

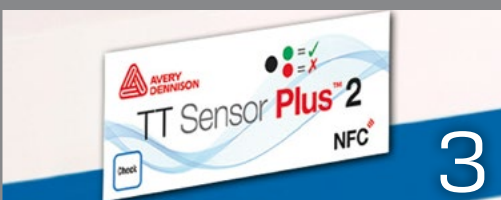


František Kavecký

Sú predmety činnosti, ktoré prežívajú storočia a niektoré, ktoré ani nestihnú zarobiť na vložené investície. Pamätáte si ešte svet požičovní videokaziet? Pre niektorých to už je iba rozprávka. Potom ešte chvíľu fungovali požičovne DVD, aby prenechali miesto pirátskym kópiám a kolujúcim súborom z domácich nahrávok alebo cloudu. Požičiavač filmov sa medzi povolania ani nestihol zapísať. O stolárovi ste ale určite počuli. Legenda vraví, že niekto z vašich známych pozná šikovného stolára, ale objednať si ťuhú službu nemôžete, lebo má toľko zákaziek, že teraz (ani o mesiac, ani o pol roka) zákazky neberie. Nuž, vždy platilo, že remeslo má zlaté dno. Akosi sa zo spoločnosti vytratila túžba po zlate, lebo na remeslo pomyslí stále menej rodičov a tým aj žiakov. Pritom sú v ponuke také lukratívne odbory, ktoré ale nemajú študentov. Zamestnávateľia vravia, že im chýba kvalifikovaná sila, ale situácia vyzerá tak, že sa budú vracaať eurofondy. Do projektu duálneho vzdelávania sa totiž nepodarilo získať dostatok žiakov. Namiesto trvania na pravidlách nechávame veľké podniky dovážať pracovnú silu z krajín mimo EÚ. Nepodporíme vlastné podniky, ale odsúhlasíme stimuly zahraničným investorom. Po desiatich rokoch sa vyniesli prvé rozsudky vo veci „nástenkového tendra“. Vraj sa na Slovensku bojuje s korupciou... Po koľkých rokoch sa dozvieme koniec tohto príbehu? Zatiaľ vieme, že rozsudok nenadobudol právoplatnosť. Za rozvrat vzdelanosti ešte neobvinili nikoho...



Inteligentné etikety



Pohľady Tomáša Hulíka



Vydrží aj prejazd tankom



Ste pripravení na GDPR?



SME NOVINY, cez ktoré môžete pozerat' video, priamo z nich mailovať, telefonovať a mnoho ďalšieho.

STIAHNITE si apku CP Clicker



GET IT ON Google Play

Download on the App Store

FUJIFILM

CTP zariadenia • Workflow • Color Management • Tlačové platne a chémia
DS tlačová chémia • Inkjetové tlačiarne • Sericol produkty

www.fujifilm.sk



Focus Pro, s.r.o.
Svetlá 1, 811 02 Bratislava
„D+4“

Platené na faktúru
810 02 Bratislava 1

Vážený čitateľ,
prajeme Vám príjemné čítanie

Pre obchodníkov je kľúčová vnímavosť

Nedávna štúdia spoločnosti Chief Marketing Officer (CMO) Council ukázala, že zákazníci čoraz citlivejšie reagujú na digitálnu komunikáciu a na jej rýchlosť. Obaly, značenia a prezentácia priamo v mieste predaja však u zákazníkov stále zanechávajú najväčší dojem.

Štúdia prebehla na jar tohto roku a zúčastnilo sa jej viac ako 153 senior marketingových manažérov. Do prieskumu sa zapojili napr. spoločnosti X-Rite, Pantone, Esko, MediaBeacon alebo AVT, ktoré patria medzi globálnych marketingových a obalových inovátorov. Vzhľadom na výsledky správu nazvali „Požiadavky na vnímavosť: ako obratní obchodníci reagujú na spätnú väzbu zákazníkov, a tak pomáhajú svojmu rastu“ (angl. „The Responsiveness Requirement: How Agile Marketers Act on Consumer Feedback to Drive Growth“).

Správne nakladanie s informáciami

Hlavným zámerom prieskumu bolo zistiť, ako spoločnosti narábajú s dátami, ktoré od zákazníkov získajú a ako ich spätne využívajú pre zákazníkov. A to v správnom čase a správnym spôsobom – buď



fyzicky alebo digitálnou cestou. To ale nejde len tak, a preto firmy vynakladajú nemalé prostriedky na vznik nových procesov a nástrojov, ktoré by im to pomohli riešiť. Problémy tiež nastávajú vo veľkých spoločnostiach, ktoré majú na rôznych miestach sveta vlastné marketingové tímy. Až 46 %

opýtaných uviedlo, že marketingová sieť je výhodná, pretože sa reklama prispôbuje danému regiónu, ale na druhej strane zápasia s problémom dosiahnuť jednotu, ktorá by spoločnosť prezentovala všade rovnako.

Obaly sú viac ako priama komunikácia

Až 66 % vedúcich marketingu na stupnici ankety uviedlo, že ich koncoví zákazníci sú citliví alebo veľmi citliví na zmenu farby obalu a jeho obsahu. Obaly ovplyvňujú predaj viac ako napr. e-mail, priame správy alebo mobilné aplikácie. Tie skončili na úplnom konci „top 10 rebríčka“ kritických komunikačných ciest. Rýchlo reagovať na zmenu potrieb zákazníkov zmenou obalu nie je také jednoduché a zostáva to stálou výzvou. 84 % opýtaných odpovedalo, že by chceli mať schopnosť reagovať na zmeny trhu v rámci 30 dní, ale len 40 % je to naozaj schopných dosiahnuť.

Marketing potrebuje digitalizáciu

Riešenie týchto problémov vidia lídri marketingu v automatizácii a prepojení workflow systémov. Proces spracovania výsledkov sa tým zníži z niekoľkých týždňov na niekoľko hodín. Zároveň musia spoločnosti zjednodušiť svoju organizáciu, podporiť ju digitalizáciou a systémami uľahčujúcimi komunikáciu medzi tímami, oddeleniami a dodávateľmi.

fk

FUJIFILM
SUPERIA ZD

Nová bezprocesná tlačová platňa

s vysokou výdržnosťou a možnosťou tlače UV farbami.

V prípade záujmu o test nás kontaktujte: roman.grigar@fujifilm.sk



FUJIFILM
www.fujifilm.sk



Mix globálnej a lokálnej stratégie

Variabilnosťou tém, cielenou výmenou poznatkov a tvorivou náladou sa vyznačoval 13. ročník Medzinárodného seminára pre sieťotlačiarov a digitálnych tlačiarov (BILL), ktorý v Piešťanoch pripravil Slovenský zväz sieťotlačiarov a digitálnych tlačiarov (SZSDT) v spolupráci s Asociáciou tiskárni a digitálneho tisku ČR (ASD ČR). Nad dvojdným podujatím držala ochrannú ruku Medzinárodná federácia sieťotlačových zväzov (FESPA).



lystyrénu priniesol na všeobecné pobavenie bývalý prezident FESPA Györgi Kovács z maďarského zväzu. Na vyrezávanie polystyrénu používa vo svojej firme stroj Obelisk, ktorý sami vymysleli a vyvinuli. Vyrábajú 3D objekty, pričom Kovács zdôraznil, že predávajú „nápad, a nie materiál“. Ich nápady sú využiteľné v dekoratívnom priemysle, v reklame a propagácii, ale aj v stavebníctve.

O marketingu a zásadách dobrého biznisu hovoril Marián Hainz z firmy Veldan. Rozviedol myšlienku B2B (biznis to biznis), či stratégiu H2H (human to human), ktorá sa čoraz viac presadzuje. „Príbeh je extrémne dôležitý“, povedal Hainz. Výsledky workshopu Tlač špeciálnych efektov a kolormanažment prezentovali Jacek Stencel z poľskej firmy Pasja a Rudolf Jančovič z firmy Kasi. Svoje novinky v digitálnom zručňovaní tlačových výstupov metalickým efektom a 3D lakovaním ukázala i Konica Minolta. O textile a budúcnosti digitálnej tlače hovorili zástupcovia firmy Spandex.

Dilema duálneho vzdelávania

Generačnú výmenu a správanie sa štyroch generácií na súčasnom trhu práce objasnil František Kavecký z Focus Pro. Charakterizoval nenásytnú generáciu Y, tzv. mileniánov. Poznamenal však, že bude „ešte horšie“, lebo na pracovný trh prichádza generácia Z, ktorá nepozná svet bez internetu a treba s ňou komunikovať skratkovite – prostredníctvom obrázkov. Tlačiarci tiež pociťujú nedostatok pracovnej sily, ktorý je taký vypuklý v automobilovom priemysle. O prvých skúsenostiach z oblasti duálneho vzdelávania hovorila Mária Kolárska z odboru školstva na Okresnom úrade v Banskej Bystrici, ktorá skonštatovala, že zákon o odbornom vzdelávaní a príprave z roku 2015 potrebuje zmeny a prejavuje sa tlak profesijných zväzov. Trefne poznamenala, že sme „objavili niečo, čo tu už bolo“. V súčasnosti je podľa slov Kolárskej o duálnom vzdelávaní zapojených zhruba 1 300 žiakov z 58 stredných škôl na Slovensku, čo sú stále nízke počty. Téma vyvolala vášnivú diskusiu, účastníci podujatia sa živo bavili o tom, či aj tlačiarci môžu vytvoriť stredisko praktického vyučovania. Bolo vidieť, že témou duálneho vzdelávania organizátori pichli do osieho hniezda.

dam

Polygrafia pre tlačovú produkciu

Komunikácia pri polygrafickej výrobe

Problematicke špecifikácie tlačových dát dodávaných pre rôzne tlačové techniky sme sa podrobne venovali v minulých seriáloch. Je to problematika, ktorá je jednak všeobecne známa a prakticky desaťročia sa tu nič nemenilo. Napriek tomu je zdrojom najčastejších problémov pri tlači a v tejto oblasti majú dizajnéri a grafici rozsiahle nejasnosti. Informácie o tom, aké tlačové dáta dodávať do tlače, by vám mala viesť poskytnúť tlačiareň, v ktorej objednáвате konkrétny produkt. S tlačiarňou by ste si vopred mali ujasniť hlavne neštandardné požiadavky, ktoré môžu byť kladené na tlačové dáta predovšetkým pri výrobe nie štandardných tlačovín. Predmetnú problematiku nájdete prehľadne spracovanú v minulých číslach našich novín alebo tiež na: www.typoset.eu/spec-dat.html

5. Polygrafická výroba

Je dôležité hneď na začiatku, už v prípravnej fáze výroby konkrétneho projektu správne odhadnúť očakávania a potreby zákazníka, a to vzhľadom na jeho konkrétnu objednávku. Je nevyhnutné pri zohľadnení požadovaného výsledku:

- nájsť a zapojiť do projektu takých pracovníkov predtlačovej prípravy, ktorí majú špecifické skúsenosti s vyrábaným produktom (na predtlačovú prípravu propagačného letáku alebo bežnej merkantilnej tlačoviny postačí grafik so „všeobecnými“ skúsenosťami, reprodukcia umeleckých diel alebo predtlačová príprava napr. vzorkovnice farieb automobilových karosérií alebo výrobcu farieb bude vyžadovať angažovanie špecialistu na farebnú reprodukciu),
- vybrať materiály (predovšetkým papier), ktoré zabezpečia, že vytlačený polygrafický produkt bude spĺňať očakávania,
- vybrať si takú tlačiareň, ktorá kvalitatívne a cenovo zabezpečí požadovanú kvalitu,
- správne vybrať knižársku technológiu (napr. EVA alebo PUR lepidlo pre V2 väzbu...),
- voliť a nastaviť zodpovedajúce kontrolné mechanizmy pre sledovanie a hodnotenie kvality tlače (prípadne knižárskeho spracovania) medzi produktom i výsledného produktu, ako je napr. použitie certifikovaných nátláčkov, či softproofov a nastaviť proces schvaľovania vývesných hárkov...

Len nastavenie procesov zodpovedajúce požiadavkám na konkrétnu objednávku naprieč celým výrobným procesom vedie k bezpečnostnej, ekonomickej a kvalitatívnej spokojnosti všetkých na výrobe zainteresovaných strán.

6. Expedícia

Ak sme si už vo špecifikácii určili balenie a expedíciu, tak to jednoducho „zbehneme“ podľa Vašich predstáv. Nezabudnite aj na nastavenie distribú-

cie tzv. signálnych výtláčkov, či vzoriek. Pre jednoduché a štandardné objednávky zvyčajne balenie nijako špeciálne neriešime a spoľahneme sa na tlačiareň, že to nejakým štandardne zabalí a palety budú niekam dopravené. Ak ale máte nejaké neštandardné požiadavky na balenie a dopravu, tak je potrebné to riešiť už vo fáze prípravy špecifikácie na nacenenie produktu - neštandardné balenie má vplyv na výšku ceny i čas potrebný na výrobu.

7. Reklamačné konania

Toto je bezpochyby najneprijemnejšia časť akejkoľvek výroby... Polygrafickej výroby sa týka len veľmi málo noriem, ktoré by priamo hovorili o tom, čo má grafik, pracovník predtlačovej prípravy, tlačiareň alebo knižárne robiť — aké parametre by mal výsledný polygrafický produkt mať. Ja viem len o jedinej platnej STN, ktorá rieši typografické pravidlá. Väčšina grafikov a pracovníkov predtlačovej prípravy (hlavne tých, ktorí nemajú polygrafické vzdelanie) však o jej existencii vôbec netuší a v našej krajine žiaden orgán jej dodržiavanie ani nekontroluje... Kompletne všetky živnosti: od grafika po tlačiareň sú dnes tzv. voľné živnosti - teda ktokoľvek a s akýmkoľvek vzdelaním ich môže prevádzkovať a aj prevádzkuje. Dôsledky si vie každý domyslieť.

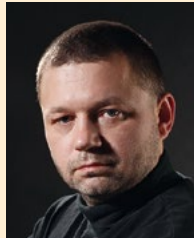
Tlačiarne a grafici sa preto opierajú o skúsenosti a predovšetkým ISO normu 12 647, ktorá nie je normou, ktorá by bola všeobecne platná, ale všetci, ktorí pracujeme v polygrafii, sa k nej dobrovoľne pripájame, pretože je to jediný štandard, ktorý celosvetovo máme a rieši problematiku štandardizovanej tlače a nátláčkovania, teda to, aby farebnosť tlačovín (vytlačená na tlačových strojoch rôznych výrobcov, na papieri od rôznych výrobcov a pri použití tlačových farieb od rôznych výrobcov) bola približne (vo vopred dohodnutých tolerančných limitoch) rovnaká.

V praxi nastávajú tieto 3 prípady:

1. Objednávateľ, grafik ani tlačiareň dobrovoľne „nepristúpia“ k štandardu ISO 12 647, čo znamená, že sa nedohodnú vopred na tom, že farebnosť bude definovaná a kontrolovaná podľa tohoto štandardu — toto je najčastejšia prax a ťažkosť, ktoré nastávajú, sú toho logickým dôsledkom (v takomto prípade odporúčam dodanie certifikovaného nátláčku alebo farebného vzoru).
2. Všetky zúčastnené strany sa dohodnú, že všetky procesy budú zodpovedať štandardu ISO 12 647 a tolerančným limitom tohto štandardu — toto je ideálny postup, ktorý vedie k vopred predikovateľným výsledkom.
3. Zúčastnené strany (predovšetkým objednávateľ a tlačiareň) sa dohodnú na inom štandarde (čo nie je bežné), alebo na „prísnejších“ tolerančných limitoch a spôsobe ich vyhodnocovania.

Ing. Ľudovít Karpinský

- absolvent Katedry polygrafie a aplikovanej fotochémie a spoluautor knihy Polygrafické minimum
- lektor kurzov Základy polygrafie, Polygrafia pre grafikov a dizajnérov, Polygrafia pre accountov a manažérov a Školy polygrafie
- autor má viac ako 20-ročné praktické každodenné skúsenosti s predtlačovou prípravou, tlačou a knižárskym spracovaním



Riaditeľ marketingu spoločnosti König & Bauer odstúpil

Dlhoročný riaditeľ marketingu a podnikovej komunikácie spoločnosti König & Bauer, Klaus Schmidt, odstúpil z pozície po viac ako 28 rokoch. Celých 23 rokov pôsobil aj ako člen dozornej rady. Túto funkciu opustil už pred rokom

Prezident a výkonný riaditeľ spoločnosti König & Bauer, Claus Bolza-Schünemann, poďakoval Schmidtovi za jeho pôsobenie v spoločnosti takmer po tri dekády. „Klaus je vorkoholik, vždy hovorí, čo si myslí, pozná tlačový priemysel so všetkými jeho vzostupmi a pádmi a je plne oddaný spoločnosti König & Bauer.“ Schmidt začal pracovať v spoločnosti v roku 1989 ako vedúci skupiny ešte pre otca Clausa Bolza-Schünemanna. Prevzal všetku zodpovednosť za veľtrhy, marketing a PR. Nasledovné roky organizoval účasť firmy na Ipexe 1993. Zároveň ale musel svoj čas rozdeliť medzi Würzburg a závod Radebeul a pomôcť reštrukturalizovať bývalého výrobcu tlačiarň spoločnosť Planeta. „Boli to ťažké časy, ale

naučil som sa veľa a stal som sa bojovníkom za ľudí a tímovým duchom v skupine KBA. Mal som aj vlastnú prežývku Konzern-Schmidt“, spomína Schmidt. Ako sám tvrdí, jeho najobľúbenejším veľtrhom zostáva miléniová drupa 2000: „Bola to fascinujúca šou s optimistickou atmosférou“. Jeho posledným veľkým projektom bolo tohtoročné usporiadanie 200. výročia založenia spoločnosti. Nová organizácia spoločnosti nenahradí Schmidtovo miesto priamo. Dagmar Ringel sa pripojila k skupine a prevzala Schmidtovu marketingovú a PR funkciu na konci októbra. Predtým pôsobila ako riaditeľka pre styk s verejnosťou v spoločnosti Carl Zeiss. Ešte predtým pracovala pre spoločnosť HP v marketingu a PR.

tf

6. časť

- CMYK + biela + oranžová + fialová + zelená
- 1 200 x 1 200 DPI
- 2 pl kvapka
- 78 m/min
- samolepiace etikety, obaly...

Durst 20 rokov v inkjete

digi
TISK



Digitisk s. r. o.

Nádražní 344/23, 150 00 Praha 5

mobil: +420 725 025 506, +420 775 551 200, obchod@digitisk.info

Etikety na rádiovkej frekvencii



Ak Vás zaujímajú trendy v materiáloch vhodných na výrobu etikiet a vývoj v blízkej aj vzdialenejšej budúcnosti, veľmi jasný prehľad ste mohli získať v stánku spoločnosti Avery Denison na veľtrhu Labelexpo Europe. Jej expozícia sa dotkla dôležitých tém, ktoré sú aktuálne pre celý trh s obalmi a etiketami.

Už samotný stánok ukázal, ako firma pokročila v ekologickom nakladaní s druhotnými surovinami. Dosky použité na stavbu stánku boli vyrobené z použitého silikónového papiera, ktorý sa používa ako podklad na rôzne samolepiace materiály. Kvalita tohto ochranného prvku je kľúčová pre zachovanie požadovaných vlastností lepidla a aplikačných vlastností. U spracovateľov fólií a samolepiacich materiálov sa tohto materiálu hromadí obrovské množstvo. Vyriešenie spätnej využiteľnosti v podobe dosiek je úžasný nápad. Silikónový papier sa môže skladovať aj po rozrezaní a zlisovaní, takže na strane tlačiaru nie sú veľké nároky na priestor. Doska sama je ďalej recyklovateľná.

Kompostovanie obalov

Náklady spojené s odpadovým hospodárstvom v moderných krajinách stále citelne stúpajú. Byť ekologický je nielen moderné, ale v dôsledku finančných tlakov vlád aj výhodné. Avery Denison má aj v tejto oblasti svoje eso v rukáve – kompostovateľné etikety a obalové materiály. V prípade kombinácie týchto materiálov s biologicky od-

búrateľnými farbami dokážeme významne znížiť množstvo odpadu smerujúceho na skládku alebo do spalovne. Do prirodzeného cyklu sa vracia celý objem materiálu.

Inteligentné etikety

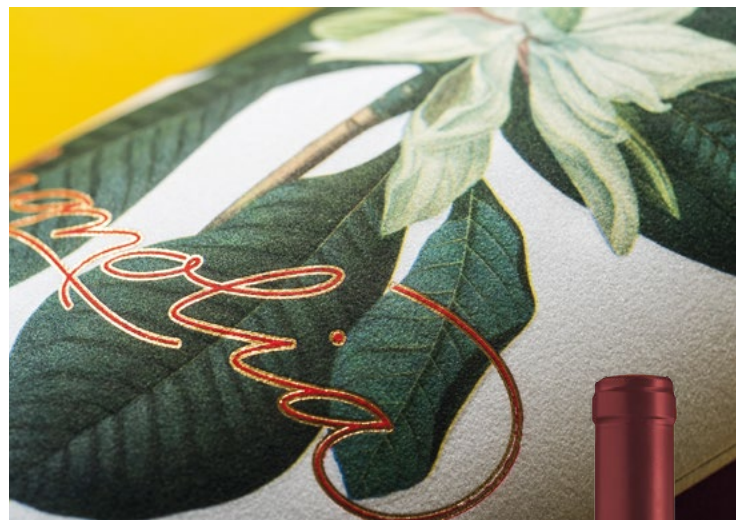
Čoraz interaktívnejšia a vzájomne prepojená sieť „inteligentných“ zariadení, bežne označovaná ako „internet vecí“ (IoT), môže dramaticky zmeniť každodenný život. Spoločnosť Avery Dennison pre tento svet možno už veľmi blízkej budúcnosti vyvinula portfólio riešení Intelligent Label Solutions. Sú

to etikety, ktoré môžu bezdrôtovo ukladať alebo zachytiť informácie a prenášať dáta pomocou technológie RFID (Radio Frequency Identification). Inštitút elektrotechniky a elektroniky odhaduje, že do roku 2020 bude viac ako 50 miliárd objektov prepojených do takejto siete.

Výrobky z radu Intelligent Label Solutions sú navrhnuté tak, aby pomohli majiteľom značiek pomocou etikiet rozvíjať svoje podnikanie vo svete čoraz viac formovanom cez internet. Takéto etikety totiž umožňujú interakciu medzi produktmi a zariadeniami, ako sú smartphone a mnohými ďalšími sieťovými objektmi obsahujúcimi RFID.

Úplná kontrola

Veľa sa hovorí o marketingovom využití týchto inteligentných etikiet. Podstata ich významu je ale v ochrane samotného výrobku. Avery Denison má vo svojej ponuke TT Sensor Plus™, čo je jednorozová etiketa veľkosti 1/3 kreditnej karty. Môže byť pripevnená alebo umiestnená vnútri prepravného balenia na zaznamenávanie a uchovávanie údajov o teplote aj iných ukazovateľov. Údaje sa ukladajú do mikročipu v blízkosti poľa a môžu sa do cloudu vkladať cez smartphone alebo počítač. Toto riešenie umožní sledovať kritické nedostatky pri liečivách, potravinách i nápojoch, kde dôsledné sledovanie dodávateľského reťazca s riadenou teplotou zabezpečuje účinnosť a kvalitu. Svoje uplatnenie tieto etikety nachádzajú aj v ďalších priemyselných odvetviach.



Nové štruktúry povrchu zvyšujú pocit luxusu.

Sensorial Collection

Tento rad materiálov pre etikety bol veľmi pôsobivý. Pri zachovaní všetkých úžitkových vlastností ponúka širokú škálu jemných, textúrovaných alebo vzorovaných etikiet. Tie dodávajú zákazníkom aj haptický vnem, ktorý posilní pozitívnu emóciu. Firma očakáva veľký úspech najmä v oblasti vínnych etikiet.

fk



Poznáte víno na nožičkách?

Od vína niekedy môže oťažiť hlava alebo nohy, ale škatuľa s vínom na nožičkách sa nevidí každý deň. Invenčný rozkladací obal s možnosťou dobre postaviť škatuľu bol ukázkou tvorivého prístupu fínskej spoločnosti Metsä Board a.s., ktorá sa prezentovala v Bratislave 3. októbra 2017.

Inovácie v obalovej technike sú srdcovou záležitosťou firmy, svojím zákazníkom dokážu ponúknuť naozaj všetko aj vďaka vlastnému technologickému centru. Vývoj je samozrejmosťou súčasťou úsilia Metsä Board, ktorá nielen sleduje trendy, ale ich aj vytvára. Marcin Laba, riaditeľ technického servisu, zdôraznil, že obaly poukazujú na obsah a použil niekoľko trebných príkladov. Spoločnosť vyrábajúca čaj chcela novátorský obal, ktorý by ich produkt odlíšil, a tak vytvorili škatuľky na čaj, ktoré vyzerali ako ovocie. Vzhľadom na to, že išlo o potravinársky produkt, nepoužili žiadne lepidlo. Ani obal na zubnú pastu nemusí byť klišé, ak sa do toho vložia dizajnéri. Švajčiarska kvalita sa vraj predáva sama, ale invenčný obal pre švajčiarske univerzálne vreckové nožičky

išiel do detailov a ponúkol nový pohľad na funkcie noža.

Univerzálny, lacnejší, ekologický...

Marcin Laba spomenul aj výzvy, ktorým čelia, ak ide o obaly na tekutinu. Vlastnia patentovaný dizajn - škatuľu na víno, džús, mlieko či olivový olej je možné pohodlne otvoriť bez boja. Obal sa dá rozložiť, aby stál na podložke stabilne a uzáver systému VITOP (akoby miniatúrny kohútik) umožňuje pohodlné dávkovanie tekutiny. Univerzálny nápad sa dá použiť na všetko, čo tečie – dokonca aj na motorový olej či tekutý prací prostriedok. Firma dá zákazníkom „škatuľový patent“ zadarmo, majú len jednu podmienku, musí to byť z ich materiálov.

V našich zemepisných šírkach sme zvyknutí skôr na škatuľu džúsu, ale napríklad vo Švédsku sotva nájdete víno vo fľašiach. Vínný mok sa predáva v škatuľiach. Majú viac výhod – sú lacnejšie, lepšie sa prepravujú a sú aj ekologické. Mimočodom, ekológia... Doslova vlajková loď filozofie fínskej firmy. Citlivo vnímajú globálne trendy, ktoré kladú výzvy pred obalové materiály. Ľudí na svete pribúda, populácia rastie, zvyšuje sa urbanizácia, a to všetko vytvára tlak na obaly, vysvetlila manažérka predaja Aleksandra Fiedoruková. Trvalo udržateľný rozvoj je slovné spojenie, ktoré ekologovia veľmi dobre poznajú, ale dôverne ho poznajú aj v Metsä Board. Ich práca sa začína vo fínskom lese, prvotným materiálom na výrobu lepenky je drevo. Ako vysvetlil Pavel Kumpošt, manažér predaja pre ČR a SR, Metsä Board je akciovou spoločnosťou, ktorá má najväčšiu výrobu skladačkových lepeniek z buničiny GC1 a GC2 v Európe. Bratislavská prezentácia však bola zameraná na linery – papiere na kryciu vrstvu vlnitej lepenky, ktoré sú len menšou časťou portfólia firmy.

dam



Interaktívny whiteboard

Ricoh D8400

4K HD displej
Videokonferencie
Diaľkové zdieľanie dát
OCR písaného textu
Pripojenie chytrých telefónov
Interaktívne zdieľanie



RICOH
imagine. change.

www.ricoh.sk



Rozhovor mesiaca

Náš krásny svet trestuhodne ničíme

Niekoľkých boľáčiek našej národnej povahy sa dotkneme v rozhovore s popredným slovenským dokumentaristom a fotografom **Tomášom Hulikom** (TH). Filmár a environmentalista, ktorý cieľavedome otvára dvere do nepoznaných zákutí prírody, hovorí aj o tom, ako sa hry osudu dokážu podpísať pod zaujímavé príbehy. Prestiž si vybudoval na invenčnom spájaní faktov a umeleckého prístupu, vďaka čomu sú jeho diela informačne syté, ale zároveň príťažlivé.



ležitejšou témou. Dostávam sa do oblastí, ktoré by mali byť chránené a na vlastné oči vidím stále viac nezmyselnej devastácie. Druhy nám miznú pred očami aj u nás doma, na Slovensku. Ako chceme chrániť živočícha, keď mu ničíme jeho prirodzené prostredie a tvárime sa, že je všetko v poriadku! Vo filme Vysoké Tatry Divočina zamrznutá v čase je záber, na ktorom sa spoza stromu ukáže mladý rys striehnuci na mladé vtáčence v národnom parku. Dnes je ten strom zo záberu vyrúbaný...

NGP Vyjadruješ sa v médiách k rôznym spoločensky dôležitým témam, súvisiacim s ochranou prírody. Jednou z nich je práve spôsob hospodárenia v našich lesoch. Aký je tvoj pohľad na tento problém?

TH Celospoločensky pociťujem prudký úpadok etiky. Učili sme sa o drancovaní krajiny v časoch tureckých vpádov ako o „tureckom hospodárení“. Dnes sa tak na Slovensku sami správame

k svojej krajine. Stráca sa miera zdravého gazdovania v celej spoločnosti, pocit zodpovednosti za vývoj v dlhšom horizonte. Miznú dôležité ekosystémy a kompetentní sa tvária, že nič nevidia, alebo dokonca pri ich zániku pomáhajú.

NGP Spomenul si turecké hospodárenie...

Nedávno do tvojej filmografie pribudol film Divoký Istanbul. Ako sme na tom v porovnaní s Tureckom?

TH Nebude sa to čítať dobre, ale pre mňa bola krajina veľkým prevrpením. Turci majú starú a vyspelú kultúru. V Istanbule sú nádherné parky, morské ekosystémy, kolónie vtákov a veľké zelené plochy. Ťah sťahovavých vtákov je neuveriteľný zážitok. My sa doma búchame do prs, ale kto niečo precestoval, vidí, že vôbec nedokážeme pracovať s našim kultúrnym potenciálom. Nepoznáme vlastnú históriu, kultúrne súvislosti a nevážime si kultúrne pamiatky. Nemáme cit pre kontinuitu. Vrávim to preto, lebo mám Slovensko rád. Je nádherné, žijú tu skvelí ľudia, ale má aj svoju odvrátenú

tvár. Je to choroba, ktorú musíme liečiť a nepomôžeme si, ak sa budeme tváriť, že to nepekné nevidíme. Vydavateľstvo Dajama vydalo moju knihu Slovensko - pocity a nálady, kde som sústredil svoje pozitívne impresie zo 150 000 najazdených a nachodených kilometrov. Tie negatívne sa objavujú vo filmovom dokumente Odvrátená strana Slovenska. Myslím, že aspoň trochu citlivý divák veľa pochopí.



NGP Vydanie knižného diela má svoje atribúty. Pracoval si na grafike knihy sám, alebo si to nechal na vydavateľa?

TH Dohodli sme sa, že formát knihy na ležato bude pre snímky vhodnejší. Veľa času som venoval výberu a úprave snímok. Som v tomto trochu po otcovi, ktorý ma ako výtvarník viedol k tomu, že dôležitý je nielen obsah, ale aj forma prezentácie.

NGP Na твоjich výstavách fotografií stretávame digitálne tlačené snímky. Si s takouto formou tlače spokojný?

TH Niektorí autori si potrpia na fotografie, vytvorené chemicky. Výsledný efekt je ale v porovnaní s digitálnymi výtlačkami len nepatrne lepší a určite to nie je adekvátne oveľa vyšším nákladom. Odkedy je na svete latexová technológia, myslím si, že fotograf nemá čo riešiť pri tvorbe zväčšenín.

NGP Inšpirácia a pracovný zápal ti očividne nechýbajú. Na akom projekte teraz pracuješ?

TH Je ich viac. Pripravujem spoločnú výstavu s otcom. On bude prezentovať svoje typické grafiky s geometrickými prvkami a ja fotografie. Mám česť robiť na knižke k 100. výročiu vzniku ČSR, kde fotím témy zo Slovenska. Pracujem aj na už spomínanom filme Odvrátená strana Slovenska o našich

škaredších veciach a miestach a kompenzovať ho budem filmom o tom peknom Slovensku.

NGP Nebolo ľahké nájsť termín rozhovoru, veľa cestuješ. Kam ťa naposledy vietor zavial?

TH Inšpirovala ma jedna kniha o ohrozených živočíchoch, a tak som navštívil Mongolsko, kde som prešiel po stepi 3 800 km priemernou rýchlosťou 30 km/hod. Zažil som neuveriteľnú pohostinnosť a videl ešte nenarušenú prírodu, kde by som si v budúcnosti mohol splniť sen a nakrútiť gobijského medveďa alebo snežného leoparda. Uvedomil som si ale, že vášň filmára a fotografa môže priniesť aj negatíva. Reportáže z festivalu lovcov s orlami privádzajú do týchto miest stále viac turistov, a tak sa mení celý charakter úžasnej akcie s večitou tradíciou na karikatúru jarmoku. Svet sa veľmi zmenšil.

✎ flk

NGP Každý príbeh má svoj začiatok. Niekedy impulz pre ďalšie smerovanie príde náhle, inakedy je výsledkom presne cieleného úsilia. Čo bolo tým povestným „sotením“, keď sa zo študenta Prírodovedeckej fakulty Univerzity Komenského stal fotograf a dokumentarista?

TH Na vysokú školu som sa hlásil s túžbou študovať zoológiu. Fakulta mi ale ponúkla štúdium v odbore environmentalistika. Pohľad na jednotlivé druhy nahradil pohľad na celý ekosystém. Pri výskume treba viesť pozorovania, zhromažďovať dáta a popisovať udalosti. Zvíťazila „lenivosť“, lebo namiesto pera a zápisníka zafungovali fotoaparát a kamera. Záuradovo aj šťastie, lebo sa nám pri výskume podaril na danú dobu husársky kúsok. Pôvodne sme chceli pozorovať jazveca, ale keď sme po niekoľkých týždňoch neuvideli ani „fúz“, dychtivo sme siahli po informácii, že na rieke Morava sa usadili bobry. Strávili sme s priateľmi vyše 1 000 a jednu noc v lužných lesoch na ramenách rieky a postupne získali dôveru bobrej rodiny. Nakrútili sme unikátne zábery zo života bobrov.

V 90. rokoch boli bobry vzácnym zvieratkom a dôkazom, že ekologické správanie spoločnosti má zmysel, lebo do prírody vracia pôvodné druhy. Svoje výsledky a zábery som konzultoval vo Viedni s pani Sieberovou, poprednou odborníčkou na bobra. Chodili za ňou aj mnohí filmári z nemeckého jazykového prostredia, ktorým odporučila, aby sa s nami spojili. Režisér Harald Pокieser v roku 2002 pripravil rakúsko-nemecký dokumentárny film „Hulik und die Biber“ a mne sa otvorili cesty k ďalším zaujímavým projektom. Fotoaparát aj kamera sa stali neodmysliteľnou súčasťou mojej výbavy.

NGP Po úspešnom štarte sa rozbehla doslova odysea. Na tvojom konte je už skoro desiatka úspešných filmov. Ostal si viac filmárom, alebo environmentalistom?

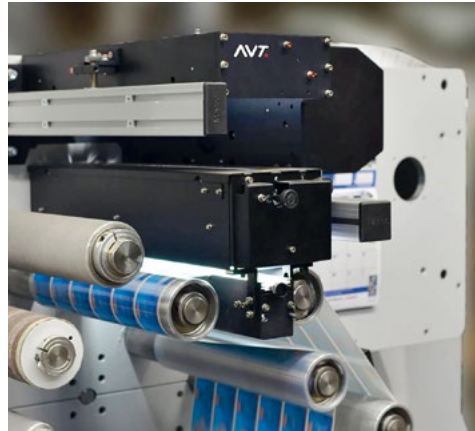
TH Myslím, že som oboje súčasne. Krajina, životné prostredie a vzácné druhy živočíchov sú pre mňa stále najdô-



Spojenie dvoch špičkových kvalít

Svetový výrobca tlačiarenských strojov, Mark Andy, si vybral v Izraeli sídliacu spoločnosť AVT (Advanced Vision Technology Ltd). Tá má zabezpečiť kvalitu tlače a kontrolu pre jeho vysoko kvalitné, inovatívne hybridné tlačiarenské stroje na etikety, pracujúce na báze atramentovej tlače.

Systém Jet-IQ, ktorý vyvinula spoločnosť AVT, ponúka mocnú kombináciu rýchlosti výroby a istoty kvality. Nielenže zabezpečuje ukážkovú kvalitu tlače aj pri vysokých rýchlostiach, ale súčasťou riešenia je aj rýchle nastavenie a tiež plná kontrola funkcií. Výsledkom je, že tlačiarne môžu tlačiť rýchlejšie, ale aj častejšie. Vďaka tomu umožňuje získať konkurenčnú výhodu. Spoločnosť AVT z izraelského mesta Hod Hašaron je globálnym lídrom v oblasti riadenia tlačových procesov a kontroly tlače. Ponúka riešenia, ktoré zlepšujú kvalitu tlače prostredníctvom on-line monitoringu, kontroly či systému výstrah. Firma má riešenia pre trh tlače obalov, etikiet a skladaných kartónov. Jej hlavným produktom je zariadenie PrintVision/Jupiter pre tlač obalov. Ide o kontrolný systém na báze snímania, ktorý odhaľuje chyby v procese tlače. Pre trh tlače etikiet je, okrem iných, určený



PrintVision/Helios – workflow kontrolný systém na zabezpečenie kvality. Izraelská firma má päť dcérskych spoločností – v Nemecku, v Belgicku a v Spojených štátoch.

✎ dam

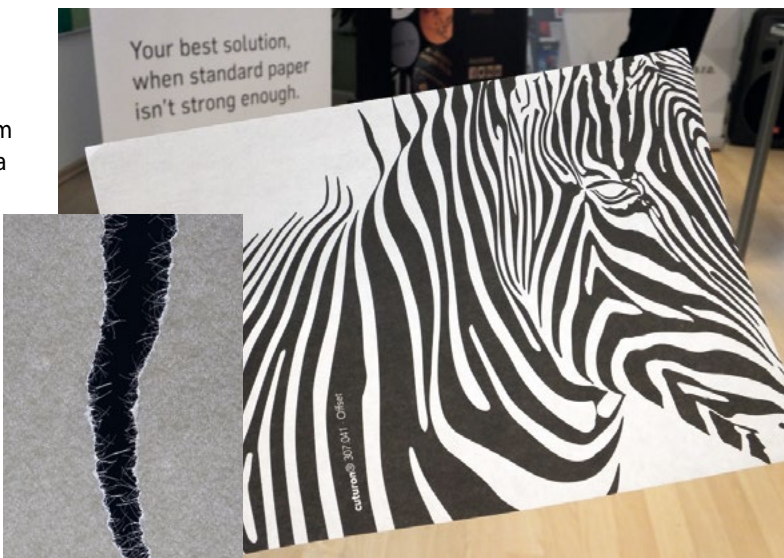
Čitateľ, poznáte papier, ktorý vydrží prejazd tankom?

Predchodcu moderného papiera možno nájsť v Číne a archeologické fragmenty sa datujú do druhého storočia pred našim letopočtom.

Proces výroby papiera údajne odhalil dvorný eunuch.

Dejiny človeka sú aj dejinami papiera

Európe však trvalo dlho, kým si tajomstvo osvojila, výroba papiera sa rozšírila z Číny cez Blízky východ v 13. storočí. Vtedy boli postavené prvé vodné papierne. Konopné vlákno sa používalo od čias pred Kristom až do konca 18. storočia. K industrializácii došlo až v 19. storočí. Papier zo začiatku nazývali bagdatikos, pretože novinka sa šírila od Bagdadu. Samotné slovo papier pochádza z latinského slova papyrus - označuje papierový materiál vyrobený z drene rastliny Cyperus papyrus. Používal sa v starovekom Egypte a stredomorských kultúrach pred príchodom



Pri roztrhnutí papiera Neobond sú vidno syntetické vlákna.

čínskeho spôsobu výroby papiera. Slovo papier je síce odvodené od papyrusu, ale výroba papiera má dve úplne odlišné metódy spracovania a celkom iný historický vývoj.

V súčasnosti existuje nepreberné množstvo druhov papiera – napr. s prímiesou čerešní, levandule, kávy, kože... Ide o zvyškový materiál, ktorý sa takto

recykluje. Papier získava svojský príbeh a vnáša do komunikácie nový rozmer.

Experiment švédskej armády

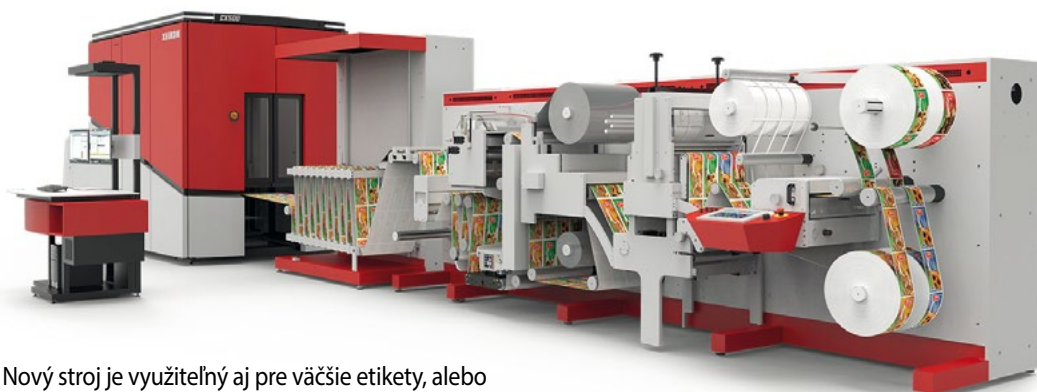
Predstavte si pôsobivé video. Tank sa valí vpred a pod jeho kolesami sa v blate krčí papier. Je to vlastne mapa, ktorú dali vyrobiť pre potreby švédskej armády. Stal sa malý zázrak, mapa prežila aj tank, aj krst blatom. Umyli ju, vysušili a stále to bola tá istá mapa – bez známkov zjavného poškodenia. Tieto špecifické vlastnosti má papier nemeckej firmy Lahnpaper. Papier Neobond – spojenie celulózy so syntetikou - vyvinuli v 50. - 60. rokoch minulého storočia, keď nemecká vláda potrebovala množstvo dokumentov. Syntetické vlákna predlžujú životnosť a odolnosť papiera, a tiež rozširujú spektrum jeho použitia. Ak nasnímate túto stránku mobilom cez aplikáciu CP Clicker, dostanete sa priamo k spomínanému videu (návod nájdete na titulnej strane novín).

Široké spektrum využitia

Dokumenty zo špeciálneho papiera sú trvanlivé, keď sa po 20 rokoch našiel v rieke pás z tohto materiálu, stále bol zachovalý. Papier Neobond ponúkajú vo viacerých farbách, dokonca aj v čiernej verzii. Po roztrhnutí jemného 105-gramového papiera Cuturon vidieť syntetické vlákno, no materiál je papierom, na ktorý sa dá písať aj tlačiť. Nemá rád inkjet atramentovú tlač, ale aj na to sa v Lahnpaperi našlo riešenie. Cuturon existuje aj v 41-gramovej verzii. Použitie je široké, od výroby čísiel pre športovcov, najmä pre atlétov, cez výrobu obálok až po obsiahly svet reklamy. **dam**

Keď súčasnosť tvoria vizionári

Spoločnosť Xeikon sa na veľtrhu Labelexpo mala čím pochváliť, predstavila svoj nový digitálny tlačiarenský stroj Xeikon CX500. Ide o prvý stroj na báze novej platformy suchého tonera, ktorý už obtočí v podmienkach štvrtej priemyselnej revolúcie (Industry 4.0).



Nový stroj je využiteľný aj pre väčšie etikety, alebo tiež také, ktoré potrebujú kryciu bielu, či rozšírený farebný gamut. V prípade takejto výroby predstihuje Xeikon CX500 svojou produktivitou všetky vysoko cenené digitálne tlačiarenské stroje. Výkonnosť spočíva v šírke dráhy do 520 mm, technológii úplnej rotácie, ako aj rýchlosti tlače 30 m/min. Nový model patrí do radu Cheetah – stroj so suchým tonerom a doplná Xeikon CX3.

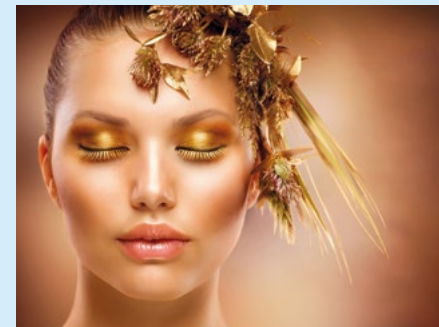
Sľubný vývoj technológie

Podľa slov marketingového šéfa firmy Filipa Weymansa je predstavenie nového stroja dôkazom „kontinuálneho angažovania sa“ v ďalšom vývoji technológie suchého tonera pre tlačiarenský a baliarský trh. Ide pritom o technológiu, ktorá je pripravená na výzvy budúcnosti. Možnosť

zhotovovania väčších etikiet je osobitne dôležitá s ohľadom na ich konečné využitie, ako sú napríklad výrobky pre domácnosť, výživu zvierat, či výrobky na dekoratívne účely. Nová generácia strojov so suchým tonerom od firmy Xeikon sa vyvíjala na báze štyroch kľúčových hodnôt, medzi ktoré patrí intuitívna interakcia s obsluhou. Stroj ukazuje, kedy je potrebný zásah zo strany obsluhy, obsahuje Online-Wiki dátovú banku s odpoveďami na podporné otázky. Všetky použité inovatívne prvky vytvárajú komunikačné rozhranie medzi človekom a strojom a sú už v znamení Industry 4.0. Používatelia tak môžu rýchlo definovať a použiť optimálne nastavenie.

Suchý toner je zárukou kvality

Stroje so suchým tonerom celkovo charakterizuje špičková kvalita a dosahujú konštantne vysokú kvalitu tlače pri väčšej šírke dráhy, vyššej rýchlosti a vysokom rozlíšení 1 200 dpi. Pre stroje z radu Cheetah sa rozhodla aj v Belgicku sídliaca tlačiarenská spoločnosť Femalabel, ktorá investovala do dvoch digitálnych tlačiarenských strojov na etikety Xeikon CX3, vystavených na Labelexpo. Novými strojmi svoju kapacitu viac ako zdvojnásobila. Investícia poskytla spoločnosti riešenie pre rastúce požiadavky na vysokú kvalitu a komplexné špecializované produkty. **dam**



Oslávte deň kreatívnej tlače!

Svetové trendy kreatívnej a priemyselnej tlače budú hlavným motívom netradičného podujatia určeného pre všetkých dizajnérov, kreatívcov, profesionálnych tlačiarov ako aj marketingové agentúry.

Návštevníkov čakajú ukážky luxusných obalov, slovenská premiéra nových digitálnych zariadení, praktické ukážky ako aj diskusia s odborníkmi. „Deň kreatívnej tlače“ sa uskutoční **30. 11. 2017 v Banskej Bystrici**. Cieľom podujatia je nielen navzájom prepojiť svet tlačiarov, dizajnérov a kreatívcov, ale im aj názorne ukázať, že slovenské obaly, letáky, škatulky ako aj etikety môžu vyzeráť luxusne a jedinečne. Stačí popustiť uzdu Vašej fantázii. Návštevníci na vlastné oči uvidia najnovšie trendy v svetovej kreatívnej a priemyselnej tlači. Či už je to 3D parciálne lakovanie, metalické efekty, alebo horúca razba od Konica Minolta. Ako prví dostanú príležitosť vidieť novú generáciu digitálnych farebných produkčných zariadení tejto značky. Každý profesionál sa môže tešiť na praktické ukážky zušľachtovania výtlačkov na zariadení MGI JETvarnish, alebo voľnú diskusiu s odborníkmi.

Tlačiť vieš, skrášľuj

Etikety na luxusné vína, vianočné pozdravy, obaly na lieky s Braillovým písmom, alebo certifikáty k luxusným hodinkám. To je len výber niektorých produktov, kde kvalitná tlač hrá dôležitú úlohu. Ukážeme Vám, že jedinečný dizajn môžete dosiahnuť bez zložitej prípravy. Samozrejmosťou je vysoká produktivita, možnosť kombinácie UV laku a fólie, či nulová príprava. „Naším cieľom je ukázať, že kreatívna tlač dnes ponúka neobmedzené možnosti a je dostupná pre veľké ako aj malé zákazky,“ konštatuje Štefan Peľo, produktový manažér Konica Minolta Slovakia. Ak chcete zažiť celý deň nabitý najnovšími technológiami ako aj najnovšími trendmi kreatívnej tlače, neváhajte! Prihlásiť sa môžete na: www.konicaminolta.sk/kreativnatlac **mo**

PUSH TO STOP

Push to Stop je naša predstava o tlačovej produkcii budúcnosti. Je založená na automatizácii, inteligentných technológiách a plne integrovaných strojoch, ktoré vyrábajú zákazky bez zásahu človeka. Push to Stop zaisťuje automatizovanú, vysoko efektívnu a bezchybnú produkciu. Vy sa môžete sústrediť na to podstatné: na business.

HEIDELBERG

Heidelberg Slovensko, s. r. o.
Novobanská 10, 851 01 Bratislava
Tel: 02 / 63 81 06 30, E-mail: info.sk@heidelberg.com, www.heidelberg.sk



xerox

MÁM V TOM JASNO

Vďaka inteligentnému vyrovnávaniu média sa mi papier pri tlači na stroji radu **Xerox Versant** nikdy neskrúti. Systém SIQA na niekoľko kliknutí rozpozná rozmerové odchýlky papiera a nastaví predozadnú registráciu bez zásahu operátora. Stačí tlačiť a zarábať. **Mám** na to **čas**.

Stroje radu Xerox Versant



www.casajpeniaze.sk

Spandex predstavuje textilný pop-up systém

Spoločnosť Spandex, dodávateľ inovatívnych riešení pre grafický a signmakingový priemysel, predstavuje nový revolučný modulárny textilný displejový pop-up systém od spoločnosti A. Berger. Tento systém sa vyznačuje mobilitou, flexibilitou, pevnosťou a bezkonkurenčnou manipuláciou.

Vďaka širokému sortimentu príslušenstva si môžu užívatelia systém prispôsobiť podľa svojho prania. Systémy A. Berger umožňujú zákazníkom premeniť jednu či viac pop-up stien na výstavný stánok, obrí horizont alebo svetelný displej. Pop-up steny môžu byť rovné alebo zakrivené. K dispozícii je tiež voliteľné podsvietenie pomocou LED závesov, alebo osvetlenia pomocou bodových LED svetidiel. Vďaka voliteľným montážnym konzolám je možné nainštalovať dokonca aj monitory alebo police. Pre zvýšenie stability, hlavne pri výstavných stánkoch a svetelných boxoch, sú k dispozícii stabilizačné nohy. Textilné grafické prvky s plochými silikónovými páskami sa namontujú do drážok U-profilov, ktoré je možné nainštalovať okolo celej pop-up steny. Vďaka tomu je možné dosiahnuť hladký vzhľad textilnej pop-up grafiky bez záhybov.

Systém pop-up ako lightbox

A. Berger pop-up je tiež rozšíriteľný, viaceré jednotky môžu byť navzájom prepojené pomocou špeciálnych konektorov, ktoré zákazníkom umožňujú vytvárať komplexné, „viacpodlažné“ tvary a prepracované konfigurácie. Tie ponúkajú ďalšiu úroveň flexibility a potenciálu a sú neporovnateľné s tradičnými riešeniami. Textilný pop-up systém je určený na použitie so strechovými tkaninami a tiež s ImagePerfect textilnými materiálmi: **IP2316** (Display Premium Textile), **IP2328** (Display Satin) a **IP2329** (Display Textile) pre nesvetelné aplikácie alebo **IP2316**



(Polystretch) a **IP2325** (Display Premium Textile) pre backlitové svetelné aplikácie. Grafiku na systém je možné nainštalovať jednostranne, jednostranne s uzavretými bokmi (po celom obvode). Pop-up stánok: modulárny systém sa dá vytvoriť rôznymi kombináciami zo štandardných materiálov. Môžu sa spájať pop-up steny zľava doprava, zhora dole, alebo zozadu dopredu pomocou rovných konektorov. Pomocou L-konektorov je možné postaviť stenu L alebo mostík. Pomocou vnútorných L-konektorov sa dá postaviť T-stena. Vďaka takmer neobmedzeným a kreatívnym možnostiam je možné jednoducho vytvoriť spojením pop-up stien vyššie či nižšie steny pre akúkoľvek udalosť.

☛ **Denisa Ružová, Spandex, s.r.o.**

Afrika v kancelárii na druhý deň

Podiel digitálnej tlače na svete predstavuje necelé tri percentá a rastie pomaly. Analógová tlač je neustále vnímaná ako niečo, čo nevytvára dostatočný priestor pre kreatívny priemysel, je zastaraná a málo dynamická. V digitálnej tlači to ale vôbec nie je tak. Naopak, je rýchla, flexibilná a kreatívna.

Digitálna tlač nie je len o personalizácii, jej neuveriteľné možnosti sa postupne odkrývajú a otvárajú nové príležitosti. Koncom septembra sa konal webinár „Tapety - ďalšia revolúcia v digitálnej tlači?“ pod vedením Marcusa Timsona, ktorého cieľom bolo poukázať na využitie digitálnej tlače pri výrobe a dizajne tapiet. Marcus je známy ako guru v oblasti využívania tlačových inovácií v širokom spektre priemyselných odvetví. Jeho dieťaťom je napríklad úspešný veľtrh InPrint. Možnosti digitálnej tlače v kreatívnom priemysle podľa neho skrývajú taký potenciál, že si zaslúžia vlastný veľtrh. Výstava Pure Digital bude mať premiéru 17. - 19. apríla 2018 v Amsterdame. Tapety sú jedným z dôležitých pilierov tohto podujatia.

Tapety – cesta ako sa odlišit'

Masové prispôsobenie zákazníkom (customisation) pozorujeme už dve dekády, ale až teraz sa naozaj dostáva do povedomia ako výrobcov, tak aj zákazníkov. Pre obchodné značky znamená niečo, čím sa môžu odlišit' od konkurencie. Digitálna tlač umožňuje vysokú mieru prispôsobenia dizajnu vkusu zákazníka a možnosť plniť jeho často, šialené" predstavy. Digitálne tlačené tapety sa využívajú napr. v reštauráciách, kaviarňach, wellness alebo v hoteloch či múzeách. Ich značka sa tak stane jedinečnou, tapety možno často meniť a zakaždým prekvapiť zákazníka. Dizajn značky sa navyše stáva aj objektom hodnotenia na webových stránkach, na ktorých zákazníci komentujú návštevu kaviarne, hotela a pod. V domácnosti sa tapety dajú rovnako skvelo využiť na oživenie priestoru. Dobrým nápadom je napríklad vytapetovať detskú izbu. Ale nie len tak, tapety môžu byť kreatívne: nechávajú deti, aby si ich domalovali alebo po naskenovaní rozprávkovej postavičky sa spustí na mobile alebo tablete rozprávka.

Dizajn a inštalácia – bez toho to nejde

Tapety nie sú len o technike tlačenia, ale aj o dizajne. V čase krízy počet tapiet prudko poklesol a s nimi sa stratili aj špecializovaní dizajnéri. Dnes, keď je kvalita tlače na vysokej úrovni, je zasa ťažké zohnať dobrých dizajnérov. Mnohí nevedia, do čoho sa púšťajú. Niečo navrhnu, ale v konečnom dôsledku to môže skončiť ako jedna veľká katastrofa. Na webinári pri tejto téme citovali známeho dizajnéra Sira Terena



Conrana: „Dizajnéri nemôžu robiť dizajn dovtedy, kým nebudú vedieť, akou technikou sa bude realizovať.“ Dizajn v tomto prípade predstavuje 80 – 90 % úspechu. A rovnako je dôležité mať dobrých aplikátorov. Ak tapetu nalepíte zle, je to pohroma a zákazník Vám už nebude viac dôverovať.

Predstavuje digitálna tlač tapiet revolúciu?

Účastníci webinára sa jednotne zhodli, že ide o revolúciu. Dôvodov je hneď viacero: rýchlo sa adaptujú na rôzne trhy, sú vysoko špecializované na potreby zákazníka a stačí zdvihnúť telefón a Afriku v kancelárii môžete obdivovať na druhý deň.

☛ tf

Model odfarbovania papiera je zastaraný

Grafický priemysel sa pripravuje na príchod ďalšieho štandardu ISO 21331. Norma má ambíciu napomôcť štandardizovať odfarbovanie a vytvoriť v širokej miere použiteľnú druhotnú surovinu. Cieľom je ochraňovať prírodu zvýšením schopnosti recyklovať potlačené materiály a pomôcť vybrať výrobcovi a zákazníkovi tlačové médium tak, aby bolo čo najpriateľskejšie k životnému prostrediu.

Nanešťastie, vývoj je taký rýchly, že napr. v digitálnej a flexo tlači bude jeho obsah zastaraný ešte skôr, ako sa objaví. Preto často spoločnosti ignorujú takéto štandardy a riešia aktuálnu situáciu po svojom. Politika okolo štandardu ISO 21331 má byť podľa viacerých výrobcov viac o ochrane existujúcich modelov odfarbovania pre konvenčnú ofsetovú a digitálnu tonerovú tlač.

A čo odfarbovanie textilu?

Existuje viacero spoločností, ktoré pracujú na vývoji nových postupov odfarbovania, čím chcú zabezpečiť recyklovateľnosť aj digitálne potlačených materiálov. V súčasnosti ide o najmenej šesť výrobcov digitálnych tlačových strojov. Netýka sa to však len papiera, ale napr. aj textilu, na ktorý štandard nemyslí. Do skupiny vývojárov, Digital Printing Deinking Alliance, patrí napr. aj EFI alebo Landa. Vývojári pracujú na takých formách atrymentu, ktoré budú môcť byť odstránené z povrchu určitými chemickými alebo fyzikálnymi vplyvmi. Spoločnosť EFI skúša novú metódu vyvinu-

tú v spolupráci s Univerzitou Western Michigan na atramentoch pre tlačiareň Nozomi C18000. Univerzita sa tejto problematike venuje už niekoľko rokov. V laboratóriu metóda funguje perfektne, a tak ju už skúša aj zákazník – španielska spoločnosť Hinojosa, pri recyklácii digitálne potlačenej vlnitej lepenky. Odfarbovanie je neoddeliteľnou súčasťou procesu recyklácie a je ekonomicky výhodné. Materiály sa vrátia do priemyslu ako surovina. Je len otázkou času, kedy sa v praxi presadí štandard ISO 21331, ale aj otázne, ako rýchlo bude reagovať na dynamické zmeny podmienok v grafickom priemysle.

☛ tf



Je späť a lepší, než si ho pamätáte



Po takmer 10 rokoch predstavil Logitech nový trackball s názvom MX ERGO. Ponúka komfort vďaka jedinečnej možnosti nastavenia náklonu, presnejšie sledovanie pohybu a možnosť pripojenia k viacerým zariadeniam súčasne tým, ktorí hľadajú alternatívu k myši a touchpadu. Oproti štandardným myšiam je pri používaní trackballu MX ERGO svalové napätie v ruke nižšie až o 20%. Pomocou nastaviteľného pántu môžete zväčšiť uhol náklonu od 0 do 20 stupňov, čo zlepšuje polohu zápästia a jeho vybočenia. Starostlivo navrhnutý tvar poskytne Vašej ruke plnú oporu pre dlaň i prsty, zatiaľ čo mäkké pogumovaný povrch zaistí pevný a pohodlný úchop aj pri dlhých hodinách práce.

Trackball ponúka najmodernejšiu technológiu sledovania pohybu umožňujúcu rýchlejšiu a presnejšiu navigáciu s možnosťou stlačením tlačidla okamžite prepnúť medzi rýchlym alebo precíznym pohybom kurzoru (čosi ako zmena DPI u myši) a použitím tak optimálne ovládanie pre danú situáciu. Vybavený je dobíjacou batériou, ktorá pri plnom nabití vydrží až štyri mesiace. Ak ju potrebujete rýchlo dobiť, stačí Vám len jedna minúta nabíjania a budete mať dostatok energie na celý deň práce. Možnosti trackballu MX ERGO rozširujú aj funkcie Logitech Easy-Switch a Logitech Flow. Vďaka ich aplikácii môžete trackball veľmi efektívne používať na viacerých zariadeniach súčasne a využívať možnosti zdieľania na úplne novej úrovni. Bez problémov možno jedným kurzorom ovládať dva počítače a medzi nimi kopírovať alebo vkladat obsah, fotografie a dokumenty. Prevedenie MX ERGO je veľmi elegantné aj vďaka kvalitným materiálom, ktoré padnú príjemne do ruky. Vzhľad ladí s ďalším príslušenstvom Logitech ako je vyspelá klávesnica CRAFT, ovládač prezentácií Spotlight alebo reproduktor MX Sound.

• **Marek Liška**

Dva vavriny pre Ricoh v rámci GERMAN DESIGN AWARD 2018

Spoločnosť Ricoh získala nemeckú cenu za dizajn pre rok 2018 hneď v dvoch kategóriách. V kategórii „Zábava“ bol ocenený fotoaparát PENTAX K-1 a ďalším víťazom sa stala multifunkčná tlačiareň RICOH MP, a to v kategórii „Počítače a komunikácia“.

Nemecká cena za dizajn je prestížne medzinárodné ocenenie, ktoré prepožičiava nadácia, založená na podporu rozvoja dizajnu z iniciatívy nemeckého spolkového snemu (dolnej komory nemeckého parlamentu) v roku 1953. Z výnimočných dizajnových výrobkov z celého sveta získajú nomináciu do súťaže o nemeckú cenu za dizajn tie produkty, ktoré navrhne Rada pre dizajn. V rámci súťaže sa udeľujú štyri tituly: Zlatá cena, Víťaz, Zvláštne ocenenie a Nominácia. Zlatá cena, Víťaz a Zvláštne ocenenie sú prepožičiavané produktom s najlepším dizajnom zo všetkých nominovaných.

PENTAX K-1 digitálny SLR fotoaparát

Digitálna „jednooká zrkadlovka“ PENTAX K-1 je vlajkovým modelom uznávanej a oceňovanej

série PENTAX K. Tento model je vybavený veľkým obrazovým snímačom CMOS, ktorého veľkosť zodpovedá plnému formátu obrazu 35 mm filmu, aby mohol poskytovať snímky s vysokým rozlíšením, potrebným pre náročnú prácu a umleckú tvorbu profesionálnych i amatérskych fotografů. Model Pentax K prešiel radikálnou zmenou dizajnu, ale pritom si zachováva svoje naj-



lepšie tradičné vlastnosti, precíznosť a poctivú konštrukciu s výbornou ergonómiou. Tradičný symbol týchto zrkadloviek, kryt pentaprizmatického hľadáča, dostal modernejšie zaoblené tvary. Ergonomické tvarovanie batériového gripu bolo taktiež vylepšené niekoľkými zásahmi, takže sa pohodlne drží a výborne padne do každej ruky. A ďalej, pre rýchle vyhľadávanie či priamy výber funkcií a zadávania dát bol novo pridaný otočný volič.

Multifunkčná tlačiareň RICOH MP série 2555 / 3055 / 3555 / 4055 / 5055 / 6055

Zámerom pri navrhovaní tejto digitálnej čierno-bielej multifunkčnej tlačiarne bolo dosiahnuť prepojenie praktického využitia a estetickéj príťažlivosti vďaka jednoduchému ovládaniu a komfortnému používaniu. Vstupné a výstupné zásobníky majú rôzne farby, aby sa užívateľ ľahko orientoval pri skenovaní, kopírovaní alebo tlači. Užívateľské rozhranie na dotykovej obrazovke poskytuje intuitívne ovládanie, podobne ako na chytrom telefóne. Rukoväť zásobníka papiera možno uchopiť zhora i zdola, čo umožňuje ľahkú manipuláciu.

• **RICOH Slovakia s.r.o.**

Ste pripravení na GDPR?

Nové nariadenie sa bude týkať pravdepodobne aj Vašej firmy!

Po štyroch rokoch kontroverzných diskusií ohľadne toho, ako by mala vyzeráť nová právna úprava pre ochranu osobných údajov, bol schválený text nariadenia známy ako GDPR a do platnosti vstúpi od 25. 5. 2018.

Nahradí zákon č. 122/2013 Z.z. o ochrane osobných údajov, ktorý bude zrušený.



GDPR (General Data Protection Regulation) znamená menšiu revolúciu v oblasti ochrany dát. Aj keď bude mať najväčší dosah na veľké spoločnosti, ktoré spracúvajú značné množstvo osobných údajov, ako sú napríklad banky, farmaceutické a telekomunikačné spoločnosti, nezanedbateľné množstvo

nových povinností prinesie aj pre menšie a stredné podniky. Aplikovať sa bude na každého, kto spracúva osobné údaje. Dá sa povedať, že dnes už ťažko existuje spoločnosť, ktorá by osobné údaje nespracúvala. Ak máte zamestnancov alebo zákazníkov, je veľmi pravdepodobné, že osobné údaje spracúvate. GDPR teda nebude môcť ignorovať skoro nik.

Čo je „osobný údaj“?

Nebudeme tu rozpisovať právne definície, pretože tie si môžete nájsť v zákonoch. Z pohľadu GDPR medzi osobné údaje patria napríklad aj meno a priezvisko, fotografia (vrátane kamerových záznamov), e-mailová adresa, telefónne číslo, číslo účtu, hlas (zvukový záznam) a podobne. Ak tieto dáta obsahuje niektorá z vašich databáz (je jedno, či ide o klienta, alebo o zamestnanca), mali by ste zbystritiť pozornosť a informovať sa viac o GDPR. Zjednodušene – už aj adresár v telefóne obsahuje množstvo osobných údajov, ktoré je potrebné chrániť, rovnako ako napríklad účtovné doklady (zmluvy a faktúry).

GDPR prinesie veľký počet zmien a tieto budú mať dosah takmer na každú firmu a organizáciu. Oveľa širšiu zodpovednosť budú mať všetci, ktorí spracúvajú nejaké dáta s osobnými údajmi. Podľa GDPR budú musieť určité spoločnosti (týka sa to najmä bánk, poisťovní a pod.) dokonca nominovať tzv. zodpovednú osobu, ktorá bude zodpovedná za veci súvisiace s GDPR. Zvyšujú sa tiež pokuty.

Pokuty až na „likvidačnú úroveň“

Zo zákona ste povinný oznamovať porušenie ochrany osobných údajov regulátorovi aj jednotlivcom, ktorých sa dotýka. Každý prípad bude posudzovaný individuálne, no v prípade preukázania Vašej viny vám hrozia naozaj vysoké pokuty. Dostať ich môžete napr. aj za nezabezpečenie dostatočnej bezpečnosti spracúvaných osobných údajov (okrem iného napríklad aj šifrovaním), nedostatočnú zmluvu so sprostredkovateľom, ktorá nespĺňa podmienky podľa GDPR, alebo neoznámenie porušenia ochrany osobných údajov, či nenominovanie zodpovednej osoby v tých prípadoch, kde je to vyžadované. Všetky dáta, vrátane dát na prenosných médiách, je potrebné šifrovať.

Ako si poradiť s GDPR

Tento článok nemal byť návodom, ale mal skôr po-

slúžiť ako varovanie, pretože 25. máj 2018 tu bude skôr, než sa nazdáme a väčšina firiem sa problematikou GDPR ešte nezačala zaoberať. Ak by sme chceli pripraviť návod na zvládnutie, potrebovali by sme niekoľko desiatok strán. Napriek tomu sa pokúsime dať Vám aspoň 5 najzákladnejších tipov, ako si poradiť s GDPR.

1. Určite si kompetentnú osobu pre otázky GDPR v rámci spoločnosti – ideálny je právnik

s technickým vzdelaním. Ak nemáte vhodného človeka, nájdite si externého konzultanta, alebo firmu, ktorá sa špecializuje na problémy s GDPR.

2. Zmapujte, aké dáta Vaša spoločnosť spracúva a s technikom si prejdite spôsob ich zabezpečenia. Povaha a rozsah dát budú určujúce pre množstvo povinností, ktoré budete musieť v rámci GDPR plniť.
3. Určite si priority a stanovte harmonogram. Nie je možné urobiť všetko naraz, a tak si treba stanoviť úlohy a termíny, aby sa veci dali do pohybu.
4. Prestaňte prenášať dáta na nezabezpečených diskoch. Šifrovanie, heslá, PIN kódy a pod. treba nastaviť aj na mobilných zariadeniach, vrátane notebookov.
5. Začnite už dnes! Čas máte len do 25. mája 2018.

• **jr**

REKLAMA POLYGRAF

25. MEZINÁRODNÍ VELETRH REKLAMY, MÉDIÍ A POLYGRAFIE

OBALY

2. VELETRH OBALOVÝCH INOVACÍ A TECHNOLOGIÍ

www.reklama-fair.cz, www.veletrhobaly.cz

29.–31. 5. 2018

Objavte Mondi nový hladký papier
pre vysokorychlostnú atramentovú tlač

www.mondigroup.com/printing

Toto vydanie Novín pre grafický priemysel je vytlačené na papieri DNS high-speed inkjet.

Tlač zo všetkých strán

noviny

PRE GRAFICKÝ PRIEMYSEL

Číslo 11 • NOVEMBER 2017 • 17. ročník

VYDÁVA • Focus Pro, s. r. o.

ŠÉFREDAKTOR
Ing. František Kavecký - francek@focuspro.sk

SÍDLO VYDAVATEĽA
Svetlá 1 • 811 02 Bratislava 1 • IČO 35 793 147
tel: 02/6252 7131

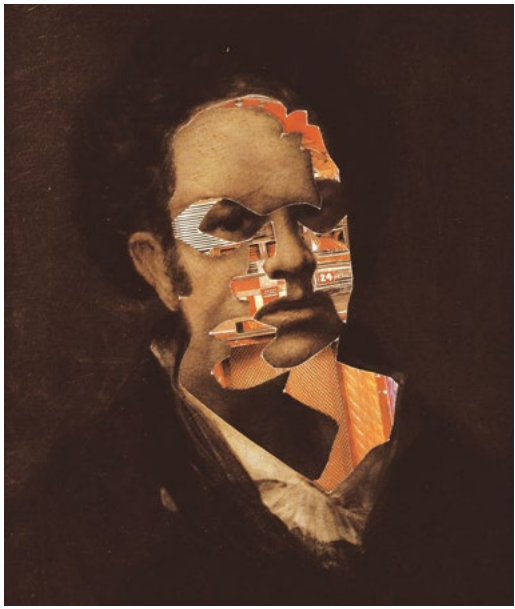
INZERČIA A INFORMÁCIE
Focus Pro, s. r. o. • Svetlá 1 • 811 02 Bratislava
info@focuspro.sk

Mesačník • Vychádza v náklade 1 200 kusov • Redakcia nezodpovedá za obsah inzerátov • Inzercia neprešla jazykovou úpravou • Dobrovoľné príspevky nevraciame a nehonorujeme • MK SR EV 3005/09, ISSN 1335-7239 • Tlač Česká pošta s.p., pracovisko Postservis • Rozširuje Adres, s. r. o. • Spoločnosť Focus Pro, s. r. o., je zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava 1, oddiel: Sro, vložka: 22196/B.

www.focuspro.sk

www.facebook.com/focuspro.sk

Ecce homo ECO



Práve otvára päťdesiaty piaty text na toto miesto v týchto novinách. Niektoré veci idú rýchlejšie, ako by sa zdalo, niektoré rýchlejšie, ako by si človek prial. Len tri čísla späť som písal o tom, že „som kúpil šikovný rám na tri fotky a rozhodol som sa, že si do neho vložím portréty troch ľudí, ktorí z môjho pohľadu zmenili svet veľkým, zásadným spôsobom a súčasne sú pre mňa zastretí akýmsi tajomstvom. Prvý z trojice bol jasný – Tesla. Druhý mi netrval dlho – Achnaton alias Amenhotep IV. Tretieho nemám dodnes...“ Uplynuli tri mesiace a mám. Vlastne som mal už dávno, no až teraz môj obdiv prerástol tú hranicu, ktorú som pre seba potreboval udeliť jeho veľkosti. Aj tú som asi mal, pretože keď počiatkom minulého roka zomrel, napísal som u seba na FB, že IQ ľudstva práve prudko kleslo. Zlomila ma jeho Spoved začínajúceho románopisca, fantastická práve tým všetkým, čo v nej nenapísal. Umberto Eco. Dostal som sa k nemu asi pred tridsiatimi rokmi

okľukou – cez sfilmované Meno ruže, odtiaľ ku knižnej podobe a k Ecovi románopiscovi vôbec a oveľa neskôr, keď som sa začal očarený symbolmi, znakmi a komunikáciou zaoberať semiotikou, tak som znovu zakotvil pri ňom – Ecovi vedcovi. Jeho romány sú ako prednášky, prednášky ako romány, vedecké knihy ako odhaľovanie sveta, jeho systematika ako detektívky, život ako niekoľko životov. A nič nie je len tak. Eco mal taký záber vedomostí, že keď potreboval, vymyslel si miesto, postavy a udalosti, dokonca archaickú podobu jazyka s takými dôkazmi a dôveryhodnosťou, že jeho fanúšikovia ich skutočne nachádzajú a odhaľujú k jeho vlastnému úžasu, pretože on sám bol presvedčený, že existujú len v jeho predstavách. Onedlho po Mene ruže som čítal jeho priznanie, že literárny požiar kláštornej knižnice bol okrem vyjadrenia nezvratnosti ničenia najvzácnejších odkazov i pretavením strachu z toho, že jeho vlastná knižnica by mohla zhorieť. Chápal som ten strach v jeho podstate, ale Eca som pochopil, až keď som ho pred pár rokmi v nejakom videu videl jeho knižnicou kráčať. Kráčať veľmi dlho. Do

toho sa mi prelína z filmu to escherovské schodisko s bludiskom, ktoré pre mňa stvárnilo mapu Ecovho mozgu. Nech vojdete ktorýmkoľvek vstupom, môžete skončiť kdekoľvek, no vždy ku svojmu vlastnému prevkapieniu. Mám pri posteli rad jeho kníh. Nie na všetko mám vždy chuť a na niektoré ešte stále nemám hlavu. Najlepšie na tých druhých je, že mi väčšinou stačí niekoľko viet ako návod na použitie hlavy mojej. Tých niekoľko viet ma odradí do vód, kam by som sa sám ani nevybral, lebo nebolo prečo. A tie vody sú plné tvorov a okolo sú úžasné krajiny... Prepáčte, že dnes som sa nedostal k nejakému zo všeobecnému, alegórii ani ničomu použiteľnému. To preto, že na to všetko je tu dnes Umberto – princípál svojho vlastného cirkusu svetového mena. Vstúpte! Uvidíte, čo ste ešte nevideli!

Stano Bellan



Nils, Holgersson & Bellan
kreativita, komunikácia, texty



Konkurencia Sixtínskej kaplnke?

Prekrásne obrázky na vnútorných i vonkajších stenách dokáže vytvárať nová tlačiareň, ktorú vyvinula nemecká firma Wallpen, s.r.o. Inovatívne a veľmi praktické riešenie využíva technológiu atramentovej tlačiarne spoločnosti Xaar.

Tlačiareň Wallpen je patentovaný, mobilný, veľkoformátový UV tlačový systém na tlač obrázkov a grafiky priamo na steny a vertikálne plochy. Tlačí úžasné, odolné farby s vysokým rozlíšením na široký rad podkladov, vrátane tapiet, dreva, kameňa, plastu, dlaždíc, skla, kovu a betónu. Vyvinuli ho na báze 15 patentov a vznikol vyše dvoch rokov, po rozsiahlom prieskume trhu. Jeho súčasťou je štvorfarebná tlačová hlava Xaar 128. Tlačiareň používa UV-atrament, špeciálne vyvinutý pre tlač stien. Obrázok vzniká veľmi podobným spôsobom, ako bežné atramentové tlačiarne tlačia na papier, avšak vertikálne. Zariadenie súčasne skenuje po povrchu



Tlačiareň Wallpen je schopná pokryť až 4 m² za hodinu. Tlačí obrázky a grafiky vertikálne priamo na steny.

s použitím lasera, aby sa prispôbilo povrchovým nedokonalostiam a nerovnostiam. Preto tlačiareň automaticky a priebežne nastaví tlačové rameno pre všetky zmeny povrchu podkladu, na ktorý tlačí. Dokáže vytvárať farebné vzory na stenách do takmer štvormetrovej výšky, bez obmedzenia šírky.

Pre dizajnérov ako stvorené

Tlačiareň Wallpen je schopná pokryť až 4 m² za hodinu s rozlíšením 370 x 600 dpi. Je kompaktná, vhodná pre stredne veľké vozidlo, ľahko sa transportuje a zvládne ju nastaviť jedna osoba za päť minút. Môže byť predmetom záujmu maliarov, dekorátrov a interiérových dizajnérov, rovnako ako tvorcov singmakingu, reklamných agentúr, grafických dizajnérov a firiem v mnohých ďalších sektoroch. Zariadenie je duchovným dieťaťom Andreasa Schmidta, výkonného riaditeľa Wallpen, ktorý zdôraznil, že tlačové hlavy Xaar 128 sú pre ich výrobok zásadné. Dodal, že je to pre ich schopnosť nanášať UV atrament, a tiež preto, lebo sa ľahko dajú namontovať do malej a ľahkej jednotky. Ako ďalej vysvetlil Schmidt, výsledkom je, že Xaar technológia hrá rozhodujúcu úlohu pri úspechu tlačiarne Wallpen. O novinku na výzdobu stien je už teraz veľký záujem.

dam



VELKÁ

PREDPLATITEĽSKÁ AKCIA S BONUSOM



- » Jedine Noviny pre grafický priemysel Vám na Slovensku prinášajú **každý mesiac aktuálne tlačené správy zo sveta polygrafie.** Pravdivé, overené, čierne a farebné na bielom, **bez fám a manipulácie.**
- » Dobré informácie a personalizácia tlače tvoria náš vzťah. Zabezpečte si nás predplatným a my **vieme, pre koho budeme písať.**

Zvoľte si sami svoje predplatné podľa bonusov, ktoré Vám prinesú najviac.

Predplatné

- ročné predplatné 12 čísel
- praktický zakladač na kompletný ročník NGP
- zaradenie do predplatiteľskej súťaže o hodnotné ceny

alebo

Predplatné Plus

- ročné predplatné 12 čísel v hodnote 36 eur
- zakladač na kompletný ročník NGP
- zaradenie do predplatiteľskej súťaže o ceny
- zadarmo 1x reklamná plocha v hodnote 215 eur

36 eur
ročník

72 eur
ročník

Partneri predplatiteľskej súťaže:

SOFTWARE
A M O S



EIZO

FUJIFILM

logitech



mondi

NEC

RICOH
imagine. change.

Vždy máte na výber – rozhodnite sa a môžete priamo vyplniť objednávku tu > alebo nás kontaktujte na adrese **redakcia@focuspro.sk**

