tekstylnej. Wszystko za sprawą 9. edycji Fast Textile, czyli najdynamiczniej rozwijających się targów w tej części Europy.

Oczekiwane przez gospodarkę obniżenie inflacji, stopniowy powrót konsumentów do aktywnych zakupów i ożywienie sprzedaży stanowią dla polskiego odłamu branży tekstylnej pozytywną perspektywę na kolejne miesiące. Portfel krajowych i zagranicznych zamówień w 2023 roku został zwiększony, przyczyniając się do dynamizacji rozwoju sektora. Wydarzeniem, które w ostatnim czasie otworzyło dyskusję o zmianach w branży i jej perspektywach, było Fast Textile, którego 9. edycja odbyła się w dniach 21-23 listopada w Ptak Warsaw Expo.

ROZMOWY O PRZYSZŁOŚCI BRANŻY TEKSTYLNEJ PODCZAS FAST TEXTILE

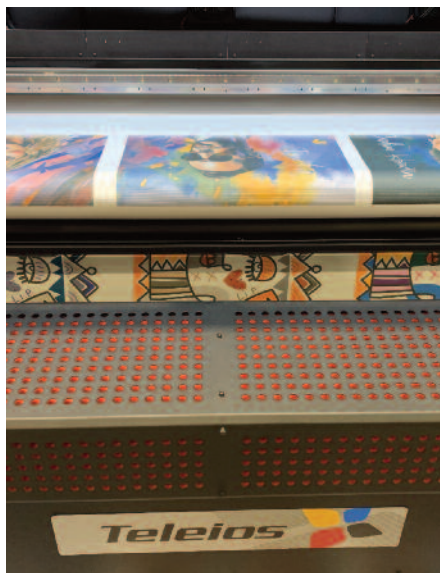
Międzynarodowe targi tekstylne Fast Textile dały początek dyskusji o istotnych zmianach dotyczących sektor. Podczas Kongresu Bran-

ży Tekstylnej eksperci rozmawiali między innymi o materiałach tekstylnych w obuwiu, w tym w obuwiu specjalnym (dla osób chorych na cukrzycę, stopa wrażliwa). Ten wykład wygłosiły **Tetiana Paruzel i Joanna Kwiecień** z Centrum Materiałów Obuwniczych, Produktów Barwionych i Spożywczych. O zielonej i cyfrowej transformacji przemysłu włókienniczego opowiadała z kolei **Edyta Sulak** z Centrum Cyfryzacji Technologii i Rozwiązań Prototypowych, a **Piotr Kantor** (Dział Certyfikacji Wyrobów Tekstylnych i Skórzanych Textil-Cert) pochylił się nad kwestią certyfikatu OEKO TEX. Konferencyjne rozważania zamknęła **Anna Pinar** z Centrum Włókiennictwa z wykładem pod tytułem „Sektor produkcji odzieży zawodowej – metody zarządzania i jakość produktu w systemie rental”.

Aktualna tematyka, branżowi eksperci i długie dyskusje po wykładach – te wszystkie czynniki sprawiły, że edukacyjnie Fast Textile stało na światowym poziomie.

KONTRAKTACJE I NETWORKING NA FAST TEXTILE

Fast Textile stało się jednym z branżowych liderów również dzięki postawieniu na szeroko zakrojony *networking*. Doborowa grupa uczestników wydarzenia, klientela nastawiona na inwestycje i poszukiwanie najkorzystniejszych biznesowych rozwiązań spowodowały,



Na stoisku firmy Digiprint można było zobaczyć produkcje wykonane na maszynie Teleios Hexa, drukującej tuszami pigmentowymi

**FAST TEXTILE DAŁO UCZESTNIKOM
SZEROKIE MOŻLIWOŚCI NAWIĄZYWANIA
NOWYCH RELACJI BIZNESOWYCH, BUDOWANIA
SIECI KONTAKTÓW I ZWIĘKSZANIA
KONKURENCYJNOŚCI NA RYNKU**



że nawiązywanie umów kontraktacyjnych było łatwiejsze i skuteczniejsze.

Przed uczestnikami otworzyły się międzynarodowe możliwości. Po raz kolejny bowiem *event* gościł kontrahentów zagranicznych, umożliwiających polskiemu przedsiębiorstwu wejście na nowe rynki zbytu. W wydarzeniu wzięło udział 13 203 odwiedzających z Polski oraz 13 krajów Europy i 10 państw spoza Starego Kontynentu.

Wśród wystawców znaleźli się między innymi: KSM, Semaco, Metaks, Yaman, Linexim, Quality Textiles, Orox, Zelał, OrdaTekstil, Kamilena, Lama czy Bamboo.

Tym samym Fast Textile dało uczestnikom szerokie możliwości nawiązywania nowych relacji biznesowych, budowania sieci kontaktów i zwiększania konkurencyjności na rynku.

Opracowano na podstawie materiałów organizatora

**ŻYCZYMY PAŃSTWU
WESOŁYCH ŚWIĄT
W MAGICZNEJ OPRAWIE
ORAZ WIELU RADOSNYCH CHWIL
I SUKCESÓW W 2024 ROKU!**



**REPROGRAF
GRAFIKUS**

MISJA POLSKIEJ IZBY DRUKU I HEIDELBERG POLSKA

Polska delegacja w Chinach

W dniach 26 października – 6 listopada br. Polska Izba Druku i firma Heidelberg Polska zorganizowały misję gospodarczą do Chin, w której wzięli udział przedstawiciele drukarni i producentów opakowań. Głównymi punktami programu były targi All in Print oraz odwiedziny w fabrykach Heidelberg, MK Masterwork i lokalnych drukarniach. Najważniejszym celem misji było natomiast zacieśnienie współpracy polsko-chińskiej zarówno na polu biznesu, jak i edukacji.

W misji wzięli udział przedstawiciele firm: ArtDruk, Bieldruk, Bogucki Folie, CZG, DAKO, Erbi, Fano, Hadepol Flexo, KRM Druk, MDM-Druk, Opolgraf, Qartis i Preston Packaging, a także Kancelarii Prawnej Maj & Cieślak oraz Związku Zawodowego Poligrafów.

Chiny są niekwestionowanym uczestnikiem rynku dostaw dla branży poligraficzno-opakowaniowej, zarówno pod względem materiałów eksploatacyjnych, surowców, jak i maszyn oraz urządzeń. Penetrowanie tego rynku na potrzeby naszych przedsiębiorców, jeśli chodzi o robione tam zakupy, jest ważne – tak misję do Chin tłumaczy Jacek Kuśmierczyk, prezes PID. – Dotarcie bezpośrednio do producentów to gwarancja niższej ceny oraz poprawa jakości potencjalnej współpracy. Korzystanie z pośredników, powszechnie wystę-

pujących wzdłuż Jedwabnego Szlaku, podnosi ryzyko finansowe i niekorzystnie przenosi odpowiedzialność. W momencie, kiedy mamy do czynienia z producentem, poczucie odpowiedzialności za produkt jest wyższe niż w przypadku agenta. Dlatego uważam, że budowanie bezpośredniej współpracy z chińskimi firmami jest ważne dla polskiego rynku i było wiodącym motywem zorganizowanej przez nas misji.

ALL IN PRINT – PRAWIE JAK DRUPA

Termin misji nie był przypadkowy – wyznaczyły go odbywające się w dniach 1-4 listopada br. targi All in Print, będące jedną z dwóch wiodących imprez targowych dla branży poligraficzno-opakowaniowej w Państwie Środka. Organizatorzy, Chińskie Stowarzyszenie Technologii Druku, Chińska Akademia Technologii Druku i Messe Düsseldorf (Szanghaj) Co., Ltd nazywają tę wystawę orientalnym oknem na światowy przemysł poligraficzny. I rzeczywiście, według relacji polskiej delegacji to firmy z Azji zdominowały przestrzeń wystawienniczą. W wydarzeniu wzięło udział 1003 dostawców z branży poligraficznej i opakowaniowej z 14 krajów i regionów, głównie z Chin, ale także z Niemiec, Indii, Korei i Japonii. Reprezentowali oni cały ekosystem przemysłu poligraficznego, w tym m.in. wydawnictwa, opakowania papierowe, opakowania giętkie i etykiety. Targi odwiedziło łącznie prawie 150 tys. osób, w tym nieco ponad 10 tys. gości zagranicznych. *All in Print jest w pewnym sensie klonem drupa, ponieważ niemal połowę udziałów w tym przedsięwzięciu ma Messe Düsseldorf – zauważa Jacek Kuśmierczyk. – Dostawcy chińscy będą również szeroko reprezentowani na przyszłorocznych targach drupa. W listopadzie br. potwierdzono udział 340 firm, podczas gdy firm niemieckich jest nieco ponad 250. Uczestnicy wyjazdu byli pozytywnie zaskocze-*



W ambasadzie polskiej grupa została przyjęta przez ambasadora RP Jego Ekscelencję Jakuba Kumocha. Na spotkaniu przybliżono odwiedzającym oficjalne relacje z Chinami

W TRAKCIE FORUM CHINA EUROPE SUPPLY CHAIN INNOVATION
SUMMIT POLSKA DELEGACJA PODPISAŁA Z FIRMĄ EXCEED TECHLINK,
REPREZENTOWANĄ PRZEZ PANA CHEN LIANG (NA ZDJĘCIU Z PRAWY)
LIST INTENCYJNY O WSPÓŁPRACY

ni zarówno rozmachem targów All in Print, jak i pokazywanymi tam rozwiązaniami technologicznymi. Firma Exceed Techlink, reprezentowana przez pana Chen Liang zorganizowała dla naszej misji przewodnika, który oprowadził nas po stoiskach dopasowanych pod profile firm uczestniczących w misji gospodarczej.

PARTNER GODNY ZAUFANIA

Innym ważnym i bardzo interesującym etapem misji była wizyta w firmie MK Masterwork, będącej jednym z kluczowych producentów rozwiązań do obróbki po druku na rynku chińskim. Zwiedzanie zakładów MK Masterwork nie pozostawiło polskim uczestnikom wyjazdu żadnych wątpliwości, że jest to firma godna zaufania. To potężne, bardzo nowoczesne zakłady produkcyjne, wykorzystujące najnowocześniejsze technologie wytwarzania i prowadzące prace badawcze na najwyższym poziomie. Nie mam wątpliwości, że portfolio rozwiązań tej firmy będzie się rozwijać, szczególnie w obszarze druku fleksograficznego czy cyfrowego. Sieć sprzedaży firmy Heidelberg z pewnością pomoże w globalizacji tych rozwiązań – okazała się bardzo skuteczna w naszym kraju. Heidelberg Polska w stosunkowo krótkim czasie sprzedała na polskim rynku prawie 100 urządzeń Masterwork, co jest najlepszym wynikiem w Europie. Mieliliśmy możliwość zwiedzenia również kilku drukarni wykorzystujących technologie MK Masterwork.



To były niezwykle ciekawe wizyty, choć w Chinach jest wciąż bardzo duży udział pracy ludzkiej. Powszechnej automatyzacji nie dostrzegliśmy, ale jestem przekonany, że to szybko ulegnie zmianie, gdyż dostęp do pracowników zaczyna być w Chinach równie skomplikowany jak w Europie. Młodzi ludzie w Chinach tak jak i u nas nie chcą pracować fizycznie, poza tym z uwagi na prowadzoną przez wiele lat politykę ograniczającą dzietność i tak wkrótce będzie ich za mało – przekonuje Jacek Kuśmierczyk.

WYJĄTKOWO GOŚCINNE PRZYJĘCIE

Jak się okazuje, gościnność jest nie tylko polską domeną. Jeżdżąc do Chin już ponad 20 lat i robiłem z dostawcami z tego kraju szereg interesów, ale takiej formy przyjęcia nie zaznałem do tej pory nigdy. Przyjmowano naszą prawie 40-osobową grupę z atencją zwykle udzielaną delegacjom państwowym. Ciekawym otwarciem była recepcja

Wszystkim naszym klientom,
pracownikom i przyjaciółom pragniemy
złożyć najserdeczniejsze życzenia
spokojnych, ciepłych i radosnych
Świąt Bożego Narodzenia
oraz wielu sukcesów
w nadchodzącym roku.

 **WEILBURGER**





TERMIN MISJI NIE BYŁ PRZYPADKOWY – WYZNACZYŁY GO ODBYWAJĄCE SIĘ W DNIACH 1-4 LISTOPADA BR. TARGI ALL IN PRINT, BĘDĄCE JEDNĄ Z DWÓCH WIODĄCYCH IMPREZ TARGOWYCH DLA BRANŻY POLIGRAFICZNO-OPAKOWANIOWEJ W PAŃSTWIE ŚRODKA

w ambasadzie polskiej, którą rozpoczęliśmy nasz pobyt. Przyjął nas nowy ambasador RP Jego Ekscelencja Jakub Kumoch. Było to bardzo ciekawe spotkanie, na którym przybliżono nam oficjalne relacje z Chinami. Na poziomie dyplomatycznym są one raczej słabe, ale biznesowym – bardzo obiecujące, co zresztą znalazło odzwierciedlenie w naszej wizycie w MK Masterwork. Pani Li Li, prezes i dyrektor zarządzająca firmy, spędziła z naszą delegacją dwa dni – mówi Jacek Kuśmierczyk. Gościnności na podobnym poziomie polska delegacja doświadczyła w Szanghaju, gdzie z dwiema prezentacjami wystąpiła na otwierającej targi All in Print konferencji na temat innowacyjności rynku poligraficznego na świecie. Forum China Europe Supply Chain Innovation Summit, które zgromadziło 140 osób, zorganizowała firma Exceed Techlink. Wraz z synem Aleksandrem miałem okazję występować przed ministrem propagandy i wydawnictw i zaprezentować szereg faktów na temat polskiego oraz europejskiego rynku – relacjonuje prezes PID. – Wystąpienia te nie były cenzurowane, co jest do-

wodem dużego zaufania strony chińskiej. Na cześć polskiej misji zorganizowano forum poświęcone innowacjom, które zgromadziło 140 osób i było transmitowane przez telewizję szanghajską. Otworzył je szef Szanghajskiego Departamentu Współpracy Międzynarodowej, wysoki urzędnik rządowy. W trakcie forum podpisaliśmy list intencyjny o współpracy. Wysocy rangą urzędnicy i przedstawiciele samorządu gospodarczego oraz organizacji branżowych gościli nas również na kolacji wydanej podczas targów All in Print. Mieliśmy także możliwość zwiedzania Szanghaju oraz fabryki Heidelberg w Quingpu pod Szanghajem. To drugie – obok Wiesloch – miejsce, w którym powstają maszyny tego niemieckiego koncernu.

TRANSFER WIEDZY

Kontakty polsko-chińskie mają szansę na zacieśnienie także w obszarze edukacji. W dniu 4 listopada Jacek Kuśmierczyk został zaproszony przez rektora Szanghajskiej Szkoły Druku i Publikacji (Shanghai

ZWIEDZANIE ZAKŁADÓW MK MASTERWORK NIE POZOSTAWIŁO POLSKIM UCZESTNIKOM WYJAZDU ŻADNYCH WĄTPLIWOŚCI, ŻE JEST TO FIRMA GODNA ZAUFANIA. TO POTĘŻNE, BARDZO NOWOCZESNE ZAKŁADY PRODUKCYJNE, WYKORZYSTUJĄCE NAJNOWOCZEŚNIEJSZE TECHNOLOGIE WYTWARZANIA I PROWADZĄCE PRACE BADAWCZE NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE



Printing and Publishing College), prof. Chena Bina do wygłoszenia przed studentami i profesurą wykładu poświęconego możliwościom współpracy w zakresie edukacji zawodowej oraz prac naukowo-badawczych pomiędzy Chińską Republiką Ludową a Rzeczpospolitą Polską. W trakcie wizyty został podpisany list intencyjny pomiędzy uczelnią a Polskim Bractwem Kawalerów Gutenberga, w którym strony zadeklarowały wolę rozwoju współpracy w zakresie kształcenia młodzieży, nauczycieli oraz rozwijania współpracy naukowej. Shanghajska Szkoła Druku i Publikacji kształci obecnie 6000 studentów a w przeciągu najbliższych 3 lat ma zwiększyć nabór i osiągnąć poziom 12 000 uczniów. Zmieniony zostanie również status naukowy, bowiem w tym czasie placówka stanie się pełnoprawną uczelnią wyższą.

Dzięki firmie Exceed Techlink miałem honor i przyjemność wygłosić półtoragodzinnny wykład w największej szkole branżowej w regionie, którego wystuchało ponad 300 profesorów i studentów. Mam nadzieję, że podpisana umowa zapoczątkuje konkretnymi działaniami. Mój głęboki szacunek wzbudziło wyposażenie tej szkoły. Moglibyśmy wypełnić nim ze cztery nasze jednostki edukacyjne! Począwszy od prepressu, a skończywszy na introligatorni nie brakowało w niej niczego. Pełnoformatowa, pięciokolorowa z lakierem maszyna offsetowa Heidelberg, trzy maszyny czterokolorowe w półformacie, maszyna flekso z centralnym cylindrem, maszyna wąskostęgowa, pełna introligatornia – coś niesamowitego. Stan tych urządzeń był idealny, widać było, że są zadbane, używane regularnie i prawidłowo konserwowane. To spotkanie zaowocowało pomysłem zorganizowania dnia Państwa Środka i Europy Centralnej podczas targów drupa, przy okazji którego można by wymienić informacje na temat potencjału obu rynków. Mało o sobie wiemy, ta wiedza jest bardzo powierzchowna; z powodzeniem można ją pogłębić z korzyścią dla obu stron. Rysują się przed nami szerokie pola współpracy. Chińscy dostawcy rozwiązań i technologii są zainteresowani bezpośrednią obecnością na rynku europejskim, a odbiorcy tych rozwiązań mogą skorzystać na współpracy z chińskimi drukarniami przy produkcji wysokich nakładów, szczególnie że mamy do czynienia z paradoksem: produkcja dziełowa importowana z Chin nie jest obłożona cłem, więc papier przetworzony w Chinach wjeżdża do Europy bez cła, w odróżnieniu od samego papieru. Należałoby tę sytuację znormalizować. Podsumowując, Chiny zyskały w oczach uczestników delegacji. Poświęcono nam wiele pozytywnej uwagi, a posiadanie alternatywy w postaci dostawców azjatyckich może się okazać bardzo cenne na naszym wyjątkowo konkurencyjnym rynku. Mamy nadzieję, że już niebawem zaprosimy przedstawicieli branży na kolejną misję na kolejne targi, tym razem europejskie, w Düsseldorfie. Ta oferta będzie skierowana do personelu średniego szczebla – chcemy zdjąć z właścicieli drukarni ciężar organizacji takiego wyjazdu dla pracowników. Zainteresowanie jest bardzo duże – dodaje Jacek Kuśmierczyk. AN

PODPISANIE UMOWY O WSPÓŁPRACY POMIĘDZY SZANGHAJSKĄ SZKOŁĄ DRUKU I PUBLIKACJI (SHANGHAI PRINTING AND PUBLISHING COLLEGE) I POLSKIM BRACTWEM KAWALERÓW GUTENBERGA



All inclusive PRINTING SERVICES

DRUK / SZTANCOWANIE / KASZEROWANIE
OPRAWA TWARDA / ZESZYTOWA / KLEJONA
PRODUKCJA WYROBÓW PRZESTRZENNYCH
USZŁACHTNIANIE DRUKU
PRODUKCJA OPAKOWAŃ
RIGID BOX

Wesołych Świąt

VILPOL

FSC® C122001
Znak odpowiedzialności
gospodarki leśnej

VILPOL Sp. z o.o.

Wilków Polski 74, 05-155 Leoncin
+48 600 297 297
VILPOL@VILPOL.PL
www.vilpol.pl

PODWOJENIE MOŻLIWOŚCI PRODUKCYJNYCH I OTWARCIE NOWYCH RYNKÓW

ThermoflexX, czyli druga noga DigiFlex Group

DigiFlex Group to nowoczesna przygotowalnia fleksograficzna, która w ostatnich latach zastąpiła z perfekcyjnego opanowania technologii Kodak Flexcel NX WIDE-C, dzięki czemu dostarcza klientom z Polski i zagranicy rozwiązania konkurujące z jakością oferowaną przez znacznie droższy druk rotograviurowy. Od miesiąca w firmie pracuje również system XSYS, dostarczony przez firmę SCORPIO, złożony z pierwszego w Polsce lasera CtP ThermoflexX 80 w wersji S oraz naświetlarki UVA-LED ThermoflexX Catena E-80.

XSYS W DIGIFLEX GROUP

Przed dokonaniem ostatecznego wyboru dostawcy przeprowadziliśmy testy różnych technologii i zasięgnęliśmy języka na temat oczekiwań naszych klientów. Wybór padł na laser XSYS w rozmiarze 80, czyli z możliwością świecenia płyt 1270 mm x 2032 mm, oraz na naświetlarkę Catena E-80, która zapewnia precyzyjną reprodukcję punktu i odwzorowanie drobnych elementów. Zestaw pracuje w technologii LED UV, która zaczyna przyjmować się coraz lepiej na rynku.

Jest on przystosowany do przyszłej rozbudowy o moduły umożliwiające zautomatyzowanie procesu produkcji form drukowych – wyjaśnia Piotr Kolera, jeden ze współwłaścicieli DigiFlex Group.

Instalacja obu urządzeń nastąpiła w październiku 2023 r. i od tego czasu firma wykorzystuje je do realizacji zleceń klientów. *Jesteśmy bardzo zadowoleni z obsługi przed- i posprzedażnej SCORPIO, od wsparcia w fazie wyboru technologii, przez pomoc przy testach urządzeń, aż po tryb instalacji, uruchomienia linii i ustawienia procesów. Warto podkreślić, że firma SCORPIO pomogła nam również ustawić urządzenia pod kątem świecenia płyt konkurencyjnych dostawców, których nie ma w swojej ofercie – mówi Piotr Kolera. – Doskonała obsługa i zaangażowanie ze strony dostawcy oraz świetne wyniki testów urządzeń ThermoFlexX nie pozostawiają wątpliwości, że nasz wybór był właściwy. Szczególne słowa uznania należą się Pawłowi Stolińskiemu ze SCORPIO za jego pomoc. Paweł Stoliński, menedżer ds. technologii fleksograficznej, zadbał o sprawne dostarczenie maszyny na czas, a instalację i uruchomienie maszyn przez serwis SCORPIO nadzorował Stanisław Elmer. Współpraca DigiFlex Group i SCORPIO rozpoczęła się w 2014 r., tuż po tym, gdy w Otwocku stanęła linia*



PIOTR KOLERA: PRZED DOKONANIEM OSTATECZNEGO WYBORU DOSTAWCY PRZEPROWADZILIŚMY TESTY RÓŻNYCH TECHNOLOGII I ZASIĘGNĘLIŚMY JĘZYKA NA TEMAT OCZEKIWAŃ NASZYCH KLIENTÓW. WYBÓR PADŁ NA LASER XSYS W ROZMIARZE 80 ORAZ NA NAŚWIETLARKĘ CATENA E-80. ZESTAW PRACUJE W TECHNOLOGII LED UV, KTÓRA ZACZYNA PRZYJMOWAĆ SIĘ CORAZ LEPIEJ NA RYNKU. NA ZDJĘCIU JOANNA SYCHOWICZ I PIOTR KOLERA, WŁAŚCICIELE DIGIFLEX GROUP



ZAKUPIONY SYSTEM JEST WYPOSAŻONY W KOMPLETNY ZESTAW GENEROWANIA STRUKTUR POWIERZCHNIOWYCH WOODPECKER SUITE, DZIĘKI KTÓREMU FIRMA MOŻE W PEŁNI SKORZYSTAĆ Z MOŻLIWOŚCI NOWEJ TECHNOLOGII. NA ZDJĘCIU OD LEWEJ: PIOTR KOLERA, JOANNA SYCHOWICZ (DIGIFLEX GROUP) ORAZ PAWEŁ STOLIŃSKI Z FIRMY SCORPIO

firmy Kodak. SCORPIO dostarczała wówczas swemu klientowi rozpuszczalniki do wmywarki oraz płyty Flinta.

KAPITAŁ POCZĄTKOWY: DOŚWIADCZENIE I KNOW-HOW

DigiFlex Group rozpoczęła swoją działalność w październiku 2012 roku jako wspólne dzieło Joanny Sychowicz oraz Piotra Kolery, którzy postanowili połączyć sumę swych doświadczeń technologicznych i operacyjno-handlowych przy tworzeniu profesjonalnej przygotowalni zatrudniającej specjalistów zdolnych zrozumieć i zaspokoić każdą potrzebę klienta w zakresie przygotowania do druku i produkcji form. I to właśnie bogata wiedza właścicieli firmy i pracujących w niej grafików i technologów, zdobyta wcześniej w przygotowalniach oraz w drukarniach opakowaniowych i etykietowych, stała się wyróżnikiem DigiFlex Group na rynku.

Naszym największym kapitałem była wiedza na temat technologii Kodaka i świadomość, że ma do zaoferowania więcej niż rynek był w stanie dotychczas wykorzystać oraz unikalne rozwiązanie UniqueHQ stworzone przez technologa Daniela Sychowicza – mówi Piotr Kolera. Niepowtarzalne rozwiązanie technologiczne UniqueHQ i niesztampowe przygotowanie graficzne pozwoliło wdrożyć wyższą jakość do polskich drukarni. Firma wprowadziła własne struktury patterningowe, które mają bardzo duży wpływ na efekt druku.

Był plan, by od razu zainwestować w pełne studio graficzne z systemem do certyfikacji proofów i ripem oraz kompletną linię do produkcji form fleksograficznych. Chcieliśmy być niezależni od podwykonawców, by zaprezentować pełnię swego kunsztu i bogatego know-how w przygotowywanych separacjach. Ambitne plany zwery-

fikował rynek: nie stać nas było na tak dużą inwestycję, która wiązała się z zakupem maszyn – wspomina Joanna Sychowicz.

W pierwszym etapie powstało w pełni wyposażone studio graficzne. Przez pierwszy rok firma produkowała formy drukowe u zewnętrznych podwykonawców. Jednocześnie pozyskiwała nowych klientów i już w 2013 r. zaczęła notować przychody wystarczające do spłaty zaciągniętego kredytu, zatrudnienia kolejnych pracowników, a wreszcie do inwestycji w park maszynowy. W grudniu spółka przeprowadziła się z małego, 48-metrowego pomieszczenia do większej lokalizacji, w której już w kwietniu 2014 r. stanął Kodak Flexcel NX w formacie WIDE-C z pełną linią do obróbki pozwalającą produkować matryce w formacie 1200x1600 mm.

KODAK DO PERFEKCJI

Gdy w firmie stanęły własne maszyny, DigiFlex Group zaczął realizować coraz ciekawsze zlecenia. Zależało nam, by trafić do klientów,

Piotr Kolera: Dzięki zakupowi nowego systemu osiągnęliśmy nie tylko zwiększenie mocy produkcyjnych, ale także zyskaliśmy możliwość rozszerzenia oferty, jak i – w pewnym sensie – drugą nogę, która pozwala nam jeszcze bardziej twardo stąpać po ziemi i realizować kolejne wyzwania



Piotr Kolera: Doskonała obsługa i zaangażowanie ze strony dostawcy oraz świetne wyniki testów urządzeń ThermoFlexX nie pozostawiają wątpliwości, że nasz wybór był właściwy

którzy oczekują najwyższej jakości i rozumieją, że koszt jednego centymetra świeconej płyty nie jest wyznacznikiem kosztów realizacji całego projektu. W ten sposób my nie musimy oferować najniższych cen kosztem wydajności, a oni zyskują korzyści w innych obszarach, takich jak oszczędności farby, folii, energii oraz czasu – dodaje Joanna Sychowicz.

Kolejne lata pokazały, że polityka obsługi klienta DigiFlex Group się sprawdza, a oferowana przez firmę jakość i indywidualny sposób podejścia do każdego projektu przyciągają coraz więcej klientów. Aby ułatwić pracę z coraz liczniejszymi drukarniami i zróżnicowanymi projektami, spółka wdrożyła system **ArtworkCenter.pl**, umożliwiając klientom łatwy dostęp do projektów i zapewniający szybką i komfortową pracę. System pozwala przechowywać wszystkie dane projektowe w jednym miejscu, zarządzać nimi, sprawnie przysyłać informacje między poszczególnymi działami firmy oraz klientami, a także składać zamówienia za jego pośrednictwem.

Firma przeszła suchą stopą lata pandemii, ale chęć rozwoju i uzyskania komfortu produkcyjnego skłoniły właścicieli do zrealizowania inwestycji w drugą linię do produkcji i zakup lasera oraz naświetlarki.

XSYS WKRACZA NA POKŁAD

W firmie stanęły wspomniany laser ThermoFlexX 80 w wersji S (o wydajności do 6 m²/h) oraz naświetlarka UVA-LED XSYS Catena E-80. Zakupiony system jest wyposażony w kompletny zestaw generowania struktur powierzchniowych Woodpecker Suite, dzięki któremu firma może w pełni skorzystać z możliwości nowej technologii. DigiFlex Group, który po najnowszej instalacji posiada rastrowanie powierzchniowe Sharp oraz Nano, a także możliwość odwzorowania autorskich struktur UniqueHQ, jest w stanie zaoferować klientom pełen przekrój płyt fleksograficznych z szerokim wachlarzem możliwości.

Dzięki zakupowi nowego systemu osiągnęliśmy nie tylko zwiększenie mocy produkcyjnych, ale także zyskaliśmy możliwość rozszerzenia oferty, jak i – w pewnym sensie – drugą nogę, która pozwala nam jesz-

cze bardziej twardo stąpać po ziemi i realizować kolejne wyzwania. Posiadanie dwóch systemów jest też istotne przy współpracy z klientami korporacyjnymi. Co ważne, nowa technologia pozwala nam na wykonywanie form fleksograficznych na surowcach (fotopolimerach) o różnych twardościach, pochodzących od różnych producentów: zarówno XSYS, jak i innych dostawców, takich jak MacDermid czy DuPont. To niezwykle istotne zarówno z punktu widzenia stabilności i bezpieczeństwa firmy, jak i możliwości tworzenia nowych projektów – mówi Piotr Kolera.

PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ

Pojawienie się linii XSYS w praktyce podwaja możliwości produkcyjne firmy i otwiera nowe rynki. Firma nie zapomina jednak o swoich pryncypiach: każdy klient jest wdrażany do rodziny DigiFlex Group według ścisłego harmonogramu, w tempie wystarczającym, by dobrze poznać jego potrzeby, maszyny i ciąg technologiczny. Spółka specjalizuje się w druku na szerokiej i – w mniejszym zakresie – wąskiej wstędze, w pracach wykonywanych na folii i papierze. *Nowa inwestycja umożliwi nam dotarcie do jeszcze szerszej grupy klientów, którym zależy na wysokich standardach współpracy – mówi Piotr Kolera.*

Firma zainwestowała w nowoczesny system, który zapewnia możliwość dalszej rozbudowy w celu pełnej automatyzacji ciągu produkcyjnego. *Mamy wizję na kolejne lata, ale na razie skupiamy się na zapewnieniu sobie i naszym partnerom wspólnego rozwoju, by oba systemy zyskały pełne obciążenie – dodaje współwłaściciel. – Laser i naświetlarkę już mamy, możemy to połączyć mostem i uzupełnić o kolejne maszyny: wymywarękę, suszarkę i finiszera oraz rotator. Taki zestaw chcielibyśmy docelowo posiadać.*

Dotychczasowa historia firmy, zaangażowanie pracowników i energia właścicieli nie pozostawiają wątpliwości, że to tylko kwestia czasu.

Tomasz Krawczak

PTAK
WARSAW
EXPO
MIĘDZYNARODOWE CENTRUM TARGOWO-KONFERENCYJNE


ufi
Member

RemaDays 19 EDYCJA

Międzynarodowe Targi Reklamy i Druku

30.01 – 02.02.2024



ODBIERZ
DARMOWY BILET

PATRONAT HONOROWY:



Akademia Sztuk Pięknych
im. Jana Matejki w Krakowie
1818

WYSTAWCY 2024:

Canon



SCORPIO

FUJIFILM

SoftPlast

Poligrafika.pl

AKONDA

WILER

EPSON

trotec

IGEPA

CNIntExp
中外展览

adsystem.

3M Science.
Applied to Life.™

atler



MAGENTA-VISION



integart



www.remadays.com | [f remadays](https://www.facebook.com/remadays) | [@remadays_warsaw](https://www.instagram.com/remadays_warsaw)

PROGNOZA ROZWOJU RYNKU DRUKU KOMERCYJNEGO

Direct Mail powraca w wielkim stylu

Pod wpływem cyfryzacji naszego życia krajobraz rynku druku komercyjnego ulega nieustannym zmianom. Rynek ten, zdominowany nie tak dawno przez druki wielkonakładowe, obecnie kurczy się systematycznie. Pandemia uwidoczniła jeszcze tę tendencję i choć możemy obserwować pojedyncze oznaki ożywienia, ogólny poziom rozwoju odbiega od znanego sprzed kilku lat.

Są jednak segmenty, które mogą poszczycić się wzrostem. Ta ewolucja nie dotyczy tylko wpływu ery cyfrowej, lecz także skutecznej komunikacji, która zapoczątkowała wytwarzanie krótszych, dostosowanych do indywidualnych potrzeb serii produkcyjnych i coraz popularniejszy druk książek technologią cyfrową. Aby utrzymać się na konkurencyjnym rynku, drukarnie komercyjne częściej polegają na technologii

cyfrowej, wdrażając dla swoich klientów coraz bardziej kreatywne, zindywidualizowane oferty, które cechują wysoką jakość i opłacalność.

Ekologia i krótkie serie

Jedną z najważniejszych zmian, jakie obserwujemy w sektorze wydawniczym, jest przejście w kierunku bardziej zrównoważonej i niskonakładowej produkcji. Po spadku

globalnej liczby zamówień na druki spowodowanym nadmiernymi zapasami i zakłóceniami w łańcuchu dostaw w czasach pandemii, jak również słabą sprzedażą w 2022 i na początku 2023 r., producenci przystosowują się do nowej normalności.

Wydawcy książek często wracają do offshoringu w przypadku mniejszych nakładów początkowych, aby zrównoważyć rosnące koszty produkcji i zapewnić standardowy czas wysyłki. Włączają też produkcję niskonakładową i druk na żądanie (POD) już od początku cyklu życia książki, starając się sprostać nieprzewidywalnym wahaniom popytu. Strategia ta pozwala skutecznie i ekonomicznie uzupełniać wszelkie potencjalne braki w zasobach.

Firma Alexander Print Advantage, specjalizująca się w druku na żądanie m.in. książek i czasopism, wdrożyła niedawno system druku HP Indigo 100K, odpowiadając na rosnące zapotrzebowanie rynku na tego typu produkty. Koncentrując się na automatyzacji przepływu pracy, firma była w stanie zapewnić szybki rozwój i dostarczać produkty najwyższej jakości szybciej i wydajniej niż kiedykolwiek wcześniej.



Haim Levit, wiceprezes i szef działu druku przemysłowego HP, przybliży trendy i prognozy dla branży druku komercyjnego

Wydawcy branżowi coraz częściej koncentrują się na limitowanych nakładach, wykorzystując produkcję cyfrową i specjalne techniki wykańczania, aby podnieść postrzeganą wartość książki, ponieważ wartość emocjonalna staje się coraz ważniejsza dla konsumentów. Tymczasem wydawcy akademicki i naukowcy priorytetowo traktują praktyki przyjazne dla środowiska, w tym drukowanie w odpowiednich rozmiarach i oprawy miękkie; korzystają też z materiałów nadających się do ponownego użycia, takich jak papier z recyklingu i atramenty na bazie soi. To przejście w kierunku zrównoważonego rozwoju wynika zarówno z popytu konsumentów, jak i zaangażowania w ograniczanie negatywnego wpływu produkcji na środowisko.

Wkraczając w rok 2024, wraz z rozwojem większej automatyzacji i cyfryzacji w komercyjnej przestrzeni poligraficznej spodziewamy się przyspieszenia rozwoju w kierunku cyfrowego sposobu myślenia. Nadchodząca transformacja obejmie zrównoważony rozwój i skuteczniejsze niż kiedykolwiek zarządzanie krótszymi seriami, doprowadzając do powstania nowych fabryk i innowacyjnych metod produkcji przy malejącym udziale czynnika ludzkiego

Klienci inwestują w technologię HP Indigo, realizując cele w zakresie ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju. Na początku tego roku firma COPYTOP zainwestowała w maszynę cyfrową HP Indigo 15K, aby móc drukować na szerokiej gamie nośników, ale także aby pomóc w redukcji śladu węglowego. Firma mierzy i kontroluje wpływ, jaki nowy system druku wywiera na jakość powietrza, weryfikując go pod względem funkcjonalności, stanu technicznego oraz, co najważniejsze, jakości i ekologii.

Podobnie działa firma West Canadian Digital Imaging (WCD), która jest zaangażowana w dostarczanie zrównoważonych rozwiązań umożliwiających klientom drukowanie dokładnie tego, czego potrzebują, i w ilości wymaganej tylko na dany moment. Przedsiębiorstwo zainwestowało w maszynę cyfrową HP Indigo 15K, aby móc wykonywać wcześniej zlecane prace we własnym zakresie. Firma zapewnia obecnie jakość zbliżoną do offsetu, spełniając wymagania klientów, a jednocześnie podtrzymuje swoje zaangażowanie w zrównoważony rozwój.

USZLACHETNIMY OPAKOWANIE



OZDOBIMY TWOJĄ ETYKIETĘ

**API FOLIE POLSKA TO WIODĄCY PRODUCENT
METALIZOWANYCH FOLII DO USZLACHETNIANIA
OPAKOWAŃ, ETYKIET I DRUKU**

- FOLIE DO COLD STAMPINGU
- FOLIE DO HOT STAMPINGU
- FOLIE DYFRAKCYJNE
- FOLIE PIGMENTOWE
- PROFESJONALNE DORADZTWO TECHNICZNE
- PROFESJONALNE SZKOLENIA
- Z TŁOCZENIA NA GORĄCO I NA ZIMNO

api FOILMAKERS
A MEMBER OF ALDUS

API FOLIE POLSKA SP. Z O.O.

Raszyńska 13 | 05-500 Piaseczno | tel.: (022) 737 58 01
polska.sales@apifoilmakers.com | www.apifoilmakers.com



U podstaw wszystkich tych trendów leży wzrost cen papieru i kosztów przesyłek pocztowych, które jeszcze bardziej skłoniły branżę do stosowania krótszych i bardziej ukierunkowanych nakładów druku. Ta zmiana odzwierciedla szerszy trend branżowy, który obrazuje zmiany w kierunku polityki świadomych kosztów i zrównoważonego rozwoju.

RENESANS PRZESYŁEK BEZPOŚREDNICH

Poczta bezpośrednia, często uważana za kamień węgielny działań marketingowych, przeżywa swego rodzaju odrodzenie. W Wielkiej Brytanii aż 80 proc. reklamodawców wykorzystuje tego rodzaju narzędzia reklamowe, co podkreśla trwałą skuteczność i efektywność znanego od lat kanału komunikacji.

Chociaż podwyżki stawek pocztowych spowodowały latem lekkie spowolnienie, jesteśmy świadkami zauważalnego odbicia w IV kwartale 2023 r. Marki coraz częściej doceniają wartość kampanii *omnichannel*, w których internet w połączeniu z przesyłką *direct mail* odgrywa kluczową rolę w skuteczniejszym docieraniu i angażowaniu docelowych odbiorców.

Co więcej, rosnące koszty i złożoność reklamy zmuszają marketerów, w tym cyfrowe marki, do uznania reklamy bezpośredniej za istotny element swoich strategii rozwoju. To odrodzenie podkreśla trwałą siłę fizycznych materiałów marketingowych w epoce cyfrowej, która powinna pomóc

w ponownej stabilizacji rynku druku komercyjnego. Podczas gdy marketing cyfrowy dociera do wzroku i słuchu klientów, marki są niejako zmuszone, by łączyć marketing *online* i *offline*, jeśli zależy im na wpływności na wszystkie pięć zmysłów: węchu, wzroku, smaku, słuchu i dotyku.

Jeden z wiodących amerykańskich franczyzodawców niszowych magazynów (firma N2) zainstalował niedawno dwie maszyny HP PageWide Advantage 2200. Celem było utrzymanie pozycji w czołówce innowatorów marketingowych. Jednocześnie spółka buduje społeczność poprzez stałe dostosowywanie swojej oferty, zwiększanie widoczności marki i zaangażowania odbiorców. Inwestycja wynikała z wysokiej jakości, krótszego czasu produkcji i poprawy ogólnej wydajności, jaką oferują tego typu systemy, co okazało się znaczące dla wzrostu, ewolucji i rozwoju szerszej strategii firmy.

CZAS NA NOWE MODELE BIZNESOWE

W miarę jak branża poligrafii komercyjnej dostosowuje się do nowej dynamiki rynku, przechodzi też znaczącą transformację. Drukarnie komercyjne rozumieją, jak obsługiwać wiele krótszych nakładów i jak oferować swoim klientom platformy druku na żądanie.

Technologia *web-to-print* zwiększa szybkość realizacji, pozwala na personalizację i poprawia jakość ogólnego doświadczenia zakupowego klienta. Firma Saal Digital ob-

**POCZTA BEZPOŚREDNIA, CZĘSTO
UWAŻANA ZA KAMIEŃ WĘGIELNY DZIAŁAŃ
MARKETINGOWYCH, PRZEŻYWA SWEGO RODZAJU
ODRODZENIE. W WIELKIEJ BRYTANII AŻ 80 PROC.
REKLAMODAWCÓW WYKORZYSTUJE TEGO
RODZAJU NARZĘDZIA REKLAMOWE, CO PODKREŚLA
TRWAŁĄ SKUTECZNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ ZNANEGO
OD LAT KANAŁU KOMUNIKACJI**

stępuje średnio 5000 zamówień *online* dziennie, dlatego aby sprostać zapotrzebowaniu na dostawę tego samego dnia, wdrożyła maszyny cyfrowe HP Indigo 15K i HP Indigo 12000, wymagające zaawansowanego oprogramowania.

W przypadku etykiet i opakowań zapotrzebowanie na krótsze, a nawet bardzo krótkie nakłady również szybko rośnie, a drukarnie komercyjne mają coraz większe możliwości i narzędzia, aby oferować swoim klientom wysokiej jakości usługi. Ta strategiczna zmiana pozwala im dotrzeć do rozwijających się rynków na podstawie wiedzy specjalistycznej w zakresie technologii druku cyfrowego. Dywersyfikacja oferty w kierunku składanych kartonów i etykiet odzwierciedla szerszy trend wykorzystujący platformy *web-to-print*.

Wkraczając w rok 2024, wraz z rozwojem większej automatyzacji i cyfryzacji w komercyjnej przestrzeni poligraficznej spodziewamy się przyspieszenia rozwoju w kierunku cyfrowego sposobu myślenia. Nadchodząca transformacja obejmie zrównoważony rozwój i skuteczniejsze niż kiedykolwiek zarządzanie krótszymi seriami, doprowadzając do powstania nowych fabryk i innowacyjnych metod produkcji przy malejącym udziale czynnika ludzkiego.

*Na podstawie materiałów firmy HP
opracowała BZ*

DRUK



XpertJet 1682SR Pro

MUTOH



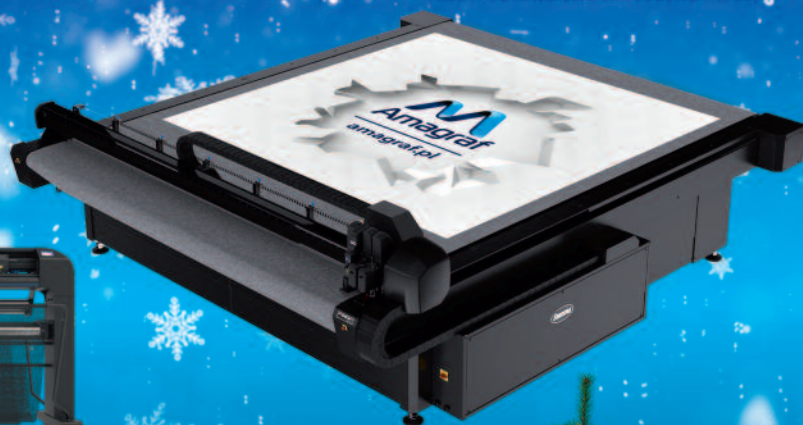
XpertJet 661UF

XpertJet 1462UF

CIĘCIE



Summa



Wyjątkowych Świąt Bożego Narodzenia
oraz nowych, wspaniałych możliwości
w nadchodzącym Nowym Roku!


*Życza Państwu
pracownicy Firmy AMAGRAF*


Do zobaczenia na targach RemaDays!
Stoisko Amagraf **F4.36 na Hali F**




Amagraf
ul. Andrzeja Struga 23
95-100 Zgierz
tel. +48 42 716 99 99

 +48 42 716 99 99

 biuro@amagraf.pl

 www.amagraf.pl

 fb.com/amagraf

**MASZYNA CANON IMAGEPRESS V1350 W DRUKARNI BOX-GRAF
– JEDNA Z PIERWSZYCH W POLSCE I PIERWSZA DOSTARCZONA PRZEZ FIRMĘ AMAGRAF**

Jakość, wydajność i oszczędności gwarantowane

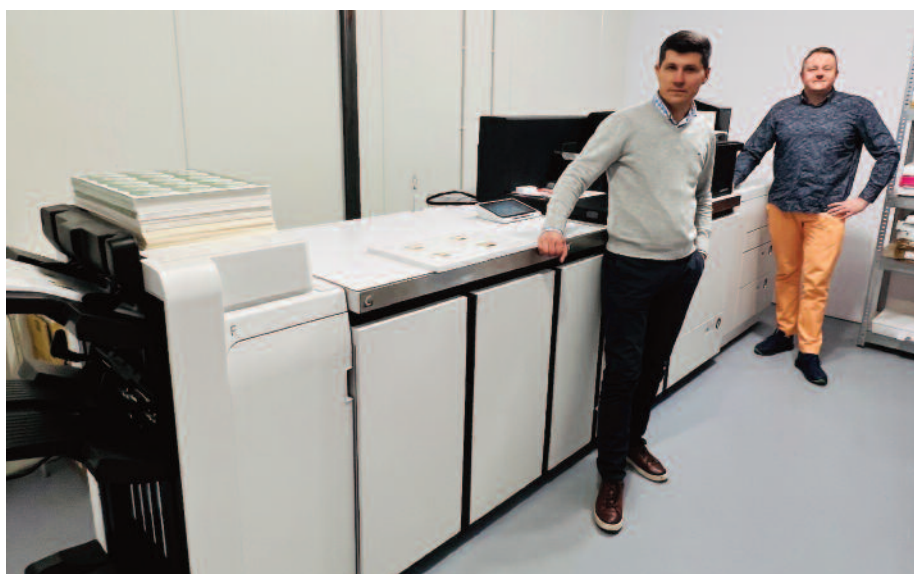
Kiedy Robert Szymańczak – właściciel drukarni Box-Graf – rozpoczął poszukiwania maszyny do druku kolorowego i czarno-białego, zależało mu na urządzeniu, które gwarantowałoby wysoką jakość produkcji, ale także wydajność, a co za tym idzie – przyniosłoby jego firmie oszczędności. Trafił wówczas na urządzenie Canon w ofercie Amagraf. Dogłębna analiza oczekiwań Box-Grafu i testy sprawiły, że niebawem rozpoczęła tu pracę maszyna Canon imagePRESS V1350. To jeden z pierwszych w Polsce i pierwszy model tego urządzenia dostarczony przez Amagraf – dystrybutora rozwiązań firmy Canon w obszarze Professional Print. Dzięki tej inwestycji Box-Graf, jak zapewnia jego właściciel, realizuje obecnie produkcję z jeszcze wyższą jakością i wydajnością.

Drukarni Box-Graf z Kad w województwie mazowieckim od lat przyświeca misja zaspokajania potrzeb klientów i ich oczekiwań w zakresie drukowania najwyższej jakości produktów z obszaru szeroko pojętego akcydensu, opakowań oraz intrologatorni. Robert Szymańczak stawia przede wszystkim na jakość i wydajność swojej produkcji, dlatego już od jakiegoś czasu przyglądał się

nowej cyfrowej maszynie do druku kolorowego, aby poprawić parametry wydajnościowe w swoim zakładzie, a klientom zaproponować jeszcze wyższą jakość usług. *Ten niesłychanie skromny człowiek – mówi Piotr Alwingier, jeden ze współwłaścicieli firmy Amagraf – nie boi się wyzwań i z pasją rozwija swoją drukarnię. Dlatego po wspólnej analizie potrzeb i oczekiwań, wielu przepro-*

wadzonych testach urządzeń konkurencyjnych zdecydował się na zakup zaoferowanej przez nas maszyny, która w największym stopniu odpowiadałaby na nie. Taką okazała się Canon imagePRESS V1350.

Wybór podyktowany był – jak podkreśla Tomasz Lipiec, *business development manager DP&S PP Partner Sales w firmie Canon – bardzo wysoką stabilnością produkcji, jaką oferuje to urządzenie. Głównym celem tej inwestycji – mówi – było zwiększenie mocy produkcyjnych drukarni. W krótkim czasie okazało się, że wdrożenie arkuszowego systemu do druku kolorowego Canon imagePRESS V1350 było strzałem w dziesiątkę w zakresie oczekiwań klienta. Ważnym elementem dla niego była bowiem stabilna produkcja, w tym na papierach o wysokiej gramaturze, z czym maszyna radzi sobie bardzo dobrze. Warto dodać, że jest to pierwsze w Polsce urządzenie z serii V1350 sprzedane z kontrolerem Fieiry, co umożliwiło klientowi płynne przejście na nowy system drukowania oraz pełną integrację z funkcjonującym w drukarni środowiskiem druku.*



**CANON IMAGEPRESS V1350 TO JEDEN
Z PIERWSZYCH W POLSCE I PIERWSZY MODEL
TEGO URZĄDZENIA DOSTARCZONY PRZEZ
AMAGRAF – DYSTRYBUTORA ROZWIĄZAŃ
FIRMY CANON W OBSZARZE PROFESSIONAL
PRINT. NA ZDJĘCIU PIOTR ALWINGIER
I TOMASZ LIPIEC (Z LEWEJ)**

Główną zaletą maszyny Canon imagePRESS V1350 – mówi Robert Szymańczak – jest maksymalna stabilność druku, jaką ona gwarantuje. Zapewnia to sprawną i bezproblemową realizację zleceń, gwarancję ich wykonania w uzgodnionym z klientem czasie, wysoką jakość oraz wydajność, która wpływa na czas realizacji produkcji, a w efekcie – na generowane oszczędności. Równie istotny był dla nas fakt, że maszyna umożliwiała stosowanie szerokiego spektrum podłoży drukowanych, aż do gramatury 500 g/m². Co więcej, gwarantuje stabilną produkcję – bez zacięć i przestojów. Maszyna zaproponowana przez Amagraf wypadła najlepiej w zakresie druku kolorowego oraz dalszej obróbki po druku w przeprowadzonych przed zakupem testach, uwzględniających rozwiązania innych producentów. Niewątpliwie inwestycja ta jest również jednym z elementów unowocześnienia procesu produkcji, na czym także nam zależało. Ceniśmy sobie również partnerów, którymi przy tej inwestycji były firmy Amagraf i Canon – ich obsługę zarówno przedsprzedażową, jak i po zakupie urządzenia.

Canon imagePRESS V1350 to maszyna, która pojawiła się na rynku polskim wiosną tego roku – mówi Piotr Alwingier. – Urządzenie to korzysta z rozwiązań wykorzystywanych w serii imagePress C1010 oraz z technologii wprowadzonych na rynek wraz z serią V1000, która od początku była projektowana z myślą zarówno o doskonałej stabilności pracy i kolorów, jak i wysokiej precyzji zadruku z obu stron. Oferuje wyjątkowe osiągi i najwyższą produktywność w swojej klasie urządzeń tonerowych na papier cięty. Gwarantowana przez imagePRESS V1350 prędkość drukowania to aż 135 stron na minutę, a łączny miesięczny nakład może w jej przypadku wynieść nawet 2,4 miliona stron. Bardzo cieszy nas fakt, że możemy oferować to innowacyjne urządzenie, bo jest ono odpowiedzią na wiele potrzeb klientów, z jakimi obecnie się mierzą. Są to spadające nakłady, personalizacja, potrzeba wydruków wysokiej jakości na różnych gramaturach papieru, ekonomiczna i wydajna produkcja oraz wiele innych. Możliwości tej maszyny są naprawdę ogromne. Również



Robert Szymańczak: Główną zaletą maszyny Canon imagePRESS V1350 jest maksymalna stabilność druku, jaką ona gwarantuje. Zapewnia to sprawną i bezproblemową realizację zleceń, gwarancję ich wykonania w uzgodnionym z klientem czasie, wysoką jakość oraz wydajność, która wpływa na czas realizacji produkcji, a w efekcie – na generowane oszczędności

nasza – Amagrafu – elastyczność jest duża, ponieważ jesteśmy w stanie w rozliczeniu odebrać poprzednie urządzenie od klienta, niezależnie od jego producenta, tak jak miało to miejsce w przypadku Box-Grafu. To istotna kwestia dla firm, które myślą o rozwoju, a obawiają się inwestycji ze względu na maszyny, którymi dysponują, a które nie są najnowocześniejsze, ale wciąż sprawne. Jesteśmy elastyczni i z pewnością znajdziemy korzystne rozwiązanie dla każdego.

W urządzeniu zastosowano podciśnieniowy podajnik papieru, prostą drogę papieru, zaawansowane rozwiązanie kontroli temperatury na pasie transmisyjnym POD-SURF oraz zintegrowany system chłodzący wydruk. Jak zapewnia producent, dzięki nim możliwa staje się realizacja wysokich nakładów bez kompromisów względem jakości i czasu pracy. Nad kolorami czuwa tu technologia Multi Density Adjustment Technology (Multi-D.A.T.), która, wraz z wbudowanym czujnikiem spektrofotometrycznym, zapewnia automatyczną kalibrację koloru. Dodatkowo – jak podkreśla dostawca – zaawansowane technologie pasowania (m.in. stała marka boczna) gwarantują precyzję zadruku z obu stron. Model V1350 jest przeznaczony

do drukowania książek, broszur, katalogów i ulotek, poprzez wizytówki, aż po plakaty czy kalendarze, ale także opakowania.

Warto wspomnieć, że sprzedaż, o której mowa, została zrealizowana poprzez kanał partnerski firmy Canon, który zyskuje w ostatnim czasie na znaczeniu. Kontrakty realizowane wspólnie z naszymi partnerami udowadniają, że firmy takie jak Amagraf, będąc blisko rynku i potencjalnych klientów, doskonale znają ich oczekiwania i potrzeby. Z kolei wiedza i doświadczenie firmy Canon pozwalają nam razem na skuteczną rywalizację na rynku. Wspólna praca, wsparcie i zaangażowanie wszystkich stron powodują, że takich wdrożeń spodziewamy się więcej, biorąc pod uwagę przede wszystkim korzyści klientów – podsumowuje Tomasz Lipiec.

Mamy nadzieję – podkreśla Piotr Alwingier – że maszyna Canon imagePRESS V1350 znajdzie zastosowanie w kolejnych polskich drukarniach. Wszystkich zainteresowanych, pragnących poznać bliżej jej szerokie możliwości, zapraszamy do kontaktu z nami.

Opracowano na podstawie materiałów firmy Amagraf

WYDAJNIEJSZY, WSZECHSTRONNIEJSZY I BARDZIEJ ZRÓWNOWAŻONY

Druk cyfrowy suchym tonerem

Innowacyjne rozwiązania firmy Xeikon wyznaczają nowe trendy w druku cyfrowym. Maszyna cyfrowa LX3000 o zwiększonej prędkości oferuje wyższą produktywność w druku etykiet, podczas gdy technologia tonera TITON otwiera nowe obszary zastosowań w zakresie opakowań giętkich oraz w wykończeniach po druku, a także zapewnia fundamentalną poprawę w kwestii zrównoważonego rozwoju samego procesu drukowania suchym tonerem.

Proces drukowania suchym tonerem ma niezmiennie wysoki potencjał innowacyjności, co znajduje odzwierciedlenie w liczbie wniosków patentowych. Wykres pokazuje liczbę zgłoszeń patentowych międzynarodowych firm, które są aktywne zarówno w procesach druku inkjetowego, jak i tonerowego. Liczba powyżej 1 na wykresie oznacza, że firma składa więcej wniosków patentowych dotyczących procesów tonerowych niż atramentowych. Oś czasu pokazuje, że zgłoszenia patentowe dotyczące drukarek atramentowych przeważały nad zgłoszeniami dotyczącymi tonerów mniej więcej do 2017-2018 r. Od 2018-2019 r. wskaźniki patentów na tonery wzrosły w porównaniu z tymi na urządzenia atramentowe. Dowodzi to rosnącego znaczenia, jakie patenty na tonery mają obecnie dla tych firm. Podczas gdy rozwój procesów atramentowych wkrótce osiągnie fizyczne granice swej szybkości, procesy tonerowe dopiero teraz doświadczają oczekiwanego przyspieszenia pod względem jednoczesnego wzrostu wydajności, rozszerzania portfolio, zrównoważonego rozwoju i bezpieczeństwa żywności.

XEIKON LX3000

Dzięki cyfrowej maszynie LX3000 dostosowanej do większych prędkości Xeikon robi ważny krok w kierunku zwiększenia produktywności w druku suchym tonerem. Maszyna została zaprojektowana jako wysokiej klasy rozwiązanie dla rynku etykiet samoprzylepnych. Drukuje z maksymalną prędkością 42 m/min (137 stóp/min), 40 proc. szybciej od porównywalnych maszyn, zaś rozdzielczość druku 1200 dpi spełnia wymagania branży etykiet wysokiej jakości. Maszyna cyfrowa LX3000 jest wyposażona w pięć zespołów drukujących (CMYK + biały), została zaprojektowana dla szerokości wstęgi 330 mm (13") i druku o szerokości 322 mm (12,67").

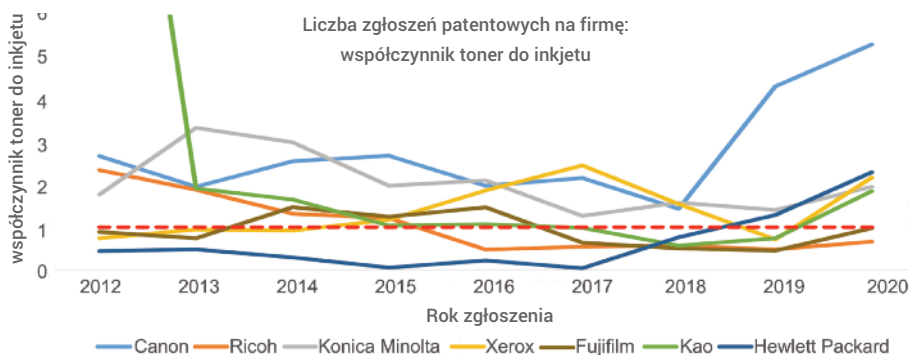
DRUK OPAKOWAŃ W TECHNOLOGII SUCHEGO TONERA TITON

Oprócz zwiększenia wydajności firmie Xeikon udało się również rozszerzyć proces o nowe zastosowania bezpieczne dla żywności. Zostało to osiągnięte dzięki dalszemu rozwojowi w obszarze tonerów, które są dostępne na rynku.

Toner TITON został opracowany do druku na podłożach z włókien celulozy, takich jak papiery barierowe w opakowaniach giętkich.

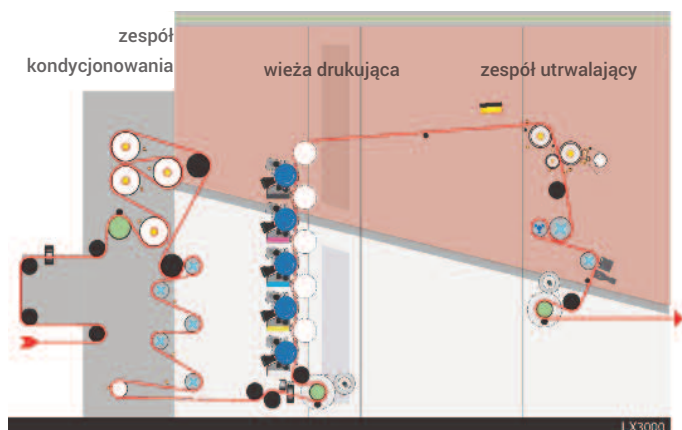
Z tego względu toner jest odporny na wpływ wysokich temperatur przy zgrzewaniu zadrukowanych opakowań na maszynach napędzających – inaczej niż konwencjonalne tonery, które nie mają takiej cechy. Odporność na zgrzewanie na gorąco osiągnięto dzięki polimerom sieciującym w składzie tonera, przy czym sieciowanie odbywa się w maszynie podczas dodatkowego etapu utwardzania LED.

Ten etap sieciowania w maszynie bezpośrednio po utrwaleniu sprawia, że toner TITON jest odporny na zgrzewanie oraz naprężenia



POCZĄWSZY OD 2018-2019 ROKU LICZBA SKŁADANYCH PATENTÓW NA DRUK TONEROWY W STOSUNKU DO PATENTÓW NA DRUK ATRAMENTOWY WZROSŁA WŚRÓD FIRM, KTÓRE SĄ AKTYWNE W OBU TYCH OBSZARACH

ŹRÓDŁO: XEIKON



**SZCZEGÓŁY KONSTRUKCYJNE SZYBKIEJ MASZYNY
DO DRUKU TONEROWEGO LX3000 Z ZESPOŁEM KONDYCYJONOWANIA,
WIEŻĄ DRUKUJĄCĄ ORAZ ZESPOŁEM UTRWALAJĄCYM**

ŹRÓDŁO: XEIKON

mechaniczne i termiczne, zapewniając właściwości wymagane do stosowania w opakowaniach giętkich. Zadrukowana warstwa tonera jest całkowicie bezwonna i pod tym względem różni się od konwencjonalnych systemów atramentowych w druku opakowań, które mogą zawierać pozostałości rozpuszczalników w wyschniętej warstwie atramentu.

WYKOŃCZENIE PO DRUKU

Kolejnym obszarem zastosowań tonera TITON, związanym z jego odpornością na temperaturę, jest wykańczanie etykiet po druku. Drukarniom, które już produkują etykiety drukowane cyfrowo przy użyciu procesu tonerowego i szukają rozszerzonych opcji projektowania dla swoich klientów, toner TITON oferuje możliwość cyfrowego wykańczania etykiet i opakowań w linii, w jednym cyklu produkcyjnym. Odbywa się to za pomocą modułu wykańczającego firmy Kurz, który jest instalowany w linii za maszyną cyfrową Xeiikon TX500.

Wieża drukująca maszyny cyfrowej TX500 składa się z pięciu zespołów drukujących, z których cztery są zaopatrzone w toner TITON w kolorach procesowych. W piątym zespole drukującym nakładana jest sucha warstwa tonera z dobrze znanym tonerem QB-CH. Gdy wstęga trafia do jednostki wykańczającej Kurz, elementy obrazu wydrukowane tonerem TITON są stabilizowane termicznie, podczas gdy warstwa tonera wydrukowana tonerem QB-CH jest topiona przez

**CYFROWA MASZYNA DRUKUJĄCA XEIKON TX500
JEST WYPOSAŻONA W JEDNOSTKĘ LED DO SIECIOWANIA TONERA
TITON, CO NASTĘPUJE PO PRZENIESIENIU OBRAZU PROSZKOWEGO
NA PODŁOŻE PAPIEROWE I STOPIENIU SKŁADNIKÓW TONERA
Z PODŁOŻEM DRUKOWYM W TEMPERATURZE OK. 100°C**

ŹRÓDŁO: PACK.CONSULT



**TONER TITON JEST ODPORNY NA TEMPERATURĘ ZGRZEWU,
W PRZECIWIENSTWIE DO KONWENCJONALNYCH SUCHYCH TONERÓW,
KTÓRE MAJĄ NIEWYSTARCZAJĄCĄ ODPORNOŚĆ NA ZGRZEWANIE, GDY SĄ
UŻYWANE W OPAKOWANIACH GIĘTKICH, CO WIDĄC NA TYM ZDJĘCIU**

ŹRÓDŁO: PACK.CONSULT

podgrzewany watek. Tworzy w ten sposób obrazową i w pełni regulowaną warstwę transferową dla folii wykańczającej, która dzięki temu może przywrzeć do podłoża.

WIĘKSZA TRWAŁOŚĆ DZIĘKI TONEROWI ECO

Innowacyjny postęp w procesie drukowania suchym tonerem jest związany z poprawą jego zrównoważonego charakteru dzięki nowej generacji tonera ECO. Zalety, jakie nowa żywica użyta do tego celu oferuje podczas produkcji, wpływają na bardziej ekologiczny charakter całego procesu drukowania suchym tonerem.

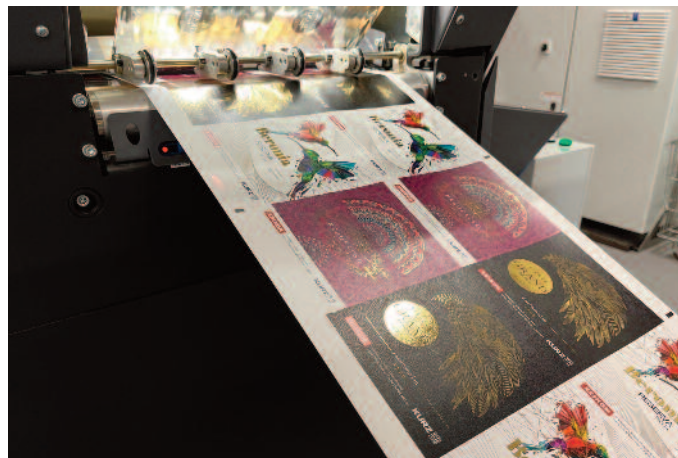
W zmodyfikowanym procesie produkcji tonera ECO ok. 60 proc. poliestru pochodzi z wcześniej zebranych, oczyszczonych, przezroczystych butelek PET, które zostały poddane procesowi recyklingu chemicznego, aby stworzyć żywicę tonera ECO o takich samych właściwościach, składzie i czystości jak żywica na bazie paliw kopalnych, ale o zmniejszonym śladzie węglowym.

Żywica staje się jeszcze bardziej zrównoważona dzięki wprowadzeniu dodatkowych odnawialnych monomerów wraz z ponownie





W POKAZANYM TUTAJ PROTOTYPIE MODUŁU DO WYKAŃCZANIA FIRMY KURZ NA PODŁOŻE DRUKOWE NAKŁADANA JEST FOLIA DO WYKOŃCZEŃ ŹRÓDŁO: XEIKON



DOSTĘPNE SĄ RÓŻNE KOLOROWE FOLIE WYKOŃCZENIOWE DO USZLACHTNIANIA DRUKU ORAZ FOLIE HOLOGRAMOWE ŹRÓDŁO: XEIKON

wykorzystanymi monomerami pochodzącymi z oczyszczonych przezroczystych butelek PET, co zwiększa zawartość węgla z odzysku w żywicy do 66,9 proc.

Jako że żywica stanowi największą część receptury tonera, taka zmiana ma znaczący wpływ na zrównoważony rozwój procesu drukowania suchym tonerem. Xeikon twierdzi, że dzięki zastosowaniu tonera ECO ślad węglowy procesu drukowania suchym tonerem zmniejsza się o 10 proc.

CZEGO WYMAGA RYNEK?

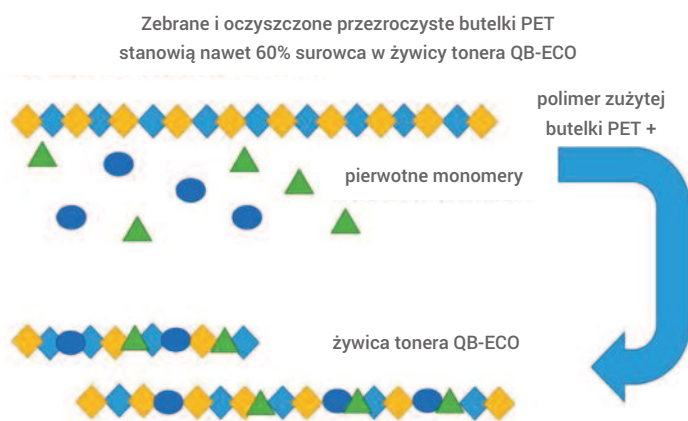
Xeikon wprowadza na rynek swoje innowacje i wykorzystuje potencjał w zakresie wynalazczości w momencie, gdy proces drukowania suchym tonerem musi silniej niż dotychczas konkurować z innymi procesami druku cyfrowego. Mają one spełniać oczekiwania

środowiska rynkowego, które wymaga większej elastyczności w dostarczaniu etykiet i opakowań, skrócenia terminów realizacji zamówień i większej sprawności, a także możliwie najkrótszego czasu dostaw produktów dokładnie w zamówionej ilości. W tej sytuacji dla wielu przetwórców odpowiedzią są wyższe prędkości drukowania i wyższa produktywność. Dzięki nowej, szybszej maszynie LX3000 z suchym tonerem Xeikon również ma wiele do powiedzenia.

Rozszerzenie procesu suchego tonera na nowe obszary zastosowań zwiększa jego atrakcyjność. Wytwórcy zyskują możliwość zaoferowania rynkowi szerokiego portfolio produktów. A zyskanie większych perspektyw rynkowych – dzięki wejściu w sektor druku cyfrowego lub dodaniu nowej technologii w drukarni – ułatwia podjęcie decyzji o inwestycjach w nowe technologie maszynowe.

Xeikon przywiązuje dużą wagę do poprawy poziomu ekologiczności procesu drukowania suchym tonerem. Większe zrównoważenie zwiększa akceptację procesu na rynku w czasach, gdy idea zrównoważonego rozwoju staje się coraz ważniejsza. Z punktu widzenia firmy Xeikon nowo opracowany toner ECO już teraz stanowi ważny element w uczynieniu procesu bardziej ekologicznym.

Kwestie ekologii wymagają przejrzystości, aby możliwe stało się porównanie technologii. Xeikon pracuje obecnie nad narzędziem porównawczym, które pokazuje, jak duży jest ślad węglowy każdego procesu druku cyfrowego. Porównanie odbywa się w określonych warunkach, a Xeikon zaprasza do udziału w nim producentów maszyn drukarskich i inne zainteresowane strony. Jest to narzędzie, które zapewni osiągnięcie najwyższej możliwej przejrzystości podczas oceny procesów druku cyfrowego w odniesieniu do ich zrównoważonego rozwoju.



60% MASY ODZYSKANEGO SUROWCA DO PRODUKCJI ŻYWICY TONEROWEJ POCHODZI Z WCZEŚNIEJ ZEBRANYCH I OCZYSZCZONYCH PRZEZROCZYSTYCH BUTELEK PET

ŹRÓDŁO: XEIKON

Dieter Finna
Tłumaczenie: TK

AGFA OFFSET SOLUTIONS TO TERAZ ECO3

**NOWA NAZWA.
TA SAMA DOSKONAŁA JAKOŚĆ
I OBSŁUGA.**

ECO3 (wcześniej Agfa Offset Solutions) jest wiodącym światowym dostawcą systemów przygotowalni poligraficznej. Drukarnie akcydensowe, dziełowe, gazetowe i opakowaniowe polegają na nas w zakresie najszerszej gamy zintegrowanych rozwiązań od płyt offsetowych i systemów CtP, poprzez oprogramowanie do zarządzania przepływem prac i procesu drukowania, po środki chemiczne dla drukarń.

Nasze rozwiązania mają na celu zapewnienie wyższej wydajności, niższych kosztów i bardziej ekologicznych procesów na każdym etapie reprodukcji poligraficznej

www.ECO3.com

**YOU
PRINT.
WE
CARE.**

CO ZNAJDOWANIE BŁĘDÓW W PROCESIE PRZYGOTOWANIA I DRUKU MA WSPÓLNEGO Z ZAPOBIEGANIEM POWSTAWANIU ODPADÓW

Systemy kontroli druku pomagają drukarniom produkować w sposób bardziej zrównoważony

Branża drukarska nie zawsze cieszy się najlepszą reputacją w zakresie zrównoważonego rozwoju. Nadmierne zużycie zasobów, nadprodukcja oraz niewłaściwe wykorzystanie materiałów, takich jak papier, farby czy energia, stanowią tylko część wyzwań. W obliczu rosnącego kryzysu klimatycznego istnieje potrzeba radykalnego zmniejszenia emisji i zużycia zasobów przez przemysł. Jak więc branża drukarska może przyczynić się do redukcji swojego wpływu na środowisko? Istnieje wiele podejść, ale kluczową kwestią jest to, w jaki sposób i jak szybko zaangażowane podmioty mogą dokonać przejścia na możliwie najbardziej przyjazną dla środowiska produkcję.

ENERGOOSZCZĘDNA PRODUKCJA I TRANSPORT

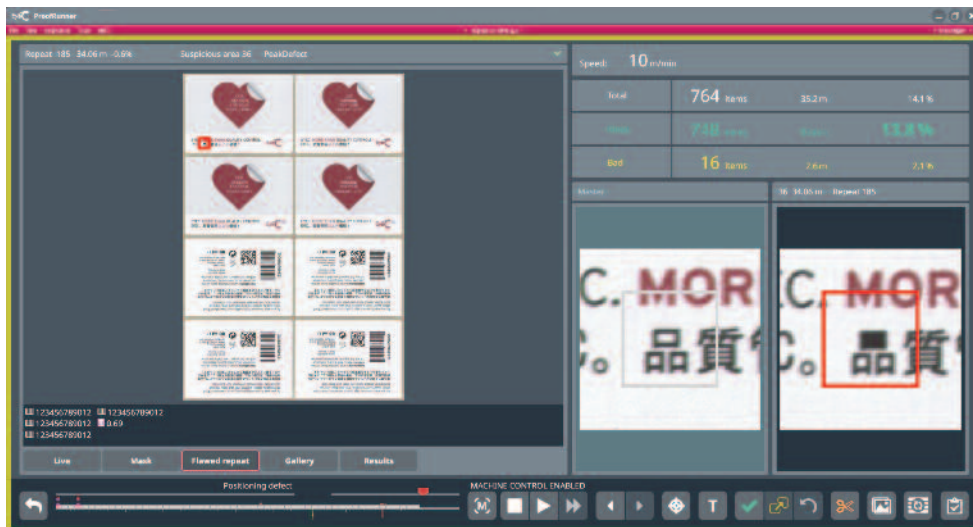
Jednym ze sposobów na bardziej zrównoważoną produkcję jest ciągły wzrost efektywności energetycznej. Produkcja maszyn drukarskich opartych na energooszczędnym

technologiach stanowi krok naprzód i pomaga drukarniom oszczędzać zasoby. Optymalizacja procesów produkcyjnych, wykorzystanie materiałów nadających się do recyklingu i z recyklingu oraz poprawa logistyki istotnie przyczyniają się

do oszczędzania energii i zasobów. Na przykład zoptymalizowany transport surowców i gotowych produktów do druku, a także dobrze przemyślane trasy transportowe zmniejszają emisję CO₂.

PROJEKTOWANIE Z MYŚLĄ O ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJU

Chociaż przemysł drukarski w coraz większym stopniu wykorzystuje papier z recyklingu – około 100 proc. w druku gazet – udział papieru z recyklingu można jeszcze zwiększyć w wielu obszarach. Zachęcanie klientów do wyboru bardziej przyjaznych dla środowiska rozwiązań może znacząco zmniejszyć ślad ekologiczny. Odpowiednie przygotowanie do druku pomaga w oszczędzaniu zasobów poprzez zrównoważone pro-



System inspekcji EyeC ProofRunner rozpoznaje błędy druku poprzez sprawdzenie obrazu wydrukowanego produktu

jekty. Unikanie marnotrawstwa jest kluczowym celem, np. poprzez zoptymalizowany projekt opakowania, użycie mniejszych formatów lub układ wydruku, który optymalnie wykorzystuje surowiec. Są to małe, niezauważalne, ale niezwykle skuteczne środki, które umożliwiają bardziej zrównoważony rozwój od samego początku procesu drukowania. Efektywne zarządzanie oraz stosowanie przyjaznych dla środowiska farb drukarskich i chemikaliów w produkcji ma również istotne znaczenie.

Automatyzowane systemy kontroli już na etapie tworzenia grafiki mogą zapobiec nieprawidłowościom przed dotarciem materiałów do drukarni. Podatną na błędy ręczną korektę i sprawdzanie poszczególnych wersji można szybko i skutecznie zastąpić rozwiązaniem programowym takim jak EyeC Proofer Graphic

UNIKANIE ODPADÓW

Automatyzowane systemy kontroli już na etapie tworzenia grafiki mogą zapobiec nieprawidłowościom przed dotarciem materiałów do drukarni. Podatną na błędy ręczną korektę i sprawdzanie poszczególnych wersji można szybko i skutecznie zastąpić rozwiązaniem programowym takim jak EyeC Proofer Graphic. Wady takie, jak błędy typograficzne, różnice kolorystyczne, nieprawidłowe kody (kody kreskowe, QR lub DM), brakujący tekst lub obrazy, są niezawodnie wykrywane przez systemy inspekcji EyeC. Systemy inspekcji EyeC ProofRunner na maszynach drukujących czy wykańczających pozwalają wykryć błędy w procesie drukowania i finishingu, umożliwiając szybką interwencję i minimalizację strat. Zapobiega to odrzuceniu całych nakładów z powodu wad. Połączenie w sieć maszyny drukującej i postpress w tzw. *workflow*, jakim jest system EyeC Quality Link, umożliwia również etykietowanie i specjalne sortowanie wszelkich wad wykrytych podczas drukowania. Wadliwe etykiety są wymieniane, nie ma po-

trzeby utylizacji całej rolki z pojedynczymi defektami. Ograniczenie odpadów jest znaczne, zwłaszcza w przypadku dużych nakładów druku.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POPRZEZ INSPEKCJĘ

Zastosowanie systemów kontroli EyeC pozytywnie wpływa na zrównoważony rozwój produkcji, redukcję odpadów, poprawę efektywności energetycznej oraz ogólną jakość produktu. Pomaga zapewnić niezmien-

nie wysoką jakość druku i spójność produktu w całym procesie produkcji. W połączeniu z innymi środkami, takimi jak wykorzystanie zrównoważonych materiałów czy optymalizacja procesów produkcyjnych, wspierają one przejście branży poligraficznej na bardziej zrównoważoną ścieżkę.

O FIRMIE EYEC

Firma EyeC, założona w Hamburgu w 2002 roku, jest pionierem w zapewnianiu jakości produktu na każdym etapie drukowania. Portfolio obejmuje oprogramowanie do kontroli poprawności grafiki dla działów *prepress* oraz systemy inspekcji *print-to-file*, umożliwiając stuprocentową kontrolę jakości produktów poligraficznych. Dzięki rozwiązaniom EyeC drukarnie mogą działać bardziej efektywnie i świadomie, minimalizując swój wpływ na środowisko.

Opracowano na podstawie materiałów firmy EyeC

100% jakości dla całego procesu drukowania

Proofer Graphic



Kontrola przygotowania do druku

ProofRunner



100% kontroli (inline)

Proofer



Wydruk próbki i kontrola towarów przychodzących

Kontrola jakości druku od grafiki do wydrukowanej próbki – z jednego źródła.

OSTRZEŻENIE DLA POLSKIEGO RYNKU ETYKIET

Nie przegapmy swojej szansy

Podczas tegorocznych targów Labelexpo Europe 2023, które odbyły się we wrześniu w Brukseli, nie brakowało nowoczesnych, innowacyjnych rozwiązań producentów z całego świata. Udział w takich wydarzeniach pozwala poszerzyć perspektywę postrzegania rynku oraz zobaczyć, w jakich kierunkach zmierza on nie tylko w Europie, ale na całym świecie.

OBSERWACJE Z TARGÓW LABELEXPO – TECHNOLOGICZNY PODZIAŁ RYNKU PRODUKCJI ETYKIET SAMOPRZYLEPNYCH NA ŚWIECIE

Poza wieloma zachwykami technologicznymi targi Labelexpo przyniosły bardzo zaskakujący i intrygujący wniosek, który wyraźnie wskazuje obecny podział technologiczny rynku produkcji etykiet. Jest on zdominowany przez trzy technologie: druk cyfrowy, semirotacyjny druk offsetowy oraz rotacyjny druk fleksograficzny. Dlaczego jest to zaskakujące? Ponieważ w polskim przemyśle etykiet powszechnie funkcjonują tylko dwie, równorzędne technologie – druk fleksograficzny oraz druk cyfrowy.

Spora ilość producentów, którzy zdecydowali się zaprezentować swoje rozwiązania, pochodziła spoza Europy. Po wielu rozmowach

z przedstawicielami wszystkich wspomnianych technologii można było dojść do wniosku, że każdy z nich widzi dla siebie miejsce teraz i w przyszłości.

A JAK JEST NA NASZYM RODZIMYM RYNKU?

Polska niestety nie ma tak długiej historii w produkcji etykiet samoprzylepnych na roli, a okres, w którym rynek etykiet otworzył przed przedsiębiorcami nowe możliwości, był złotym okresem dla fleksografii. Stąd też tak mocno dominujący do dzisiaj segment druku fleksograficznego. Co prawda 20 lat temu etykieta wydrukowana w technologii flekso oraz średnie nakłady druku znacznie różniły się od obecnych standardów; to były czasy prostej i taniej etykiety w milionach sztuk. Stosunkowo tania siła robocza, duże nakłady i rozwijająca się technologia fleksograficzna pozwoliły nam uczynić z Polski jeden z bardziej liczących się rynków produkcyjnych masowej etykiety samoprzylepnej. Z jakiegoś powodu bardzo konsekwentnie pomijaliśmy królującą wtedy na świecie technologię semirotacyjnego druku offsetowego, oferującego możliwość drukowania etykiet premium w niskich nakładach. Co ciekawe, ta technologia nadal wykorzystywana na świecie była wciąż udoskonalana i rozwijana. Obecnie w Polsce, mimo wielu czarnowidzących opinii, nikt nie ma wątpliwości, że drukarnie offsetowe w druku arkuszowym bardzo dynamicznie się rozwijają. Zarówno maszyny, jak i sama technologia wciąż są udoskonalane. Mimo to rynek etykiet w Polsce pozostaje dość hermetyczny. Każdy z wypiekami na twarzy przygląda się dynamicznej ekspansji technologii druku cyfrowego i temu, jak odnalazł swoje miejsce wśród innych technologii. Kolejnym faktem jest to, że nakłady etykiet samoprzylepnych w ciągu ostatnich 10 lat spadły dramatycznie. Robimy, co w naszej mocy, aby druk fleksograficzny nadal się optacał. Wydawać by się mogło, że druk cyfrowy może nas uratować w obszarze krótkich nakładów, jednak wciąż dość wyraź-



**WIELE DZISIEJSZYCH ROZWIĄZAŃ OFFSETOWYCH JESZCZE
BARDZIEJ RÓŻNI SIĘ TECHNOLOGICZNIE OD PIERWSZYCH MASZYN
TEGO TYPU NA ŚWIECIE NIŻ MA TO MIEJSCE W PRZYPADKU MASZYN
FLEKSOGRAFICZNYCH. WIELE ROZWIĄZAŃ ZAIMPLEMENTOWANYCH W TEJ
TECHNOLOGII WCIAŻ JESZCZE JEST W POWIĄKACH W OBSZARZE FLEKSO**



TWÓJ
DOŚWIADCZONY
DOSTAWCA

www.graw.pl
graw@graw.pl

nie rysuje się górna granica opłacalności technologii cyfrowej. I mimo ciągłego dążenia do zbliżenia tych dwóch granic – dolnej flekso i górnej cyfry – wciąż mamy dość dużą przestrzeń pomiędzy, w której brakuje wykorzystania w Polsce opłacalnej technologii. Na światowym rynku tej przerwy nie ma, ponieważ jest ona wypełniona przez technologię semirotacyjnego druku offsetowego. Ta technologia, mimo że jest doskonale zakotwiczona na świecie, wciąż pokazuje nowe możliwości, znajduje wielu fanów i odnajduje się w nowych wyzwaniach. Widać to było dobrze właśnie na targach Labelexpo 2023.

Co zatem determinuje zamknięcie polskich producentów etykiet na ogólnodostępne, opłacalne rozwiązania? Czy mamy jeszcze na tyle otwarte głowy, aby spojrzeć trochę dalej i podejmować decyzje oparte na kalkulacjach, a nie na trendach? Czy jednak wyścig z sąsiadem lub konkurentem, kto ma najnowszą i najmodniejszą maszynę, będzie trwał w najlepsze?

WEŹMY POD LUPE OFFSET SEMIROTACYJNY

Z przemysłowego punktu widzenia wszystkie maszyny drukujące etykiety (głównie offsetowe i fleksograficzne) ewoluują w kierunku znacznie bardziej zautomatyzowanych i cyfrowych procesów produkcyjnych. Oferują szybkie zmiany, zautomatyzowany *workflow*, kontrolę stabilności, większą produktywność, niższe zużycie energii, automatyczny register, zintegrowaną inspekcję, minimalizację potrzeb zmiany kolorów itp. Znamy to z obszaru maszyn fleksograficznych, jednak tym samym kierunkom podlega obszar semirotacyjnych maszyn offsetowych.

Offset semirotacyjny przeszedł w ostatnich latach bardzo dużą transformację w tych obszarach. Obecnie tego typu ulepszenia standaryzują się, co pozycjonuje ten system druku jako jeden z najbardziej dochodowych i wydajnych, zwłaszcza w krótkich seriach produkcji etykiet.

Wiele dzisiejszych rozwiązań offsetowych jeszcze bardziej różni się technologicznie od pierwszych maszyn tego typu na świecie niż ma to miejsce w przypadku maszyn fleksograficznych. Wiele rozwiązań zaimplementowanych w tej technologii wciąż jeszcze jest w powijakach w obszarze flekso. Weźmy na przykład druk rozszerzonym gamutem, który w technologii offsetowej jest już standardem, a we fleksografii tylko garstka najodważniejszych eksperymentuje w tej dziedzinie. To samo w obszarze standaryzacji i stabilizacji kolorystycznej.

Wymieńmy choć kilka z tych automatyzacji i ulepszeń:

- Automatyzacja parametrów farby i druku i zapisywanie tych ustawień do przyszłych powtórzeń.
- Chłodzone wałki/układy farbowe utrzymujące farbę w stałej temperaturze, niezależnie od otoczenia.
- Energooszczędne suszenie UV LED, sprawdzone w przypadku farb offsetowych.
- Prosta przygotowalnia offsetowa i dzisiejsze CTP umożliwiają rozpoczęcie produkcji w ciągu 15 minut od otrzymania pliku.
- Prosta wstęga w maszynie – najkrótsza możliwa droga wstęgi w obszarze roboczym, a co za tym idzie, najmniejsze odpady materiałowe, często mniejsze niż te związane z samoustawianiem i czyszczeniem głowic w maszynach cyfrowych.
- Niesamowity zakres materiałowy podłoży i ich wykończenia czy nawet jakości bez potrzeby np. primerowania.
- Najwyższa znana dzisiaj jakość i rozdzielczość druku, czyli maksimum szczegółów.
- Druk płaski – najmniejszy i najbardziej kontrolowany przyrost punktu rastrowego.
- Dwa powyższe punkty dają nam najlepsze możliwe przejście tonalne.
- Technologia drukowania zapewniająca najbliższy proofowi efekt druku.
- Brak dodatkowych narzędzi i wyposażenia typu tuleje drukowe czy wałki magnetyczne.
- Kompletny produkt w jednym przejściu niezależnie od typu uszlachetnienia czy wykończenia.
- Farby nie wymagają dalszej obróbki polegającej na powlekanii folią, laminacji czy lakierowaniu, a ich zakotwienie w materiale przewyższa inne technologie.

ZDROWYCH, SPOKOJNYCH I

Wesołych Świąt

SPĘDZONYCH
W GRONIE NAJBLIŻSZYCH

ŻYCZY ZESPÓŁ

GRAW®





DZISIAJ W OBSZARZE SEMIROTACYJNEGO DRUKU ETYKIET JEST JUŻ DOSTĘPNA NAWET HYBRYDOWA TECHNOLOGIA OFFSETOWA BAZUJĄCA NA FARBACH WATERLESS, WAŁKU RASTROWYM I KOMORZE RAKLOWEJ

Mimo tych wszystkich i jeszcze wielu, wielu innych cech to nie one moim zdaniem są przyczyną sukcesu tej technologii na światowym rynku. Główny sukces zależy od sprawnej umiejętności liczenia, przede wszystkim pieniędzy. Jest to po prostu technologia, w której możemy wyprodukować najtaniej etykietę w przypadku 90 proc. dzisiejszych nakładów. I tylko przy okazji jest to również etykieta najwyższej jakości.

KIEDY KTÓRA TECHNOLOGIA? CZY MUSZĘ WYBRAĆ TYLKO JEDNĄ?

Mimo iż każda ze wspomnianych w tym artykule technologii ma swoje miejsce w przemyśle produkcji etykiet, to często, aby realizować zdecydowaną większość powtarzających się zamówień na rynku, jesteśmy w stanie wykorzystać tylko jedną z nich. Czasem musimy zrezygnować z pewnych aspektów wizualnych wydruku, czasem musimy poświęcić więcej czasu, aby przekonać klienta do akceptacji etykiety, a czasem musimy zrezygnować z części zarobku. Jednak prędko rozwijająca się drukarnia szuka przestrzeni do optymalizacji, czyli takich rozwiązań, które pomogą nam podzielić zamówienia pomiędzy nasze linie, aby każde zamówienie wykonać szybko i produktywnie.

Jeden z modeli konstrukcji parku maszynowego – nazwijmy go uniwersalnym – w większości przypadków pozwoli nam w nietypowej sy-

tuacji zrealizować każde zamówienie na każdej linii. Wtedy dążymy do tego, aby jakość i wygląd etykiet były podobne niezależnie od wybranej linii drukującej/produkującej etykiety. Drugi – nazwijmy go specjalistycznym – będzie koncentrował się na takim doborze maszyn i technologii, aby wydobyć jak największy potencjał z danej linii, ale w węższym obszarze produkcji. Jednak w obu tych przypadkach należy kalkulować i na co dzień dzielić zamówienia tak, by wyprodukować jak najlepszą etykietę w jak najniższej cenie. Tak właśnie należy dzielić nasz park maszynowy na dostępne obecnie technologie.

Może trochę liczb. Dzisiaj poza specjalnymi zastosowaniami druk cyfrowy wykorzystujemy najczęściej do nakładu 100-200 mb wstęgi i na pewno w tym obszarze się to opłaca. Jednak również w przypadku nakładu 1000 mb wiele drukarni nie widzi problemu z drukiem cyfrowym, „jeśli klient za to zapłaci”. Natomiast druk fleksograficzny na pewno będzie doskonałym rozwiązaniem dla nakładu powyżej 10 000 mb wstęgi. I tu także wiele drukarni decyduje się przyjąć zlecenie na nakład 1000 mb na maszynie fleksograficznej, licząc na ponowne zlecenie i ponowne użycie fotopolimerów oraz innych materiałów i narzędzi. Często po przeliczeniu wszystkich kosztów okazuje się, że zlecenie to zamiast przynosić firmie zyski przynosi straty, lecz realizuje się je z zamiarem utrzymania dobrych relacji z klientem. Natomiast technologia semirotacyjnego druku offsetowego jest najbardziej ekonomiczną i produktywną technologią w przemyśle od 300 mb do 8000 mb wstęgi. Z moich obserwacji rynku wynika, że nakłady w przedziale 500-5000 mb wstęgi stanowią większość wśród zleceń w polskich drukarniach etykiet, co wpisuje się w próg opłacalności dla semirotacyjnych maszyn offsetowych i czyni tę technologię najbardziej uniwersalną w dzisiejszych czasach.

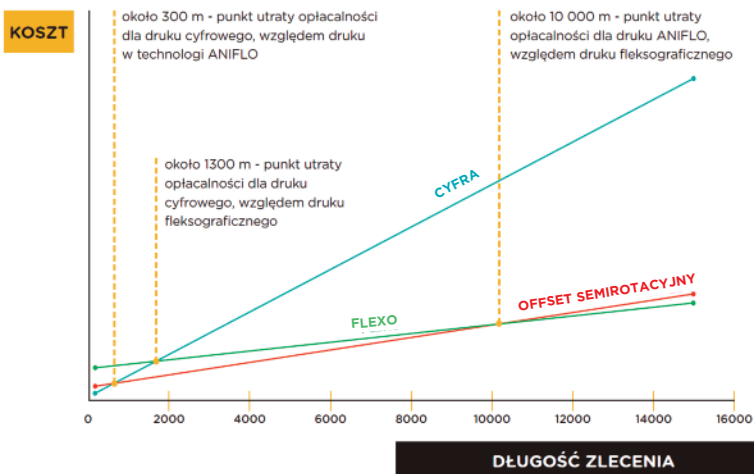
W niedalekiej przyszłości na świecie prawie każda drukarnia etykiet będzie posiadała linie fleksograficzną, offsetową i cyfrową. W Polsce zapewne fleksograficzną i cyfrową. Czy nasz rodzimy rynek otworzy się również na technologię semirotacyjnego offsetu? Mam nadzieję i tego Państwu życzę.

Jeśli technologia offsetowa cieszy się taką popularnością na rynku arkuszowym, to czy nie dlatego, że jest to bardzo konkurencyjna technologia, zarówno pod względem ceny, jak i jakości?

PORÓWNAJMY RYNEK POLSKI Z RYNKIEM ZACHODNIM

Innym sposobem na dostrzeżenie znaczenia semirotacyjnej technologii offsetowej jest spojrzenie na zachodni rynek etykiet, który jest często postrzegany jako punkt odniesienia w Europie i dobre porównanie z naszym lokalnym, polskim rynkiem pod względem wielkości, zastosowania i trendów. Bazując na francuskich badaniach dotyczących rynku etykiet, można zauważyć, że np. w Niemczech na jeden miliard metrów kwadratowych wydrukowanych rocznie etykiet przypada zainstalowanych prawie 50 semirotacyjnych ma-

TECHNOLOGIA SEMIROTACYJNEGO DRUKU OFFSETOWEGO JEST NAJBARDZIEJ EKONOMICZNĄ I PRODUKTYWNĄ TECHNOLOGIĄ W PRZEDZIALE OD 300 MB DO 8000 MB WSTĘGI



szyn offsetowych, podczas gdy w Polsce są to 2 takie maszyny. Dla krajów typu Francja czy Włochy, gdzie od dawna występuje duży rynek etykiet zamawianych w krótkich nakładach, na miliard m² etykiet rocznie mamy już ponad 70 takich maszyn.

Innymi słowy, w samych Niemczech, gdzie rynek etykiet jest najbardziej zbliżony do naszego rodzimego, jest 25 razy więcej semirotacyjnych maszyn offsetowych niż w Polsce w przeliczeniu na zadrukowany metr kwadratowy etykiet. To nie może być kwestia rynku!

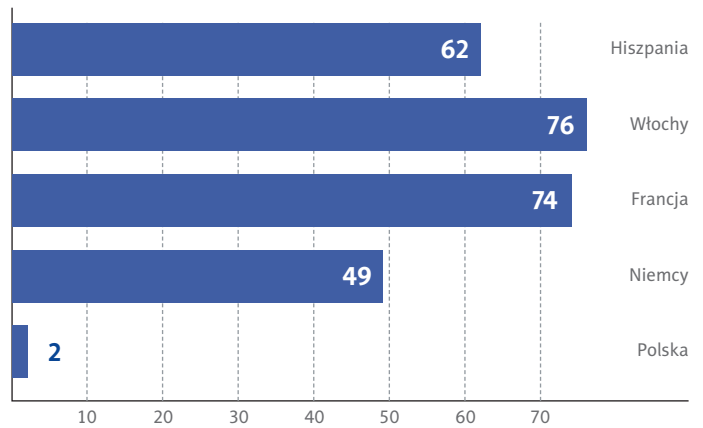
Jak można wytłumaczyć tak dużą różnicę?

Czy to dlatego, że nasza historia w druku etykiet jest krótsza i nie „zaczełliśmy” od semirotacyjnych maszyn typograficznych, które były bardzo popularne w latach 90. XX w. w całej Europie?

WEŹMY POD LUPĘ KAŻDĄ Z TECHNOLOGII – WADY I ZALETY FLEKSO, OFFSETU I CYFRY

Technologia cyfrowa jest obecnie postrzegana i promowana jako najprostsza w obsłudze i najszybsza w produkcji krótkich nakładów. Oczywiście tak dokładnie jest. Wszyscy wiemy, że jest ona także najbardziej lukratywna dla producentów maszyn z powodu „abonamentowego” podejścia sprzedażowego. Tu wciąż po sprzedaży maszyny można zarabiać na niej przez wiele lat. Warto więc inwestować pieniądze w sprzedaż i promocję tej technologii. Drukarnie wiedzą, że etykieta wydrukowana w technologii cyfrowej wymaga większych nakładów finansowych. Tu jednak mamy świadomość, że za taką etykietę płaci klient, a zarabiają na niej drukarnia i producent maszyny. Przygotowalnia teoretycznie nie występuje, choć w praktyce są pewnie stałe koszty, takie jak materiał, „kliki” za samo ustawienie maszyny, abonament serwisowy czy nierzadko czas potrzebny na ustawienie lub wyczyszczenie maszyny. Zazwyczaj mamy też duże ograniczenia podłoży i ciągły, regularny serwis, w przypadku którego czas reakcji jest kluczowy. To najwolniejsza w druku technologia, jednak najłatwiejsza do zautomatyzowania w obszarze całego systemu zamówienia i jego realizacji.

Technologia semirotacyjnego offsetu jest technologią w samym procesie drukowania analogową, choć dzisiaj w obszarze obsługi i przygotowania już zazwyczaj w pełni cyfrową. Wymaga bardziej wykwalifikowanego operatora niż w przypadku druku cyfrowego, jednak mniej wykwalifikowanego niż w przypadku druku fleksograficznego. Jest to na pewno jeden z elementów, który wywołuje obawy w drukarniach fleksograficznych. Każdy wie, że dobry operator jest na wagę złota, ale przecież mamy w Polsce bardzo dużo specjalistów od druku offsetowego. Koszt przygotowalni jest znikomy, ale występuje dla każdego zlecenia. Czas przygotowalni i uzbrojenia maszyny jest bardzo krótki – zazwyczaj dłuższy niż w przypadku druku cyfrowego, ale zdecydowanie krótszy w porównaniu z fleksografią. Można przyjąć, że koszty i czas przygotowalni są zdecydowanie bardziej zbliżone do technologii cyfrowej niż flekso. Nie mamy żadnych stałych abonamentów ani opłat za produkcję. Kupując maszynę offsetową, tak jak w przypadku maszyn fleksograficznych można na niej wykonać dowolną pracę w dowolnym czasie, pozostając niezależnym od producenta. Zaletą jest bardzo duży zakres podłoży, w tym także takich, których nie obsłużymy w technologii druku fleksograficznego. Szybkość drukowania plasuje się pomiędzy drukiem cyfrowym a fleksograficznym.



LICZBA MASZYN OFFSETOWYCH SEMIROTACYJNYCH
NA 1 MLD M² WYDRUKOWANYCH ETYKIET ROCZNIE

leżnym od producenta. Zaletą jest bardzo duży zakres podłoży, w tym także takich, których nie obsłużymy w technologii druku fleksograficznego. Szybkość drukowania plasuje się pomiędzy drukiem cyfrowym a fleksograficznym.

Technologia fleksograficzna jest najbardziej „analogową” technologią i najtrudniej kontrolowalną. Wymaga największego doświadczenia od operatora. Naprawdę trudno jest utrzymać powtarzalną produkcję, w tym również z punktu widzenia jakości i kolorystyki. Jest zarazem dzięki temu najbardziej przyjazna do eksperymentowania. Wymaga dużo lepszego planowania produkcji, dużo większego wyprzedzenia w działaniach i dużo trudniej korygować na bieżąco pojawiające się problemy. Mimo to dzięki swojej uniwersalności np. w obszarze farb, lakierów, klejów i łatwej możliwości zarządzania ilością transferowanej farby pozwala często uzyskiwać niesamowite efekty, niedostępne dla innych technologii. Jest to właśnie powodem „hybrydyzacji” pozostałych dwóch technologii poprzez wyposażanie tych linii w stacje fleksograficzne. Niestety, często ta hybrydyzacja pozbawia bazowych zalet te technologie, szczególnie cyfrową.

PODSUMOWANIE

Mam nadzieję, że artykuł pokazuje, jak przeplatają się te technologie, a zarazem jak są od siebie różne, jak dużo daje nam odpowiednie ich zrozumienie i mieszanie w ramach naszego parku maszynowego. Każda ma swoje unikatowe zalety i każda ma swoje słabości.

Jak każdemu Polakowi zależy mi, aby nasz rynek był konkurencyjny i miał jak najmniej ograniczeń i słabości w stosunku do światowych, konkurencyjnych rynków. W artykule zadaję wiele pytań, na które czytelnik sam sobie musi odpowiedzieć zgodnie ze swoim doświadczeniem i osobistymi odczuciami. Mam jednak nadzieję, że w niedalekiej przyszłości po raz kolejny udowodnimy samym sobie, że nasz rynek niczym nie odbiega od światowych trendów i możemy być dumni z technologii, które reprezentujemy.

Michał Brendzel

Dyrektor Handlowy firmy GRAW

ROZWIĄZANIA ODPOWIEDNIE DLA CAŁEGO SPEKTRUM FIRM

Laserowa technologia Highcon podbija polski rynek

Założona w 2009 r. w Izraelu firma Highcon zamieszła w ostatnich latach na rynku technologii cyfrowego wykrawania laserem. Dzięki digitalizacji procesu sztańcowania i bigowania umożliwiła bowiem opłacalną produkcję krótkich serii opakowań z tektury litej i falistej. O sukcesie firmy, konkurencyjnej przewadze laserowego cięcia na rynku opakowań, wyzwaniach na przyszłość i współpracy z firmą Digiprint – przedstawicielem Highcon na polskim rynku – rozmawiamy ze Shlomo Nimrodim, dyrektorem operacyjnym Highcon, oraz Alicją Bednarek z firmy Digiprint.

W PRZYSZŁYM ROKU ODBĘDĄ SIĘ TARGI DRUPA.

CZY FIRMA HIGHCON ZAMIERZA SIĘ NA NICH WYSTAWIĆ?

Shlomo Nimrodi: Z całą pewnością wystawimy się na drupie, gdzie mamy zarezerwowaną przestrzeń na stoisko. Chociaż wstrzymaliśmy prace nad rozwiązaniami do tektury falistej, jednak tematem przyszłorocznych targów będą opakowania kartonowe, a to jest nasze



główne pole działalności. Dlatego szykujemy nowości z tej okazji. Nie mogę za wiele zdradzić, powiem tylko, że w Düsseldorfie chcemy skupić się na rozwoju naszej strategii opartej na Przemysle 4.0.

JAKĄ POZYCJĘ HIGHCON ZAJMUJE OBECNIE NA RYNKU OPAKOWANIOWYM?

S. N.: Highcon ugruntował swoją pozycję na rynkach pudełek składanych i opakowań z tektury falistej oraz ekspozytorów. Mamy ponad 80 instalacji, głównie na rynkach europejskim i północnoamerykańskim. Wśród nich około 25 proc. urządzeń zostało zainstalowanych u ośmiu klientów, co świadczy o dużej powtarzalności zakupów. Ten wskaźnik oznacza dwie rzeczy: po pierwsze, że rozwiązujemy problemy klientów, a po drugie, że robimy to dobrze.

Drugim wskaźnikiem jest rosnąca liczba prac realizowanych na naszych maszynach, którą potwierdza również regularny wzrost poziomu sprzedaży naszych materiałów eksploatacyjnych – czyli folii, polimerów do druku 3D oraz obciążów. Na wczesnym etapie swego rozwoju uznaliśmy, że sukces Highcon jest uzależniony od wsparcia partnerów strategicznych. Dlatego w ostatnich dwunastu miesiącach ogłosiliśmy nawiązanie partnerstw z dwiema dużymi firmami. Pierwszą jest Sealed Air, globalna korporacja o wartości 10 mld dolarów, która zakupiła maszyny Highcon, a dodatkowo zainwestowała w obligacje zamienne naszej firmy. Drugą z nich stała się firma BHS, wiodący dostawca rozwiązań dla przemysłu tektury falistej, produ-

Shlomo Nimrodi:
Highcon ugruntował swoją pozycję na rynkach pudełek składanych i opakowań z tektury falistej. Mamy ponad 80 instalacji, głównie na rynkach europejskim i północnoamerykańskim. Wśród nich około 25 proc. urządzeń zostało zainstalowanych u ośmiu klientów, co oznacza dużą powtarzalność zakupów

cent najszybszych i najbardziej wydajnych tekturNIC na rynku, który zamierza wykorzystać rozwiązania Highcon w swojej strategii Boxplant 2025, mającej na celu znaczące skrócenie czasu produkcji opakowań tekturowych.

OSTATNIO DOTARŁY DO NAS INFORMACJE, ŻE W FIRMIE HIGHCON POJAWIŁY SIĘ PROBLEMY KADROWE. CZY MOŻESZ WYJAŚNIĆ, O CO CHODZI?

S. N.: Spowolnienie na światowych rynkach zmusiło nas do podjęcia działań naprawczych. Nie ma dobrego czasu na zwalnianie ludzi, zwłaszcza dobrych pracowników, i to jeszcze w czasie wojny,

na sprzedaż, marketing i dystrybucję, a niewielkie na badania i rozwój. W naszym przypadku jest dokładnie odwrotnie. Każde wejście na nowy rynek jest dla nas ogromnym wyzwaniem, oznacza konieczność zatrudniania ludzi, prowadzenia szkoleń, zapewniania serwisu oraz działań marketingowych. To dlatego szukamy silnych partnerów strategicznych.

Zresztą to samo dotyczy dystrybutorów na lokalnych rynkach. W Polsce ściśle współpracujemy z firmą Digiprint, jednym z największych, jeśli nie największym, dystrybutorem HP Indigo na tym terenie, która teraz poświęca wiele uwagi na wdrażanie rozwiązań Highcon w polskiej branży opakowań. Jesteśmy z niej bardzo zadowoleni i mam nadzieję, że dopiero się rozgrzewamy. Prawda, Alicjo?



GDY KUPUJESZ NASZĄ PLATFORMĘ, WÓWCZAS OTRZYMUJESZ W PAKIECIE OPROGRAMOWANIE O NAZWIE ESKO TILIA PHOENIX. CO TEN KAWAŁEK OPROGRAMOWANIA ROBI DLA CIEBIE JAKO MENEDŻERA FABRYKI? PRZEGLĄDA TWÓJ DZIENNY KOSZYK ZAMÓWIEŃ, ANALIZUJE KAŻDE ZLECENIE, KAŻDY PLIK DXF, PO CZYM MÓWI CI, JAK ZMAKSYMALIZOWAĆ WYDAJNOŚĆ ZAKŁADU, KTÓRE ZLECENIA NALEŻY SKIEROWAĆ NA KONWENCJONALNĄ SZTANCĘ, A KTÓRE NA MASZYNĘ HIGHCON

w którą Izrael został ostatnio wciągnięty. Ale na tym polega zarządzanie firmą: na podejmowaniu trudnych decyzji w niespokojnych czasach.

Naszym głównym celem jest obecnie przywrócenie dodatniego wyniku finansowego. Uważam, że realizujemy solidny plan, który nam to umożliwi, obejmujący m.in. ogłoszenie partnerstwa z BHS, restrukturyzację naszego bankowego zadłużenia, pozyskanie środków inwestycyjnych od naszych czołowych akcjonariuszy i z nowych źródeł. W ten sposób powiększyliśmy nasz majątek o miliony dolarów, a jeśli dodać do tego tymczasowe zamrożenie jednego z naszych dużych przyszłych projektów, to w sumie zyskaliśmy jakieś 16-17 mln dolarów zabezpieczenia w gotówce, które pozwoli nam wrócić na ścieżkę wzrostu.

W wyniku redukcji zatrudnienia tymczasowo wstrzymaliśmy pracę nad nowym rozwiązaniem przeznaczonym dla rynku tektury falistej. Nie ma to żadnego wpływu na nasze zaangażowanie w istniejące projekty, które stanowią ok. 40 proc. naszych zobowiązań.

MÓWISZ O WSPÓŁPRACY Z FIRMAMI SEALED AIR I BHS. CZY UWAŻASZ, ŻE UŁATWI WAM ONA EKSPANSJĘ NA ŚWIATOWYCH RYNKACH?

S. N.: Gdy przyjrzymy się koncernom takim jak Bobst, Koenig & Bauer albo innym wielkim spółkom, zobaczymy ogromne wydatki

Alicja Bednarek, Digiprint: To prawda. Rynek opakowaniowy stale ewoluje i mam wrażenie, że również w Polsce zaczyna poszukiwać rozwiązań, które pozwolą zaoszczędzić pieniądze oraz czas klientów, ponieważ coraz częściej realizują oni mniejsze zamówienia niż w przeszłości. Obecnie Highcon ma w Polsce trzy systemy: w firmie UDS do przetwarzania tektury falistej, głównie na potrzeby rynku ekspozytorów; w AN Studio do cyfrowego sztancowania materiałów z kartonu, a niebawem zakończymy instalację u kolejnego producenta opakowań w województwie zachodniopomorskim, który posiada drukarnie w kilku krajach. Nie wiem, czy mogę już zdradzić, u kogo konkretnie, dlatego zachęcam do śledzenia informacji w mediach branżowych. Wydaje mi się, że nasi dotychczasowi klienci stanowią dowód na to, że druk cyfrowy i generalnie rozwiązania cyfrowe dla rynku poligraficznego nie są już pieśnią przyszłości. Minęły czasy, kiedy firmy myślały o maszynach bazujących na technologii cyfrowej jako rozwiązaniu gorszym bądź mniej wydajnym. Firmy, z którymi współpracujemy, są najlepszym przykładem, że przemysłowa cyfrowa poligrafia dzieje się tu i teraz, i że właśnie jest doskonały moment, aby zacząć te rozwiązania implementować w swoich drukarniach. Niezależnie od tego, czy będzie to druk cyfrowy, czy *finishing* cyfrowy.

Ze swojej strony mogę jeszcze dodać, że z firmą Highcon współpracuje nam się rewelacyjnie, również dzięki Moti Vakninowi, który jest

Alicja Bednarek, Digiprint: Rynek opakowaniowy stale ewoluuje i mam wrażenie, że również w Polsce zaczyna poszukiwać rozwiązań, które pozwolą zaoszczędzić pieniądze oraz czas klientów, ponieważ coraz częściej realizują oni mniejsze zamówienia niż w przeszłości

przedstawicielem Highcon w regionie EMEA. Nie sposób nie docenić jego wkładu w rozwój technologii Highcon na polskim rynku.

SHLOMO, PRZEZ PIERWSZE LATA HIGHCON KIEROWAŁ SWOJĄ UWAGĘ NA RYNEK DRUKU KOMERCYJNEGO. PO TWOIM PRZYJŚCIU DO FIRMY W 2019 R. ZAPADŁA DECYZJA O SKONCENTROWANIU SIĘ NA PRODUKCJI ROZWIĄZAŃ DLA PRODUCENTÓW OPAKOWAŃ TEKSTUROWYCH. BYŁO WARTO?

S. N.: Po podjęciu decyzji, że odchodzimy od druku komercyjnego na rzecz pudełek składanych i opakowań z tektury falistej, musieliśmy całkowicie zmienić naszą organizację i strategię sprzedaży, strategię cenową oraz model biznesowy. Jednak w obecnej chwili mogę z pełnym przekonaniem powiedzieć, że odnieśliśmy sukces, choć przed nami jeszcze długa droga.

Tym, co oferują systemy Highcon, jest zastąpienie produkcji wykonywanej przez konwencjonalne wycinarki technologią cyfrową, które umożliwia znaczne skrócenie nakładów, zwiększenie efektywności kosztowej oraz przyspieszenie procesów produkcyjnych. Zyski, jakie zapewnia ona drukarniom komercyjnym produkującym wizytówki, broszury oraz materiały marketingowe, są znikome. W świecie

dobrych inwestycyjnych liczą się Wskaźniki Rentowności Inwestycji (ROI). W finishingu opakowań wyeliminowanie konwencjonalnych sztańc i skrócenie procesu produkcyjnego dzięki technologii laserowej zapewnia znacznie wyższy poziom ROI – oraz rozwiązuje poważniejsze problemy rynków wschodzących. A to uzasadnia sens inwestowania w takie urządzenia.

Klienci oczekują dzisiaj od firm takich jak Mondelez, Procter & Gamble czy Nestlé, by były zrównoważone, zdolne do szybkiej reakcji na zmieniającą się dynamikę rynku, a dodatkowo zapewniały usługi druku na żądanie, realizacji zleceń niskonakładowych na wiele SKU oraz skrócenia czasu narządu urządzeń. Zaspokojenie tych oczekiwań dzięki technologii konwencjonalnej jest trudne. Nasza filozofia nie zakłada jej zastąpienia, ale zaoferowanie klientom odpowiedniego narzędzia do konkretnych typów zleceń. Jeśli jesteś właścicielem zakładu produkcyjnego, który realizuje coraz więcej zleceń, wówczas skorzystanie z rozwiązań Highcon wydaje się bardziej opłacalne.

Gdy kupujesz naszą platformę, wówczas otrzymujesz w pakiecie oprogramowanie o nazwie Esko Tilia Phoenix. Co ten kawałek oprogramowania robi dla Ciebie jako menedżera fabryki? Przegląda Twój dzienny koszyk zamówień, analizuje każde zlecenie, każdy plik DXF, po czym mówi Ci, jak zmaksymalizować wydajność zakładu, które zlecenia należy skierować na konwencjonalną sztańc, a które na maszynę Highcon. W efekcie rozbudowanie parku maszynowego o nasze urządzenie uwalnia przy okazji potencjał maszyn konwencjonalnych, które można wykorzystywać do realizacji prac wysokonakładowych, podczas gdy zlecenia nisko- i średnionakładowe trafiają na maszynę cyfrową, co podnosi ogólną wydajność produkcyjną.

CZYLI W PRAKTYCE WASZE ROZWIĄZANIA SĄ ODPOWIEDNIE DLA CAŁEGO SPEKTRUM FIRM: OD MAŁYCH, BO IDEALNIE SPRAWDZAJĄ SIĘ PRZY REALIZACJI ZLECEŃ NISKONAKŁADOWYCH, PO DUŻE, BO ODCIĄŻAJĄ MASZYNY KONWENCJONALNE PRZEZNACZONE DO DUŻYCH ZLECEŃ?



SHLOMO NIMRODI: OBECNIE MAMY DWIE RODZINY PRODUKTÓW. PIERWSZĄ JEST EUCLID, DRUGĄ BEAM. W OBU PRZYPADKACH MAMY OSOBNE ROZWIĄZANIA DLA PUDEŁEK SKŁADANYCH ORAZ DLA TEKSTURY FALISTEJ (NAZYWAJĄCE SIĘ ODPOWIEDNIO: EUCLID 5 I EUCLID 5C ORAZ BEAM 2 I BEAM 2C, GDZIE LITERKA C OZNACZA CORRUGATED, CZYLI TEKSTURĘ FALISTĄ)



Shlomo Nimrodi: *Po podjęciu decyzji, że odchodzimy od druku komercyjnego na rzecz pudełek składanych i opakowań z tektury falistej, musieliśmy całkowicie zmienić naszą organizację i strategię sprzedaży, strategię cenową oraz model biznesowy. Jednak w obecnej chwili mogę z pełnym przekonaniem powiedzieć, że odnieśliśmy sukces*

S. N.: Właśnie tak. Wśród klientów, którzy jako pierwsi kupili maszyny Highcon, były firmy działające na rynku *web-to-pack*, takie jak amerykańskie BoxMaker czy Digital Room, by wymienić tylko kilka.

Web-to-pack to dla nas idealny cel, bo to tutaj technologia cyfrowa zapewnia największą wartość dodaną: przy niskonakładowej produkcji zróżnicowanego asortymentu, w druku na żądanie o bardzo krótkim terminie dostaw. Firmy z tego sektora nie chcą płacić za wykrojniki, które zwykle wykorzystywane są tylko raz. Znacznie trudniejszym celem są dla nas konwencjonalne firmy opakowaniowe, choć i tutaj mamy już swoje sukcesy jako dostawcy rozwiązań dla Schumacher Packaging, Pratt Industries czy polskiej firmy UDS, która produkuje ekspozytory z tektury falistej do punktów sprzedaży.

W świecie konwencjonalnych technologii unikatowy wykrojnik jest produkowany na potrzeby każdorazowego zlecenia. To oznacza jeden narząd dla jednej pracy. W przypadku świata cyfrowego możliwe jest wykonanie wykrojnika do kilku różnych prac przy jednym narzędziu – dzięki tzw. *gangingowi* – co w praktyce umożliwia nie tylko wyeliminowanie konwencjonalnego wykrojnika, który może kosztować setki dolarów, ale również pozwala realizować różne zlecenia w ramach jednego narzędzia. Mamy we Włoszech klienta, który w szczycie sezonu realizuje 300-400 prac miesięcznie na naszej maszynie, wykonując od 150 do 200 narzędzi. Widać zatem, jak znaczne oszczędności i jaką wydajność oferuje ta technologia pod względem kosztów, czasu dotarcia na rynek czy czasów realizacji zleceń.

A. B.: *Ganging* pomaga nam zapewnić optymalną impozycję użytkowników na wykrojniku. Dzięki temu możemy łączyć ze sobą różne

prace, wykorzystując miejsce oraz oszczędzając surowiec. Nie pozostawiamy wolnych przestrzeni i nasza produkcja staje się bardziej wydajna i efektywna. Wspomniane oprogramowanie Esko Tilia Phoenix oparte jest na sztucznej inteligencji, tak popularnym obecnie narzędziu, które wspiera producentów opakowań w tym, by ich produkcje były jeszcze bardziej efektywne.

JAKIE ROZWIĄZANIA OFERUJE OBECNIE HIGHCON?

S. N.: Obecnie mamy dwie rodziny produktów. Pierwszą jest Euclid, drugą Beam. W obu przypadkach mamy osobne rozwiązania dla pudełek składanych oraz dla tektury falistej (nazywające się, odpowiednio: Euclid 5 i Euclid 5C oraz Beam 2 i Beam 2C, gdzie literka C oznacza *corrugated*, czyli tekturę falistą). Euclid 5C jest bardzo popularną maszyną klasy podstawowej, odpowiednią dla małych i średnich firm zajmujących się przetwórstwem tektury falistej, w cenie zależnej od konfiguracji. Beam2C to większa maszyna przeznaczona przede wszystkim do produkcji displayów (taką kupiła polska firma UDS), zaś jej wersja 2C non-stop, także do tektury falistej, lepiej sprawdzi się w firmach opakowaniowych produkujących dłuższe nakłady, które nie chcą tracić czasu na wymianę palet.

DZIĘKUJĘ ZA ROZMOWĘ.

Rozmawiał Tomasz Krawczak

PIERWSZA INSTALACJA NA POLSKIM RYNKU

Scodix Ultra 6000 SHD w AN Studio

Scodix, dostawca rozwiązań druku cyfrowego dla branży graficznej, ogłosił sprzedaż swojej maszyny Scodix Ultra 6000 wyposażonej w technologię SHD do polskiej drukarni AN Studio. Jest to pierwsza instalacja najwyższej klasy maszyny do uszlachetnień wydruków Scodix B1 z technologią Smart High Definition na polskim rynku. Dzięki szerokiej gamie produktów, od opakowań po kalendarze i materiały POS, maszyna Scodix zapewni AN Studio elastyczność w uszlachetnianiu wielu produktów za pomocą ponad 10 efektów dekoracyjnych. Wszystkie są dostępne na jednej platformie, a uszlachetnienia zmieniają się od płaskich folii po wypukłe, błyszczące, wytłaczane tekstury i efekty holograficzne 3D.

Zakupione od polskiego dystrybutora, firmy Digiprint, urządzenie Scodix Ultra 6000, wyposażone w SHD Digital Enhancement Press technology, zapewnia wysoką jakość dzięki przetomowej technologii, która tworzy obraz uszlachetnienia w wysokiej rozdzielczości oraz ostre, wyraziste, delikatne detale, zapewniając przyciągające wzrok rezultaty – idealne dla szerokiego grona klientów AN, od marek po nabywców druku.

Właściciele AN Studio, Anna Jesiołkiewicz i Paweł Jesiołkiewicz, przypisują swoją decyzję o zainwestowaniu w technologię Scodix dwóm powodom: jej niesamowitym możliwościom uszlachetnienia i niezrównanym korzyściom dla środowiska. Scodix przekonał nas do swojego rozwiązania, ponieważ jako firmy kładącej nacisk na zrównoważony rozwój jej referencje środowiskowe nie mają sobie równych – stwierdza Anna Jesiołkiewicz. – Technologia cyfrowa eliminuje potrzebę stosowania metalowych matryc i szkodliwych chemikaliów, zapewniając korzyści produkcyjne, a także zmniejszając wpływ na środowisko. Tymczasem technologia Scodix SHD umożliwia nam realizację skomplikowanych projektów, co jest koniecznością w przypadku zastosowań, których wymagają nasi klienci. Doceniamy również możliwość łączenia różnych uszlachetnień w celu uzyskania naprawdę wyjątkowych projektów oraz efektów wizualnych.

Technologia Scodix SHD może być wykorzystywana do wielu celów. Jej możliwości uszlachetnienia mogą poprawić jakość opakowań, od produkcji kartonów po pudełka z tektury falistej, zadrukowane z jednej lub z obu stron. Format B1 Scodix ułatwia kompleksowe zastosowanie urządzenia dla opakowań, co oznacza, że dzięki urządzeniu Ultra 6000 można uzyskać znacznie większą efektywność produkcji dla wszystkich rozmiarów serii. Wydajność uszlachetnienia Scodix zapewnia szybsze wprowadzenie produktu na rynek, bez wydłużania czasu produkcji.



OD LEWEJ: SŁAWOMIR IWANOWSKI
– SCODIX WORLDWIDE CHANNEL DIRECTOR,
ANNA JESIOŁKIEWICZ I PAWEŁ JESIOŁKIEWICZ
– WŁAŚCICIELE AN STUDIO, SZYMON SYMONOWICZ
– DYREKTOR SPRZEDAŻY DIGIPRINT

Właściciele AN Studio: Technologia Scodix SHD umożliwia nam realizację skomplikowanych projektów, co jest koniecznością w przypadku zastosowań, których wymagają nasi klienci. Doceniamy również możliwość łączenia różnych uszlachetnień w celu uzyskania naprawdę wyjątkowych projektów oraz efektów wizualnych

Cyfrowa maszyna uszlachetniająca Scodix jest już gotowa do pracy poprzez szybką i bezproblemową instalację oraz integrację z naszymi procesami produkcyjnymi – dodaje Paweł Jesiołkiewicz. – Potrzebowaliśmy cyfrowej maszyny wykańczającej w formacie B1, a Scodix okazał się najatrakcyjniejszą opcją. Nie moglibyśmy być bardziej zadowoleni z jakości aplikacji, którą już widzimy w produkcji.

Dzięki niezależnie zweryfikowanym standardom zrównoważonego rozwoju Scodix pomaga klientom ograniczać ilość odpadów, oszczędzać energię i minimalizować ich wpływ na środowisko. Niedawne badanie Life Cycle Assessment wykazało, że Scodix oszczędza 80 proc. wody i 85 proc. emisji oraz energii w procesie uszlachetniania w porównaniu z tradycyjnym tłoczeniem na gorąco. Ponadto uszlachetnianie Scodix jest certyfikowane jako nadające się do recyklingu, a marki i producenci stosujący wykończenia Scodix zgodnie z protokołem kontroli WMU SBS-E mogą używać symbolu recyklingu FTC, ponieważ zastosowane podłoże jest również certyfikowane jako nadające się



do recyklingu. Ogólnie rzecz biorąc, dzięki uszlachetnianiu za pomocą Scodix proces ten jest siedmiokrotnie mniej szkodliwy dla klimatu.

Mark Nixon, wiceprezes Scodix ds. globalnej sprzedaży i marketingu, podsumowuje: *To kolejny pozytywny krok naprzód dla Scodix, ponieważ AN Studio, wiodący dostawca usług poligraficznych w Polsce, wybrał nasze rozwiązanie do zdobienia, aby sprostać wymaganiom rosnącego rynku opakowań. Zakup ten potwierdza przekonanie, że Scodix szybko staje się dostawcą technologii, która odróżnia firmy takie jak AN Studio od konkurencji.*

Urządzenie Scodix Ultra 6000 z technologią SHD jest piątą już instalacją urządzeń Scodix w Polsce zrealizowaną przez firmę Digiprint – mówi Szymon Symonowicz – dyrektor sprzedaży Digiprint i dodaje: Widzimy ogromny potencjał dla większej liczby instalacji cyfrowych rozwiązań do uszlachetniania Scodix ze względu na wymagania rynku i zmniejszające się nakłady.

Opracowano na podstawie materiałów firmy Scodix

NAJLEPSZA PŁYTA BEZPROCESOWA **KODAK SONORA XTRA3** DOSTĘPNA W FIRMIE AVARGRAF



WYSTARCZAJĄCO SZYBKA DLA NAJSZYBSZYCH NAŚWIETLAREK,
3X WIĘKSZY KONTRAST OBRAZU NIŻ SONORA X, MNIEJ WODY, MNIEJ ENERGII I MNIEJ ODPADÓW.
ODPORNĄ NA ZARYSOWANIA I AGRESYWNĄ CHEMIĘ NA MASZYNACH DRUKARSKICH.



WWW.AVARGRAF.PL

AVARGRAF SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ SPÓŁKA KOMANDYTOWA
UL. GAWOTA 2D, 02-830 WARSZAWA, TEL.: (22) 331 33 33, AVARGRAF@AVARGRAF.PL

PARTNER, KTÓRY TROSZCZY SIĘ O KAŻDY ASPEKT PROCESU ZAKUPOWEGO

InfoGraf

– pośrednik nie byle jaki

Każdy, kto zajmuje się pośrednictwem, niejednemu raz spotkał się ze zdaniem: „Po co mi pośrednik? Przecież ja to sobie sam przywiozę”. I wiem, że często jest taka pokusa, czy na pewno warto zapłacić pośrednikowi, czy jednak nie zrobić tego samemu. W dzisiejszych czasach, kiedy rynek maszyn poligraficznych staje się coraz bardziej konkurencyjny, rola pośrednika nabiera szczególnego znaczenia.

Dlatego chciałbym przybliżyć pracę firmy InfoGraf, która jest nie tyle pośrednikiem, ile bardziej przedstawicielem producentów maszyn dla poligrafii na polskim rynku.

CO WCHODZI

W ZAKRES NASZEJ PRACY?

W InfoGracie kładziemy nacisk na staranne selekcjonowanie maszyn, dbając o to, aby nasze propozycje były jak najlepszą odpowiedzią na potrzeby naszych klientów. Maszyny importowane przez naszą firmę od lat zdobywają uznanie na polskim rynku, co potwierdza trafność naszych decyzji zakupowych.

Nasz proces selekcji nie kończy się na wyborze maszyn. Dbamy o to, aby każda z nich spełniała wymogi formalne, posiadała niezbędne certyfikaty, a te były legalne. Świadomi jesteśmy, że złe dokumenty mogą stanowić poważny problem w razie wypadków, dlatego zawsze stawiamy na pewność i legalność.

Następnie przechodzimy do etapu tłumaczeń, przygotowując menu, instrukcje obsługi oraz opisy maszyn w języku polskim. Współpracujemy z tłumaczami języka chińskiego, co umożliwia nam skuteczną komunikację z technikami z Chin i dostosowanie instrukcji do polskich realiów.

Dopilnowanie produkcji i testów po zakończeniu produkcji, organizacja transportów oraz wszystkich wymaganych prawem dokumentów zarówno transportowych, jak i celnych – tym także zajmuje się firma InfoGraf, która posiada od lat opracowane procedury oraz sprawdzonych spedytatorów morskich i lądowych. To wszystko jest stawiane do dyspozycji naszych klientów.

Jednak najważniejszy w tym wszystkim jest fakt, że InfoGraf posiada swój serwis i to technicy InfoGrafu dokonują rozładunku maszyny, instalacji i uruchomienia oraz szkolenia z obsługi lub w razie potrzeby przylatuje technik z fabryki.

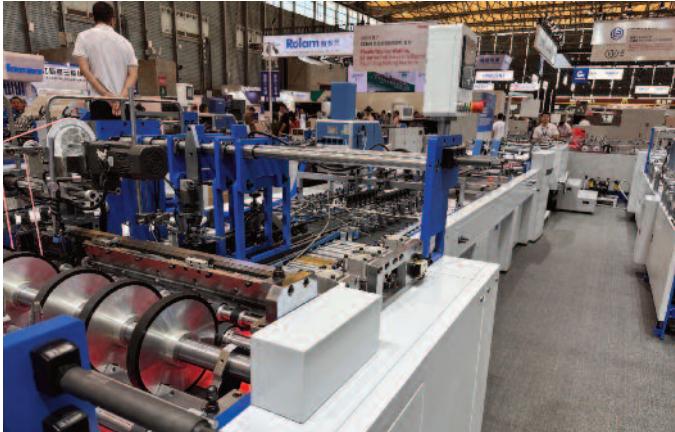
InfoGraf jest dostawcą i to on odpowiada za maszynę przed klientem, a nie odległa o kilka tysięcy kilometrów fabryka. InfoGraf obsługuje serwis gwarancyjny i pogwarancyjny. W magazynie InfoGrafu posiadamy części eksploatacyjne do dostarczanych maszyn, co pozwala na dostawę części od ręki.

Trzeba w tym miejscu nadmienić, że gwarancja, jaką dają fabryki z Chin, jest gwarancją tylko na części, natomiast za serwis maszyny trzeba zapłacić; trzeba też zapłacić za wizę, bilet na samolot, hotel oraz za pracę technika, a gdy nie mówi po angielsku, co często się zdarza, to i za tłumacza.

W INFOGRAFIE KŁADZIEMY NACISK

NA STARANNE SELEKCJONOWANIE MASZYN, DBAJĄC O TO, ABY NASZE PROPOZYCJE BYŁY JAK NAJLEPSZĄ ODPOWIEDZIĄ NA POTRZEBY NASZYCH KLIENTÓW. MASZYNY IMPORTOWANE PRZEZ NASZĄ FIRMĘ OD LAT ZDOBYWAJĄ UZNANIE NA POLSKIM RYNKU, CO POTWIERDZA TRAFNOŚĆ NASZYCH DECYZJI ZAKUPOWYCH





NASZ PROCES SELEKCJI NIE KOŃCZY SIĘ NA WYBORZE MASZYN. DBAMY O TO, ABY KAŻDA Z NICH SPEŁNIAŁA WYMAGI FORMALNE, POSIADAŁA NIEZBĘDNE CERTYFIKATY, A TE BYŁY LEGALNE. ŚWIADOMI JESTEŚMY, ŻE ZŁE DOKUMENTY MOGĄ STANOWIĆ POWAŻNY PROBLEM W RAZIE WYPADKÓW, DLATEGO ZAWSZE STAWIAMY NA PEWNOŚĆ I LEGALNOŚĆ

InfoGraf jest autoryzowanym importerem maszyn, jakie ma w swojej ofercie, posiada pełne wsparcie techniczne ze strony fabryki, ma dostęp do części oraz do wsparcia technicznego, gdy wymaga tego sytuacja. To wszystko jest stawiane do dyspozycji naszych klientów. Tak więc, jak widać, gdy nie ma na miejscu serwisu, ryzyko samodzielnego importu maszyny jest bardzo duże.

Innym niewątpliwym atutem naszej firmy jest fakt, że jej trzon stanowią ludzie z branży poligraficznej, którzy przez całe swoje życie zawodowe są z tą branżą związani. Ich wiedza i doświadczenie służą klientom, to pozwala na fachowe doradztwo w wyborze maszyn. Często uczestniczymy w rozwiązywaniu problemów technologicznych i to, jak na razie, z sukcesem.

Jako InfoGraf nie zamykamy się na obecne osiągnięcia. Cały czas poszukujemy nowych maszyn i innowacyjnych rozwiązań dla branży poligraficznej. Jesteśmy stałym bywalcem na targach branżowych, odwiedzamy wiele fabryk, sprawdzamy osobiście maszyny i urządzenia, testujemy je. Nieraz jesteśmy pierwszymi, którzy piszą o nowościach lub jako pierwsi dokonują instalacji nowych maszyn na rynku polskim.

Co ważne – jako sprawdzony dostawca maszyn dla poligrafii jesteśmy autoryzowaną dostawcą dla wiodących firm leasingowych, co, jak wiemy, często ułatwia procedury w pozyskaniu finansowania.

Uważam, że czasy zwykłych pośredników, którzy nie mają fachowego przygotowania branżowego, dawno minęły, a ryzyko samodzielnego importu jest naprawdę duże.

Na zakończenie roku 2023 chcielibyśmy serdecznie podziękować naszym klientom

za zaufanie oraz życzyć im jeszcze lepszego nadchodzącego roku. Z radością informujemy, że oferujemy naszym klientom atrakcyjne warunki leasingu na maszyny – 105,5 proc. w walucie euro lub 106,66 proc. w PLN. Służymy także pomocą w pozyskaniu finansowania pomostowego dla maszyn objętych dotacją.

*Wiesław Dawidowicz
Artykuł sponsorowany*

INFOGRAF TO NIE TYLKO POŚREDNIK – TO PARTNER, KTÓRY TROSZCZY SIĘ O KAŻDY ASPEKT PROCESU ZAKUPOWEGO, DOSTARCZAJĄC NIE TYLKO MASZYNY, LECZ TAKŻE PEWNOŚĆ, FACHOWE WSPARCIE I INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA



ROZBUDOWA MOCY PRODUKCYJNYCH DLA TEKTURY LITEJ METSÄ BOARD

Z potrójną mocą

W zintegrowanej wytwórni mas włóknistych i tektur Husum w Szwecji ukończono projekt zwiększenia mocy produkcyjnej dla tektury litej. Dzięki modernizacji maszyny do produkcji tektury 1 (BM1) roczna zdolność produkcyjna dla tektury litej (FBB) zostanie zwiększona o 200 tys. ton, do 600 tys. ton. Dzięki temu maszyna Husum BM1 stanie się największą i najnowocześniejszą maszyną do produkcji tektury w Europie i jeszcze bardziej wzmocni pozycję Metsä Board jako wiodącego europejskiego dostawcy tektur litych.

Zwiększenie mocy produkcyjnych dla tektury litej jest odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na materiały opakowaniowe wytwarzane z zasobów odnawialnych. Maszyna BM1 produkuje tektury lite, które mają obniżoną gramaturę, jednak wykazują takie same właściwości wytrzymałościowe, co oszczędza zużycie surowców i pomaga zmniejszyć ślad węglowy opakowań.

W ODPOWIEDZI NA ROSNĄCE ZAPOTRZEBOWANIE

Zwiększenie wydajności osiągnięto przez wydłużenie maszyny i zwiększenie wydajności suszenia. Rozbudowa maszyny to tylko

część szeroko zakrojonego projektu. W celu poprawy przetwarzalności tektury i zapewnienia stałej jakości wprowadzono ulepszenia również w innych partiach linii produkcyjnej. Powlekarkę poza maszyną zmodernizowano, tak aby dostosować ją do wyższych prędkości i większych tamborów. Jednocześnie logistyka transportu tamborów między maszynami do produkcji tektur, powlekarką, linią do powlekania ekstruzyjnego i nawijarką jest teraz w pełni zautomatyzowana. Oczekuje się, że pełna zdolność produkcyjna zostanie osiągnięta do końca 2025 r.

Zwiększając moce produkcyjne zakładu Husum, odpowiadamy na rosnące zapotrzebowanie na materiały opakowaniowe, które wspierają gospodarkę o obiegu zamkniętym. Pierwsza faza niedawno zakończonej modernizacji celulozowni Husum jeszcze zwiększyła produkcję energii pochodzenia biologicznego i efektywność energetyczną całej celulozowni. Pomaga to jeszcze bardziej zmniejszyć ślad węglowy naszych produktów, a także wspiera naszych klientów w osiąganiu ich celów w zakresie zrównoważonego rozwoju – mówi Mika Joukio, dyrektor generalny Metsä Board.

WSZECHSTRONNOŚĆ LEKKICH TEKTUR LITYCH

Dodatkowe moce produkcyjne zostaną skierowane głównie na rynki północnoamerykański i europejski, gdzie spodziewany jest dalszy wzrost popytu na lekkie tektury premium Metsä Board. Maszyna Husum BM1 produkuje wiodące na rynku lekkie tektury lite premium o gramaturze 175-355 g/m². Są one wykorzystywane do pakowania suchych i mrożonych produktów spożywczych, wyrobów czekoladowych, słodyczy, produktów farmaceutycznych i artykułów związanych z ochroną zdrowia, produktów do pielęgnacji urody, a także do zastosowań gastronomicznych i graficznych. *Najważniejszym wynikiem tego projektu dla naszych klientów będzie zwiększona dostępność zrównoważonych produktów o niskiej gramaturze, które pomagają zmniejszyć ślad węglowy opakowań. Maszyna BM1 wytwarza takie tektury jak Metsä Board Pro FBB Bright, Metsä Board Natural FBB, Metsä Board Pro FSB Cup i Metsä Board Natural*

PO ROZBUDOWIE MASZYNA BM1 STANIE SIĘ NAJWIĘKSZĄ I NAJNOWOCZĘNIEJSZĄ MASZYNĄ DO PRODUKCJI TEKTURY W EUROPIE



FOT. METSÄ BOARD

Maszyna Husum BM1 produkuje wiodące na rynku lekkie tektury lite premium o gramaturze 175-355 g/m², wykorzystywane m.in. do pakowania suchych i mrożonych produktów spożywczych

FSB Cup. W składzie tych popularnych i zaufanych produktów nie będzie żadnych zmian, po prostu będzie ich więcej i będą produkowane w jeszcze bardziej powtarzalny, przewidywalny i zrównoważony sposób – wyjaśnia Jonas Adler, kierownik ds. produktów z tektur litych w Husum.

NOWY WYMIAR WYDAJNOŚCI

Oprócz samej rozbudowy maszyny do produkcji tektury, zakres przedsięwzięć wpisanych w projekt rozbudowy w Husum jest o wiele szerszy. W porcie w Husum znajduje się obecnie tymczasowy magazyn do przechowywania gotowych produktów, aby uniknąć zakłóceń w dostawach, gdyż jesienią 2023 roku maszyna BM1 została zamknięta w związku z pracami nad rozbudową. Budowany jest również nowy magazyn przeznaczony do przechowywania tamborów wysyłanych do klientów w USA, gdzie popyt na lekkie tektury Metsä Board rośnie, ponieważ klienci starają się zastąpić plastik w swoich produktach opakowaniowych. *Wydajność to słowo, które najlepiej oddaje cel całego przedsięwzięcia. Wiele trudu włożono w to, aby cała organizacja pracy w zakładzie była jeszcze bardziej płynna i efektywna. Będziemy dysponować miejscami do tymczasowego przechowywania zwojów, aby spłaszczyć szczytową produkcję. Pojawi się również zautomatyzowana obsługa do umieszczania zwojów w kasetach według wymagań klientów na rynek amerykański – dodaje Jonas Adler.*

PRODUKCJA BEZ PALIW KOPALNYCH

Pod koniec 2022 r., w celu zwiększenia mocy produkcyjnych, w celulozowni Husum uruchomiono nowy kocioł sodowy i turbinę, które zaopatrują zakład w parę i dostarczają energię elektryczną z wykorzystaniem biosurowców. Oczekuje się, że łącznie zwiększą one produkcję energii elektrycznej o ok. 330 gigawatogodzin rocznie. Oznacza to wzrost samowystarczalności energetycznej zakładu o 30 proc., do ponad 80 proc. *Kocioł sodowy zapewnia stabilniejszą produkcję pary, co przekłada się na bardziej powtarzalny proces produkcji i jakość tektury. Lepszą jakość i powtarzalność procesu produkcji oznaczają dla naszych klientów powstawanie mniejszej ilości odpadów, więc jest to kolejna rzecz, dzięki której poprawiamy zrównoważony rozwój naszych produktów – przekonuje Jonas Adler.*



FOT. METSÄ BOARD

NAJWIĘKSZA W EUROPIE

Mierząca 213 m (po wydłużeniu o 54 m) i mająca wydajność 600 tys. ton rocznie unowocześniona maszyna BM1 w zakładzie w Husum będzie największą i najnowocześniejszą maszyną do produkcji tektury w Europie po osiągnięciu pełnej wydajności, co nastąpi w 2025 r. Za projektem stoi wykwalifikowany zespół 750 inżynierów i operatorów produkcji, którzy koncentrują się na dostarczaniu doskonałej jakości produktu i deklarują, że ta istotna część podróży Metsä Board do produkcji w 100 proc. wolnej od paliw kopalnych zakończy się sukcesem. AN

W PORCIE W HUSUM ZNAJDUJE SIĘ OBECNIE TYMCZASOWY MAGAZYN DO PRZECHOWYWANIA GOTOWYCH PRODUKTÓW, ABY UNIKNĄĆ ZAKŁÓCEŃ W DOSTAWACH, GDYŻ JESIENIĄ 2023 R. MASZYNA BM1 ZOSTAŁA ZAMKNIĘTA W ZWIĄZKU Z PRACAMI NAD ROZBUDOWĄ



FOT. METSÄ BOARD

Farba drukarska

podstawą każdego druku część XXXI

Ponieważ farba jest podstawą każdego druku, to właściwości farb muszą być dostosowane do wymagań stawianych przez technikę drukowania offsetowego, tak aby zapewnić ich właściwe przenoszenie poprzez formę drukową na podłoże.

Farby do zadruku podłoży o niskiej wsiąkliwości lub niechłonnych cd.

Podczas drukowania na podłożach o niskiej chłonności lub niechłonnych należy przestrzegać następujących zaleceń:

- Wartość pH roztworu zwilżającego nie powinna być niższa niż 5, a jego podawanie minimalne. Korzystne jest drukowanie na maszynach z nawilżaniem alkoholowym, a do roztworu zwilżającego można stosować dodatek specjalnych płynnych suszek.
- Do farby nie należy dodawać żadnych środków pomocniczych; wyjątek stanowi specjalna suszka wspomagająca suszenie farby od środka w masie. Ponieważ farby do drukowania na podłożach o niskiej wsiąkliwości schną intensywnie przez utlenianie, należy unikać dłuższych postojów maszyny. W celu wspomoczenia schnięcia oksydacyjnego należy zapewnić dopływ świeżego powietrza. W miarę możliwości unikać wilgoci i zimnego

powietrza w hali maszyn. Jeśli przenoszenie farby jest niewielkie, należy zastosować z boku formy dodatkowe powierzchnie pobierające farbę.

- Podczas zadrukowywania folii istnieje niebezpieczeństwo sklejanie się arkuszy w stosie, dlatego wykładanie powinno być możliwie płaskie. Wysokość stosu zależy od rodzaju stosowanej folii, nie powinna być jednak zbyt duża. Należy drukować możliwie najcieńszą warstwę farby, a druki dobrze jest napyłać, używając proszków o odpowiedniej ziarnistości.
- Farby do drukowania na podłożach niechłonnych można stosować do druku na foliach acetatowych, papierach napyłanych lub laminowanych aluminium, folii złotej, twardym PVC, papierach powlekanych metodą odlewu typu chromolux. Należy pamiętać, że nie wszystkie rodzaje folii nadają się do druku offsetowego. Należy zwrócić szczególną uwagę na wskazówki producenta folii, dotyczą-

ce zalecanych do druku farb. Istotna jest informacja o możliwości stosowania farb z zawartością olejów mineralnych. Niektóre rodzaje folii wymagają stosowania farb nieposiadających w swoim składzie recepturowym tego typu olejów.

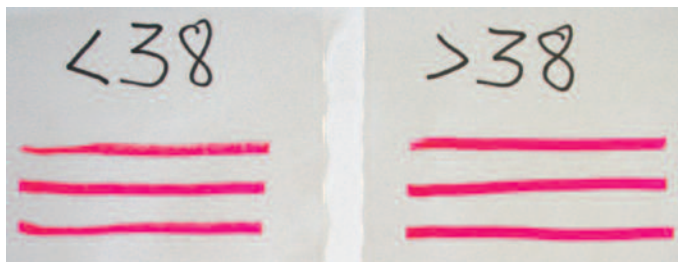
- Problematyczne może być zadrukowywanie folii z miękkiego PVC. Zawarty w nich środek zmiękczający utrudnia bowiem proces zasychania farby. Ponadto po pewnym czasie może występować zjawisko ponownego zmiękczenia zaschniętej już warstwy farby.
- Bardzo ważne jest właściwe napięcie powierzchniowe podłoża, które nie powinno być niższe niż 38 mN/m. Do szybkiego sprawdzenia wartości napięcia stosuje się specjalne testery w formie pisaka.

Przed drukowaniem właściwego nakładu zaleca się zawsze przeprowadzenie próby w zakresie przyczepności warstwy farby do danego podłoża, prędkości wysychania oraz odporności na ścieranie i zadrapania.

Farby o niskim zapachu własnym do druku opakowań spożywczych i używek

Farby, które stosuje się do produkcji opakowań na produkty wrażliwe organoleptycznie, nie powinny wywierać negatywnego wpływu na smak i zapach produktu znajdującego się w ich wnętrzu. Dlatego do tego typu druków należy używać specjalnych farb o tzw. niskim zapachu własnym.

Od wszystkich druków opakowaniowych wymaga się na ogół bardzo dobrej odporności na ścieranie i obciążenia mechaniczne.



**BADANIE NAPIĘCIA
POWIERZCHNIOWEGO**

Farby, które takie odporności zapewniają, wysychają jednak oksydacyjnie, a podczas procesu ich schnięcia tworzą się produkty rozpadowe, głównie w formie ketonów, aldehydów, kwasów węglowych, które są aktywne sensorycznie i zaburzają neutralność sensoryczną druków.

Dlatego też do drukowania opakowań produktów wrażliwych organoleptycznie należy używać wyłącznie farb, które schną poprzez wsiąkanie w podłoże i podczas ich utrwalania nie tworzą się żadne lotne związki rozpadu. Do produkcji tego typu farb stosuje się starannie dobrane surowce; szczególnie dotyczy to spoiw i rozpuszczalników. Oprócz tego farby nie mogą zawierać suszek.

Farby schnące przez wsiąkanie w podłoże nie gwarantują jednak, że utrwalona warstwa będzie odporna na ścieranie. Dlatego w celu zapewnienia drukom właściwych cech należy je koniecznie lakierować.

Do lakierowania nie wolno stosować lakierów olejowych, ponieważ ich mechanizm schnięcia jest identyczny jak standardowych farb i w procesie utrwalania tworzą się aktywne sensorycznie lotne produkty rozpadu.

Należy używać wyłącznie lakierów dyspersyjnych, które utrwalają się głównie przez wsiąkanie i odparowywanie wody, nie wpływając na właściwości organoleptyczne druków.

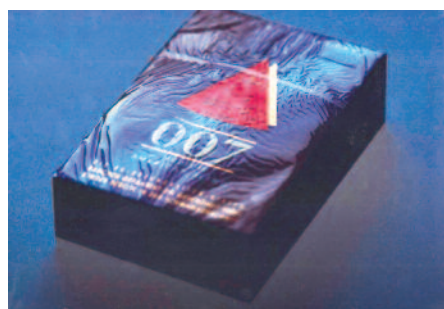
W ostatnich latach opracowano nowe serie farb o niższym zapachu własnym niż konwencjonalne, w których zastosowano jako spoiwa specjalnie dobrane żywice alkidowe.

Wykazują one właściwości schnięcia nie tylko przez wsiąkanie, ale również przez utlenianie, nie tworząc jednak przy tym bardzo intensywnych lotnych związków rozpadu, szczególnie aldehydów. Ich charakterystyka odporności na ścieranie jest znacznie lepsza niż typowych farb o niskim zapachu własnym, tak że można w niektórych przypadkach zrezygnować z konieczności lakierowania. Można je stosować do zadruku niektórych opakowań produktów wrażliwych organoleptycznie, w zależności jednak od ich specyfiki.

Istnieją również farby, które mają tak dobrane składniki recepturowe, że nie wydzielają podczas procesu schnięcia hexanal. Nie powodują także marszczenia się i zwiżania folii owijkowej stosowanej dodatkowo na opakowaniach, co wpływa negatywnie na wizualny efekt opakowania. [cdn.](#)

Ewa Rajnsz

Artykuł sponsorowany



MARSZCZENIE SIĘ
FOLII OWIJKOWEJ
NA OPAKOWANIU

PIĘKNYCH ŚWIĄT
I KOLOROWEGO
2024 ROKU

życzy

hubergroup 

polska

Indeks SCR to wskaźnik stworzony przez Stołeczne Centrum Recyclingu w oparciu o wiedzę na temat sektora poligraficznego w Polsce popartą szeroką wiedzą z rynku papierniczego na świecie, oddający realną i bieżącą wartość makulatury wytwarzanej przez drukarnie w Polsce.

INDEKS SCR

Ceny makulatury w Polsce

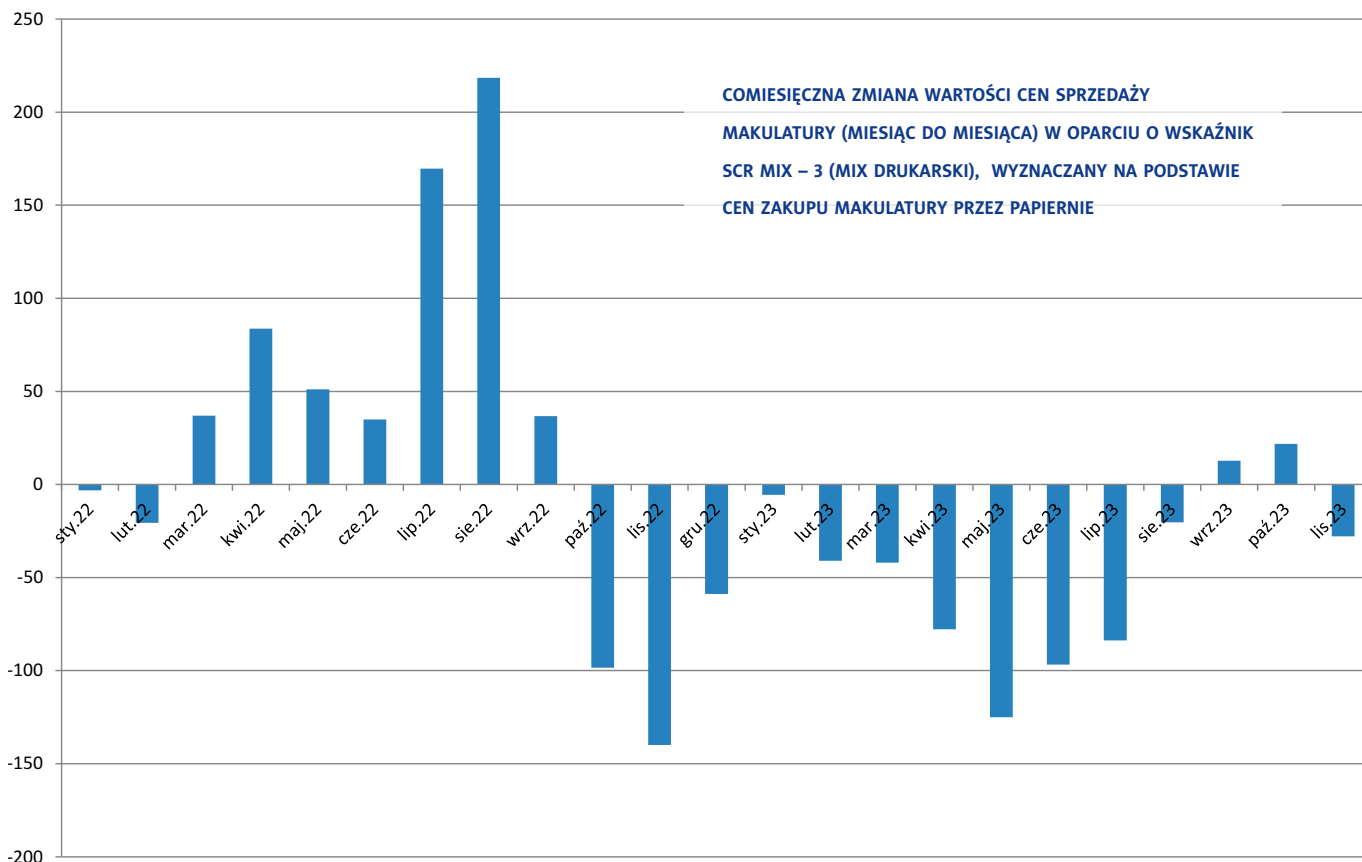
Na załączonym wykresie obrazującym wahania cen makulatury w okresie od stycznia 2022 do listopada 2023 widoczna jest wartość Indeksu 3 SCR – mix drukarski. Bierze on pod uwagę strumień makulatury najczęściej występujący w drukarniach dzieciowych w Polsce. Skalkulowany jest w oparciu o grupy jakościowe (makulatura biała, ścinka, makulatura zadrukowana, karton) składające się w określonych proporcjach na wartość Indeksu.

Jak widać na wykresie, po lekkim spadku w styczniu i lutym 2022 ceny makulatury w ub.r. zaczęły rosnąć, osiągając najwyższe wartości w lipcu i sierpniu. Od września 2022 rozpoczął się przybierający na sile trend spadkowy, z apogeum w listopadzie ub.r. Utrzymał się aż do końca sierpnia br. Widoczna była kontynuacja spadków cen makulatur poligraficznych zarówno na rynku polskim, jak i europejskim. Spowodowane to było w znacznej mierze dużym spadkiem produkcji papieru, a co za tym idzie mniejszym zapotrzebowaniem papierni na surowiec do jego produkcji. Wystąpiła większa podaż makulatur na rynku w stosunku do popytu.

Bardzo niepokojącym zjawiskiem było też sprowadzanie coraz większych ilości makulatury z Ukrainy po bardzo zaniżonych cenach.

Oczywiście nie mniej znaczącymi czynnikami determinującymi rynek makulatury są spadek produkcji przemysłowej i zmniejszona konsumpcja. Dla przykładu: spadek sprzedaży detalicznej na rynku gazet i książek wyniósł około 19 proc. Jak widzimy na wykresie, od początku tego roku do końca sierpnia średnia cena sprzedaży tego rodzaju makulatury spadła o około 500 zł/tonę. Kolejnym czynnikiem wpływającym w coraz większym stopniu na ceny makulatury oferowane na rynku są koszty związane z przygotowaniem makulatury do sprzedaży. Papiernie w ostatnim okresie zwiększyły swoje wymagania w kwestii jakości kupowanej makulatury i bardzo restrykcyjnie podchodzą do ich egzekwowania.

Opracowano na podstawie materiałów firmy SCR



SCR

**Optymalizacja rozwiązań
dla branży poligraficznej
w zakresie gospodarki
odpadami**

SKUP SUROWCÓW WTÓRNYCH

ODBIÓR ODPADÓW PRZEMYSŁOWYCH

w tym niebezpiecznych z produkcji

USŁUGI ŚRODOWISKOWE

(raportowanie, sprawozdania)

UDOSTĘPNIAMY profesjonalny sprzęt
do gromadzenia i odbioru odpadów

POMAGAMY zagospodarować wszystkie
odpady powstałe w procesie produkcji

PROFESJONALNA FLOTA, niezawodni
kierowcy, sprawna organizacja pracy
i wiele, wiele więcej...



**W ciągu 15 lat
zaufało nam
ponad 100 drukarń.**

Zaufaj i Ty!



*Serdeczne życzenia
wielu radosnych doznań z okazji
Świąt Bożego Narodzenia,
wszystkiego co najlepsze
w każdym dniu nadchodzącego
Nowego Roku swoim obecnym
oraz przyszłym klientom życzy*

zarząd firmy SCR

SCR Recycling Sp. z o.o.
ul. Fiołkowa 34, 05-850 Konotopa
tel.: +48 22 814 19 78
tel. kom.: 669 113 429
sekretariat@scr-recykling.pl
www.scr-recykling.pl

FSC NAJLEPIEJ ROZPOZNAWALNĄ MARKĄ WŚRÓD SYSTEMÓW CERTYFIKACJI

Odpowiedzialne zakupy ze znaczkem FSC

Niemal dwie trzecie polskich konsumentów woli kupować produkty, które nie szkodzą roślinom i zwierzętom oraz nie przyczyniają się do zmiany klimatu. Najlepiej rozpoznawalną marką wśród uwzględnionych w badaniu systemów certyfikacji związanych ze zrównoważonym rozwojem okazał się symbol FSC. Został wskazany przez połowę respondentów z Polski podczas globalnego sondażu przeprowadzonego przez Ipsos.

Jak na decyzje zakupowe wpływają kwestie zrównoważonego rozwoju i jak konsumenci postrzegają zagrożenia ekologiczne? Odpowiedzi na te i inne pytania szukała w globalnych badaniach konsumenckich organizacja Forest Stewardship Council przy współpracy firmy badawczej Ipsos.

UTRATA RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I WYLESIANIE – DWIE NAJWAŻNIEJSZE OBAWY ZWIĄZANE Z LASAMI

Zarówno w Polsce, jak i na świecie największe obawy ankietowanych budzą obecnie wojny, konflikty i terroryzm (65 proc. wskazań w polskim badaniu), trudna sytuacja gospodarcza (50 proc.) i kwestie związane ze zdrowiem (40 proc.). Zmiana klimatu zajęła czwarte miejsce na liście, z niemal jedną trzecią wskazań (31 proc.). Zapytani bardziej szczegółowo o zagrożenia związane z lasami, polscy

respondenci wskazywali przede wszystkim utratę gatunków zwierząt i roślin, wylesianie, a także spowodowane nim susze i powodzie. W odpowiedziach badanych z innych krajów dobrze widać lokalne uwarunkowania: Hiszpanie i Amerykanie martwią się pożarami lasów, Brazylijczycy – wylesianiem.

ODPOWIEDZIALNE ZAKUPY ZE ZNACZKIEM FSC

Konsumenci starają się przeciwdziałać degradacji środowiska naturalnego, podejmując odpowiedzialne decyzje zakupowe. Niemal 2/3 polskich respondentów deklaruje, że wolałoby wybierać produkty, które nie szkodzą roślinom i zwierzętom ani nie przyczyniają się do zmiany klimatu (odpowiednio 63 proc. i 62 proc.). Ponad połowa (58 proc.) oczekuje, że firmy nie będą przyczyniać się do wylesiania, 57 proc. chętniej sięga po artykuły w opakowaniach podlegających recyklingowi, np. papierowych, a 56 proc. uważa, że może pomagać chronić lasy, kupując produkty certyfikowane przez niezależne organizacje.

Jednym z takich systemów certyfikacji jest ten zarządzany przez Forest Stewardship Council. FSC to międzynarodowa organizacja *not-for-profit*, która wyznacza standardy dla odpowiedzialnej gospodarki leśnej, biorąc pod uwagę aspekty społeczne, przyrodnicze i ekonomiczne.

Kiedy drewno opuszcza las z certyfikatem FSC, oznacza to, że zostało pozyskane w odpowiedzialny i zrównoważony sposób – wyjaśnia Karolina Tymorek, dyrektorka FSC w Polsce.

FSC okazało się zdecydowanym liderem rozpoznawalności w Polsce i na świecie. Połowa (50 proc.) polskich respondentów rozpoznaje logo FSC, podczas gdy na świecie ten odsetek wyniósł 46 proc. Ten wskaźnik jest najwyższy wśród osób w wieku od 18 do 24 lat. Kolejny w rankingu system certyfikacji zebrał o niemal 10 punktów procentowych mniej wskazań. Niemal 1/3 badanych (31 proc.) w Polsce

KONSUMENCI STARAJĄ SIĘ PRZECIWDZIAŁAĆ DEGRADACJI ŚRODOWISKA

NATURALNEGO, PODEJMUJĄC ODPOWIEDZIALNE DECYZJE ZAKUPOWE.

NIEMAL 2/3 POLSKICH RESPONDENTÓW DEKLARUJE, ŻE WOLAŁOBY WYBIERAĆ PRODUKTY, KTÓRE NIE SZKODZĄ ROŚLINOM I ZWIERZĘTOM ANI NIE PRZYSZKODZĄ ZMIANY KLIMATU



hunkeler
rip

Systemy do obróbki introligatorskiej
rolowego druku cyfrowego na dużą skalę,
od białego papieru do gotowego produktu



KSIĄŻKI



BROSZURY



KATALOGI I INSTRUKCJE
OBSŁUGI



DIRECT MARKETING



DOCUFIELD

docufield.com

widuje logo FSC co najmniej kilka razy w miesiącu (w tym 7 proc. – kilka razy w tygodniu, a 1 proc. – codziennie).

Z rozpoznawalnością wiąże się zaufanie: 64 proc. polskich respondentów deklaruje, że są bardziej skłonni zaufać markom, które promują znak FSC lub oferują tak oznaczone produkty. Poziom zaufania jest jeszcze wyższy wśród osób, które znają FSC – sięga aż 75 proc.

Te wyniki pokazują, że Polacy mają do nas zaufanie. FSC ułatwia konsumentom odpowiedzialne zakupy: mogą mieć pewność, że produkt oznaczony logo FSC został wykonany z surowców pochodzących ze zrównoważonych źródeł, a certyfikowane firmy w całym łańcuchu dostaw spełniają nasze wysokie standardy – komentuje Karolina Tymorek.

To wszystko ma znaczący wpływ na zachowania konsumentów i decyzje zakupowe. 52 proc. spośród tych, którzy rozpoznają logo FSC, najprawdopodobniej wybierze tak oznakowany artykuł, a nie jego zamiennik bez certyfikacji. Ten sam odsetek polskich respondentów poleciłby produkt certyfikowany FSC swoim bliskim lub znajomym. Niemal 2/5 (38 proc.) rozpoznających logo respondentów deklaruje, że są skłonni zapłacić więcej za produkt, jeśli posiada on certyfikat FSC.

NEZALEŻNE CERTYFIKATY BARDZIEJ WIARYGODNE NIŻ FIRMY... I RZĄDY

Zarówno na świecie, jak i w Polsce konsumenci w zakresie ochrony lasów ufają raczej systemom certyfikacji (w Polsce 28 proc. badanych deklaruje do nich „pełne” lub „duże” zaufanie) niż instytucjom państwowym (w Polsce – 9 proc. analogicznych wskazań). Gdzieś pośrodku na skali lokują się firmy produkujące i sprzedające produkty z drewna i papieru, którym w tej sprawie ufa w Polsce 16 proc. respondentów.

Konsumenci oczekują przy tym weryfikacji: w Polsce 59 proc. respondentów uważa, że informacje dotyczące zrównoważonego rozwoju zamieszczone na produktach powinny być potwierdzone certyfikatem przez niezależną organizację.

INFORMACJA O BADANIU

Globalne badanie konsumenckie wykonane w 2022 roku przez Ipsos na zlecenie Forest Stewardship Council (FSC) jest jednym z największych tego rodzaju: objęło 26 800 konsumentów w 33 krajach. W Polsce w sondażu wzięło udział 800 respondentów.

Opracowano na podstawie materiałów Forest Stewardship Council

REDAKCJA

ADRES REDAKCJI:

00-050 Warszawa, ul. Świętokrzyska 14A
tel./fax: 22 828 14 00, 828 14 53 i 654 26 08
e-mail: poligrafika@poligrafika.pl
www.poligrafika.pl

ZESPÓŁ REDAKCYJNY:

Anna Naruszko

redaktor naczelna
anna.naruszko@poligrafika.pl

Iwona Zdrojewska

opracowanie redakcyjne
poligrafika@poligrafika.pl

Blanka Zapalska

redaktor
blanka.zapalska@poligrafika.pl

Beata Wielgat

reklama
beata.wielgat@poligrafika.pl

Beata Radzka

opracowanie graficzne, prenumerata
beata.radzka@poligrafika.pl

Bożena Kalbarczyk

prenumerata
bozena.kalbarczyk@opakowanie.pl

Za treść ogłoszeń redakcja ponosi odpowiedzialność w granicach wskazanych w ust. 2 art. 42 ustawy Prawo prasowe.

© Wszelkie prawa zastrzeżone

WARUNKI PRENUMERATY

1. Prenumeratę można zamówić na dowolny okres.
Cena prenumeraty rocznej 1 egzemplarza od 1 stycznia 2024 roku – 300 złotych (w tym 8% VAT)
2. Zamówienie można przysyłać na adres:
 - Miesięcznik „Poligrafika”, ul. Świętokrzyska 14A, 00-050 Warszawa,
 - mailem: bozena.kalbarczyk@opakowanie.pl
 - lub za pomocą elektronicznego formularza na stronie www.poligrafika.pl/subskrybuj/
3. Można też bezpośrednio opłacić prenumeratę w banku;
dane do przelewu: Alfa-Print Sp. z o.o., ul. Świętokrzyska 14A, 00-050 Warszawa
nr konta 74 1030 0019 0109 8503 0015 1134
W treści przelewu należy podać adres mailowy oraz okres trwania prenumeraty (np. 01.2020 – 12.2020)
4. Do każdego zamówienia wystawiamy fakturę pro forma, jej zapłata jest podstawą do wystawienia faktury VAT i uruchomienia prenumeraty.
5. Każdy prenumeratorem otrzymuje na podany w zamówieniu adres mailowy cotygodniowy serwis informacyjny.

Upewniamy, że dokonując wpłaty zamawiający wyraża zgodę na umieszczenie swoich danych osobowych w bazie danych służącej do obsługi prenumeraty przez firmę Alfa-Print Sp. z o.o., wydawcę naszego miesięcznika (zamawiający ma prawo wglądu do swoich danych i ich poprawiania).

Prenumeratę naszego miesięcznika prowadzą firmy kolporterskie: Kolporter, GLM i Garmond.



INDEKS REKLAM

AMAGRAF 31
API FOLIE POLSKA 29
AVARGRAF 49
BÖTTCHER 9
DOCUFIELD 59
DRUKARNIA SOWA 11
ECO3 37
EYEC 39
GRAW 41
HUBERGROUP POLSKA 55
INTEGART 7
MMR GROUP 3

PROFEX ELEKTRONIK 17
REMA 27
REPROGRAF-GRAFIKUS 19
SCR 57
VILPOL 23
WEILBURGER 21
ZENON ŁAPIŃSKI 15

ARTYKUŁY

SPONSOROWANE

2PRESS 12
HUBERGROUP POLSKA 54
INFOGRAF 50

OKŁADKI

I OKŁ. SCORPIO
II OKŁ. PRINT COATINGS
III OKŁ. PHOTOGENICA
IV OKŁ. DIGIPRINT

Kolorowych Świąt!

photogenica





BEAM 2 BEAM 2C EUCLID 5 EUCLID 5C

Cyfrowe sztancowanie dla ELASTYCZNEJ PRODUKCJI

OPAKOWAŃ Z TEKTURY FALISTEJ I KARTONU



digiprint.pl



Highcon

