



Velmi úspěšný debut veletrhu **digi:media**



Nový veletrh ve formátu pro tisk ve věku mobilních médií se setkal s vysokou návštěvností: cca. 6 100 návštěvníků z 29 zemí. Debutující veletrh digi:media byl extrémně úspěšný. Přibližně 170 vystavovatelů a návštěvníků jednohlasně chválilo nový veletrh pro komerční tisk a digitální publikování a uvítalo odvážnou iniciativu Messe Düsseldorf, který přišel na trh s novým veletrhem rok před veletrhem drupa 2012.

Kai Büntemeyer, generální ředitel společnosti Kolbus GmbH & Co KG, to shrnul takto: „Veletrhem digi:media jsem opravdu nadšený. Tento výstavní formát funguje. Nabízí prostor pro rozhovory na nové úrovni.

A to je odměněno dostatečným množstvím návštěvníků s rozhodovacími pravomocemi.“

Frank Beinhold, zakladatel Mnichovské reklamní agentury S.A.M. a vystavovatel na digi:media hodnotí akci také pozitivně:

„Podle mého názoru rozhodnutí Messe Düsseldorf využít cross-media formátu pro veletrh jako je digi:media, je velmi odvážný a inovativní přístup na trhu tak rozmělněném jako je Německo.“

Během třídní události, která se konala od 7. do 9. dubna, se kolem 6 100 návštěvníků zabývalo tématy č. 1 v polygrafickém a mediálním průmyslu – tisk v mobilním věku, e-knihy, iPady, Facebook a podobně. „Přestože jsme se s digi:media pro začátek zaměřili na německy-mluvící země a země Beneluxu nakonec se nového veletrhu zúčastnili návštěvníci z 29 zemí,“ říká Hans Werner Reinhard, náměstek generálního ředitele Messe Düsseldorf, a dodává: „Z rozhovorů s vystavovateli víme, že i velmi vysoce postavení lidé s rozhodovací pravomocí ze zahraničí, například z USA, cestovali do Düsseldorfu jen proto, aby se zúčastnili veletrhu digi:media.“ digi:media si také získal pozornost mezinárodního tisku: na veletrhu se akreditovalo 314 novinářů z 19 zemí.

digi:media strategie, aby všechny cílové skupiny zapojené v komunikaci společně iniciovali multi-disciplinární výměnu, se ukázala zvláště úspěšná. Poskytovatelé tisku a mediálních služeb, stejně jako reklamní a kreativní agentury, marketéři a vydavatelé využili digi:media jako platformu pro shromažďování informací o konvergenci mezi mediálními kanály: tisk, web a mobilní komunikace.

Odborný program, který nabídl bezkonkurenční program s 13 kongresy, semináři, workshopy a celkem 170 přednášejících, byl také přijal velmi dobře. Zvláště Media Mundo kongres pro udržitelnou výrobu médií, na konferenci pořádané „Deutsche Akademie des Buchhandels“ a Adobe se staly hitem.

Ohlasy na digi:media 2011

Michael Mittelhaus, konzultant

„Jsem příjemně překvapen, že koncept se ukázal být správný a jak dodavatelům obsahu, tak dodavatelům hardwaru se to vyplatilo. Jsem také mile překvapený množstvím obchodů, které se zde uzavřely. Bylo to odvážné rozhodnutí od Messe Düsseldorf zahájit tento koncept rok před veletrhem drupa. Můj dojem je, že tento koncept má budoucnost.“

Karl Saueressig, Heidelberger Druckmaschinen

„Kromě konkrétních nabídek uzavíraných napříč celým produktovým portfoliem Heidelberg včetně nového digitálního tiskového stroje Ricoh, byly vyvolány četné smluvní obchodní projekty. Heidelberg představil řešení pro kombinování ofsetového a digitálního tisku. Na digi:media jsme potkali mnoho našich stálých zákazníků, kteří již dnes nabízejí reklamním agenturám a zadavatelům tisku inovativní tiskoviny. Jak naše zavedené produkty, tak samozřejmě naše nová digitální tisková řešení byly velmi dobře přijaty odborným publikem.“

Bertram Störch, Hewlett Packard

„Náš dojem z digi:media je celkově velmi pozitivní: velmi dobrý rozhovor, velmi dobrá účast. Veletržní koncept „Obsah potkává Technologie potkává Business“ se ukázal být velmi věcný. Máme také nabídku pro poskytovatele obsahu. Přidejte k tomu, že Düsseldorf je nejlépe umístěný veletržní areál v Německu – ne-li v celé střední Evropě.“

Peter Berger, Horizon

„Jsme velmi spokojeni s výsledky získanými na digi:media. Oslovili jsme zde naše zákazníky. Bylo to místo, kde jsme se setkali jak se zákazníky, tak s kolegy. Veletrh digi:media jasně předčil naše očekávání. Byly položeny základy pro další úspěšný veletrh digi:media.“

Christian Seitz, manroland

„Formát digi:media byl dobře vypracovaný. Složení návštěvníků bylo dobré, jejich kvalita byla enormně vysoká. A čas, který návštěvníci strávili ve veletržní hale, byl také velmi dlouhý. To bylo pochopitelně správné rozhodnutí, aby přednášky i stravování byly v jedné hale. Určitě se zúčastníme této akce i příště.“

Daragan Nolic, Müller Martini

„Pro nás bylo účastnit se digi: media jako vystavovatel logickým krokem. Veletrh digi:media byl dobrou příležitostí pro všechny cílové skupiny zapojené do workflow – od přípravy tisku přes poskytovatele tiskových služeb po dokončovací zpracování. Dialog s marketéry a agenturami bude v budoucnu ještě více rozhodující.“

Matthias Naumann, Schmitz-Weiss Werbeagentur

„Jsme příjemně překvapeni po všech stránkách. Jako reklamní agentura jsme tady v pozici prostředníka a máme velmi kladné ohlasy. Velkou výhodou je jistě kompaktní řazení pásem, návštěvníci mají spoustu času, který mohou trávit u jednotlivých stánků.“

Albrecht Brenner, Xerox

„Koncept, který není zaměřen pouze na technologie, ale představuje je ve spojení s obsahem a podnikáním, nás přesvědčil na 100 %. Demonstrování kompletního workflow je zde rozhodující. Xerox dal myšlenku digi:media na svém stánku do praxe 1 : 1.“ ×

Podle tiskové zprávy z 9. dubna 2011.



Renomé produkčních tonerových strojů **Ricoh** stoupá i díky péči **Impromatu**

V polovině dubna uspořádala společnost **Impromat CZ spol. s r. o.** v showroomu ve svém sídle v pražské Michli netradiční individuální **OpenDay** segmentu **RICOH PRO**. Předem byl stanoven harmonogram návštěv zájemců o stroje **RICOH PRO** a v průběhu jednoho týdne a každému z nich individuálně věnovali pracovníci produkčního týmu, který se v **Impromatu** stará o prodej a podporu produkčních strojů **RICOH**: v Praze má obchodní stránku věci na starosti **Jakub Eremiáš**, technickou podporu a konzultace **Oldřich Kuna**.

Společnost **Impromat CZ** vznikla pod názvem **Impromat Praha** v roce 1993. O deset let později se propojilo vedení společnosti s vedením **Impromatu INT., spol. s r. o.** a od té doby nese firma současný název. Kromě prodeje tiskové techniky se **Impromat CZ** stále více orientuje na servisní služby a vytváření řešení na míru. Je nositelem několika ocenění od společnosti **RICOH**, například Prodejce s největším objemem v letech 2006 a 2007 za mimořádný rozvoj v oblasti klíčových zákazníků atd.

Impromat CZ má asi 250 zaměstnanců. Firma dbá na maximální kvalifikaci svých obchodních zástupců a servisních techniků. Průběžná školení probíhají jak ve spolupráci s evropskou centrálou v Holandsku **RICOH Int.**, tak s tuzemskými školicími agenturami pro příklad, vybraní zaměstnanci pak podstupují certifikace u organizací uznávaných v oblasti průmyslové certifikace, jako je **CompTIA**, **Microsoft** atd. Firemní filozofie stojí na vysoké profesionalitě a korektnosti.

„Všechno řešíme svými lidmi“, říká **Jakub Eremiáš**. „Žádní Ičaři, smluvní partneři, kteří za měsíc budou dělat něco jiného, a podobně. I na nejmenší kopírku třeba do Božího Daru přijede řádný zaměstnanec, který prošel

Sídlo společnosti **Impromat CZ** v pražské Michli



Produkční barevný digitální tiskový stroj **RICOH PRO C901**

školením **RICOH**u.“ Po celé České republice se pohybuje stovka servisních techniků **Impromatu** řízených centrálním **Servis Deskem**. Distributorem **RICOH**u jsou již od počátku 90. let, kdy se chtěl **Impromat** orientovat na prodej a servis kancelářských produktů. Na veletrhu **CeBIT** v Hannoveru byl osloven **RICOH** a vzniklo toto vskutku ojedinělé „manželství“, které trvá více než 20 let. Od té doby spolupráce trvá a je úspěšná natolik, že Česká republika (i Slovensko, kde působí sesterská společnost **Impromat Slov**) je dnes jedinou zemí v regionu, kde nemá v distribuci svých strojů **RICOH** majetkový podíl, protože to vzhledem ke kvalitě zaměstnanců a služeb **Impromatu** nepotřebuje. **RICOH** jako značka, podle **Jakuba Eremiáše** už i u nás začíná být vnímán jako jeden z velké čtyřky výrobců digitálních produkčních cutsheetových strojů. Zatímco své kancelářské stroje **RICOH** vyrábí i montuje převážně v asijských továrnách, produkční stroje **RICOH PRO** jsou vyráběny na zakázku v anglickém **Telfordu** nedaleko **Londýna**.

„Produkční stroj není definován pouze samotným tiskovým výkonem“, říká **Oldřich Kuna**. „Obecná poučka zní, že tiskárny do metrákové hmotnosti patří na stůl, do půl tuny na kancelářskou chodbu a nad tuto hmotnost do tiskového centra.“ Minimální konfigurací produkčního stroje je kombinace tiskového enginu a nejjednoduššího výstupního zařízení (zatímco u kancelářských strojů je výstup součástí enginu). U produkčních strojů jsou výrazně vyšší požadavky na rychlost a kvalitu servisního zásahu než u kancelářských. Stroje mají dálkovou diagnostiku, technik se spotřebním materiálem a díly často přijede ještě dříve, než si zákazník uvědomí, že jej potřebuje.

V Praze v současnosti pracuje šest produkčních strojů **RICOH** instalovaných za poslední rok, nemluvě o bezpočtu kancelářských modelů. Zákazníci se rekrutují od státní správy přes korporátní tisk až po grafickou branži, v terénu slouží i patnáctileté stroje. Černobílé stroje mají životnost 60 milionů stran, barevné do 21 milionů.

Pokud jde o finanční podmínky prodeje strojů, nabízí **Impromat** přímý prodej i všechny formy pronájmu s možným následným odprodejem nebo výměnou zařízení nebo si zákazník může stroj profinancovat přes leasingovou společnost, se kterou již spolupracuje (například při dřívější koupi ofsetového stroje). **Impromat** sám ve své nabídce nespolečně s žádnou leasingovou společností – má zkušenost, že jím nabízené podmínky financování jsou pro zákazníky vždy výhodnější než podmínky leasingovek, nehledě na administrativní náročnost celé operace. Zákazníci si zcela normálně nosí na zkoušky do showroomu **PRO** materiály, které běžně nepoužívají, protože jim dělají na stávajících strojích problémy. A tyto zkoušky obvykle dopadnou dobře. Je velkou pravdou, že zákazník si chce koupit právě onen stroj, na kterém v showroomu tiskl a s nímž byl spokojen. Dodací lhůty jsou obvykle kolem čtyř týdnů. Specialisté **Impromatu** samozřejmě zajistí implementaci stroje nebo řešení do stávajícího workflow zákazníka, aby při

Jakub Eremiáš obchodní zástupce společnosti **Impromat CZ**





Černobílý produkční tiskový stroj RICOH PRO 1357 EX

požadavcích na zvýšení produkčního objemu zákazník nemusel přijímat další personál na příjem či kalkulaci zakázek a další s tím spojené činnosti.

Hlavním tahákem letošního OpenDay byla novinka RICOH Pro C901 Grafic Arts Edition

OpenDay byl nejvíce zaměřen na novinku: produkční barevný RICOH PRO C901/C901S, dalšího devítistovkou řady. Stroj byl představen koncem listopadu na Chicagském veletrhu Print, od poloviny března je na showroomu PRO v Praze. Určen je do grafické oblasti a jeho doporučená životnost činí 21 milionů stran, tiskne 90 stran za minutu v rozlišení 1200 dpi. Celková zásoba papíru ve stroji může činit až 11 000 listů. Měsíční zatížení by mělo činit alespoň 100 000 stran, optimálně 350 000 a maximálně 580 000 stran formátu A4.

Životnost každé z tonerových patron činí 110 350 stran A4. K zařízení stroje lze využít ripy Efi Fiery či Kodak Creo. Model s označením „S“ disponuje integrovaným skenovacím zařízením. Ve svých parametrech nemá stroj konkurenta. Široká je nabídka dokončovacího příslušenství: stroj může být vybaven standardním finišerem s kapacitou 3000 listů, interním a produkčním finišerem brožur pro vazbu V1 z dílny Plockmatic AB, in-line jednotkou s tavným lepidlem pro lepenou vazbu V2 s trojřezem do tloušťky 200 listů a nebo automatickou kroužkovou vazbou do 100 listů, což je v současnosti unikát. Za zmínku stojí použitý typ kroužkové vazby, který umožňuje jednoduché opětovné rozevírání a zavírání (například při přidávání či odebrání listů publikace), ať již ručně či s pomocí dodávaného nástroje. Dokončovací jednotky lze do určité míry řetězit za sebe, někdy tak vznikají až sedmimetrové „vláčky“.

„Tiskaři jsou toho názoru, že olej patří do auta, ne do tisku“, říká Jakub Eremiáš. Bezolejový

zažehlovací mechanismus a vysoká tisková produktivita, kdy je přenosový pás mazán samotným tonerem a nikoliv silikonovým olejem jako u předchozích modelů. Společně s novými polymerickými PXP tonery na bázi PES s 5mikronovou technologií snižují tepelné namáhání tiskových médií a přispívají také ke snižování spotřeby elektrické energie – energetická nenáročnost se projevuje i na ohodnocení Energy Star 1.1. Teplota zapékání je variabilní podle plošné hmotnosti, tloušťky a druhu potiskovaného materiálu, činí 145–200 °C.

Stroj nemusí tisknout pouze na papíry určené pro digitální tisk, je vyladěn i pro tisk na papíry ofsetové. Celkově jde zhruba o 260 předdefinovaných druhů a gramáží papíru a jiných materiálů, přičemž lze tyto parametry upravovat při přidávání až 1000 nových materiálů. Rozsah plošných hmotností je 60–300 g/m². Nedoporučují se pouze pokovené papíry a vinyly (na rozdíl od tepelně odolnějších PES fólií). Téměř všechny zmíněné materiály lze potiskovat oboustranně. Jak z tandemového zásobníku, tak z kazety lze dávkovat papíry formátu SRA3. Automatickou detekcí formátu disponuje i by-pass, což u konkurenčních strojů není běžné. Přesnost registrace činí +/-0,5 mm.

Stroj váží v základní konfiguraci necelou tunu. Nepotřebuje speciální fundament, ale

Výkonné kancelářské multifunkční zařízení RICOH Aficio



Oldřich Kuna předvádí snadnou výměnu tonerových patron

u nerovných podlah apod. je vhodné stroj podložit. Zdrojem napětí pro něj je jednofázová zásuvka na 25A/230 V, kterou Impromat dodává se strojem.

Jak jsme vás již v Typografii informovali, RICOH nedávno uzavřel dohodu se společností Heidelberg, o vzájemné obchodní podpoře a spolupráci ohledně právě zmíněného stroje a doufejme do budoucna i celé barevné řady, s pilotní spoluprací na území Německa a Velké Británie, do příštího veletrhu Drupa by se měla spolupráce rozšířit na celou Evropu. Jakub Eremiáš se konkurence nebojí: „Naopak, je to výborná reference“, říká. Lze očekávat, že v budoucnu dojde rovněž k integraci strojů RICOH do hybridního workflow Heidelbergu.

Čeká nás další překvapení Jakub Eremiáš již v Impromatu před deseti lety působil, poté pracoval v oblasti rotačního flexotisku, sítotisku i archového ofsetu a po osmi letech se vrátil zpět. „Trendy ke zmenšování nákladu jsou velmi patrné“, říká. „Znám například tiskovou halu, kde před deseti lety z pěti strojů vždy tak čtyři tiskly a jeden se přemýval. Dnes je to naopak“.

V showroomu PRO v Praze najdete také černobílý produkční tiskový stroj RICOH PRO 1357 EX, ale také zástupce výkonných „chodbových“ kancelářských multifunkčních zařízení. Na začátek druhého pololetí 2011 připravuje RICOH další příjemné překvapení – půjde rovněž o barevný produkční stroj třídy PRO, určený pro provoz s nižším tiskovým výkonem avšak při zachování produkční charakteristiky výstupu a ke specifickým tiskovým účelům. Jediným skutečným problémem stávajícího stroje je totiž skutečnost, že jde o opravdové „dělo“, kdežto mnoho zákazníků potřebuje sice produkční stroj, ale pro menší produkci, tedy „na vrabce“. ×

Miroslav Dočkal