



TYPOGRAFIA

Digitální 12/2011 č. 19 ročník 2

PR Xerox DocuColor 8080

Společnost XEROX CZECH REPUBLIC uvádí na český a slovenský trh novou archovou barevnou tiskárnu, která doplňuje portfolio barevných produkčních strojů s vysokým výkonem.

Není náhodou, že má v názvu uvedené číslo 8080. Jedná se o tiskárnu s rychlostí 80 A4 jednostranných barevných stránek za minutu a vychází z generace osvědčených produkčních strojů, kterých je po světě provozováno několik tisícovek. Kategorie těchto strojů se začala dodávat již v roce 2000 a od té doby vzniklo a bylo úspěšně nasazeno do provozů celkem dvanáct typů tiskáren v této výkonnosti a technologické kategorii. Již z toho vyplývá, že zkušenosti z provozu těchto strojů se promítají do úrovně servisu a stále lepších parametrů po sobě jdoucích modelů.

Čím je nový model zajímavý? Co přinesl nového v oblasti kvality tisku, produktivity a univerzálnosti nasazení do provozu? Je naprosto zřejmé, že největším pokrokem a přínosem v oblasti kvality tisku je sada nástrojů zvaná ACQS – Automated Color Quality Suite, tedy nástroje pro automatické sledování a korigování kvality tisku. Ve spolupráci se zabudovaným spektrofotometrem lze automaticky spouštět kalibraci tiskárny, v intervalech nastavitelných podle typu provozu. Dále lze vyrábět kompatibilní ICC barevné profily pro media, která jsou právě založena ve stroji a pojistit tak maximální barevnou věrnost a opakovatelnost. V neposlední řadě lze podobným postupem kalibrovat vzorník přímých barev podle certifikátu Pantone a poskytovat maximální barevnou věrnost pro grafické úlohy, které přímé barvy vyžadují. Na kvalitě tisku se pak podílejí ještě další důležité tiskové parametry jako je tiskové rozlišení 2400 dpi, široký výběr tiskových rastrů a nový typ toneru. Tento toner obsahuje nový prvek zvaný LEX (Liquid



Extrusion), který pomáhá podstatně snižovat lesk tisku a zklidňuje celkové podání mezi místy s tonerem a bez něj. Důležitým faktorem celkové kvality tisku jsou i další parametry. Předozadní registrace je na hodnotě $\pm 0,5$ mm a cesta papíru strojem je ošetřena profily papíru. Nejedná se o barevný profil, ale takové nastavení vlastností, aby tiskové medium prošlo při tisku s požadovanými parametry. Při výrobě profilu se nastaví korekce na zkosení obrazu na stránce, natočení obrazu, jeho zvětšení či zmenšení při oboustranném tisku, přesné umístění na střed a řada dalších parametrů. Výsledkem je kvalitní pravoúhlý obraz na správném místě a ve správné velikosti. Práce s profily papíru dále přibližuje kvalitu tisku ofsetové kvalitě, protože respektuje všechny vlivy, které mohou celkový výsledek znehodnotit.

Z pohledu produktivity nabízí tiskárna dnes již samozřejmý automatický oboustranný tisk na 300-gramové medium, stejně tak nezávislost plné rychlosti na gramáži tiskového media. Doporučené měsíční zatížení je kolem 250 000 A4 stran. Spojením vysoké a konzistentní kvality tisku s výjimečnými produkčními parametry, společně se spolehlivostí a servisním zabezpečením, daném více než desetiletou historií, se dostává na náš trh digitální tiskárna, která osloví významné segmenty naší polygrafické i jiné produkce.

Xerox DocuColor 8080 nově instalován

v tiskárně Tercie Nový barevný digitální tiskový stroj Xerox DocuColor 8080 byl na začátku listopadu tohoto roku instalován v tiskárně Tercie v Praze, která se zaměřuje na komerční tisk. Zeptali jsme se majitele tiskárny Tercie pana Milana Marša, jak je s novým zařízením spokojen.

1. Proč jste se rozhodl pro koupi nového barevného digitálního tiskového stroje Xerox DocuColor 8080?

Na základě našich zkušeností se stroji Xerox to byl logický krok při výměně stroje za nový.

2. V čem vidíte hlavní výhody nového zařízení oproti nabídce konkurence?

V kvalitě tisku a servisních služeb dodavatele.

3. Vyhovuje Vám rozsah materiálů, které zařízení Xerox DocuColor 8080 umí potisknout?

Ano.

4. Dáváte přednost tisku na speciální papíry pro digitální tisk nebo používáte i papíry běžné pro ofset?

Zpočátku práce na digitálních strojích jsme používali i papíry běžné pro ofset, dnes dáváme přednost digitálním papírům.

5. Lze tisky bez problémů laminovat, skládat nebo vysekávat?

Ano.

6. V jakém nákladu se vám vyplatí více barevný digitální tisk oproti ofsetovému tisku?

Velmi individuálně. Výhody digitálního tisku nejsou jen v počtu výtisků, ale souvisí i s ostatním vybavením či zaměřením tiskárny.

7. Co přináší nový stroj vašim zákazníkům?

Splnění jejich požadavků. ×
Děkujeme Vám za rozhovor.



XEROX CZECH REPUBLIC s.r.o.
Vinohradská 151/2828 (vchod C)
130 00 Praha 3
T 227 036 111, 800 126 126, F 227 036 555
E cze.info@xerox.com
www.xerox.cz

Obsah
Contents
2 PR Xerox DocuColor 8080
PR Xerox DocuColor 8080
3 Sada pro bezokrajový tisk
Set for borderless printing
4 Kulatý stůl – Individualizace tiskovin – Fotoknihy II.
Roundtable – Individualization prints – Photo Books II.
8 Aktuality digitální
Digital actualities
10 Soutěž Czech Press Photo 2011
Competition Czech Press Photo 2011
11 PR Polyester v digitální tiskárně? Ano!
Polyester in a digital printing house? Yes!

Typografie digitální 12/2011/č. 19/ročník 2

Příloha časopisu Typografie 12/2011/č. 1230/ročník 114
Odborný časopis českých polygrafů a typografů
Vydavatel Digirama s.r.o., Tuchoměřická 343, Praha 6,
164 00
Adresa redakce Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00
www.typografiaz.cz
Fax 220 961 441

Manažerka časopisu Zdeňka Maršová, 776 664 427

marsova.typografia@tercie.cz

Šéfredaktor Vladislav Najbrt

Redakce Jitka Böhmová, 776 613 647

bohmova.typografia@tercie.cz

Předseda redakční rady Milan Maršo

Redakční rada Jaroslav Hruška, Jan Král, Milan Maršo,

Zdeňka Maršová, Vladislav Najbrt, Jan Opletal,

Jan Sehnal, Alan Záruba, Jiří Zápotocký

Zahraniční partner Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,

Lubomír Krátky

Obálka: Marek Fanta, Orange Factory Soukromá vyšší
odborná škola umění a reklamy

Koncepce úpravy vnitřních stran Boris Meluš

Předtisková příprava Tercie servis s.r.o.

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

Cena čísla 60 Kč, Předplatné v redakci, Roční předplatné
700 Kč + 10 % DPH

Název a číslo účtu Digirama s.r.o., č.ú. 51-2279360247/0100

Komerční banka, pob. Praha 6

ISSN 0322-9068, Registrováno pod MK ČR 7504

Podávání zásilek povolila Česká pošta pod č.j. nov. 6084/96

Vydavatel a redakce neodpovídají za obsah autorských
článků.

Vnitřní listy přílohy jsou vytištěny na stroji

Xerox Nuvera 200 EA na papíře Xerox Colotech+

100 g/m² ve společnosti Agentura 5, s.r.o.

Obálka přílohy je vytištěna na stroji DocuColor 8080

ve společnosti Tercie Praha s.r.o., na materiálu

Xerox Premium Never Tear 145 mikronů, který

sponzorsky dodala společnost

XEROX CZECH REPUBLIC s.r.o.,

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

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

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

Sada pro bezokrajový tisk

Uživatelům tiskáren Epson Stylus Pro GS6000 s podáváním papíru v rolích je nyní k dispozici adaptační sada pro bezokrajový tisk. Jedná se o vůbec první řešení v kategorii ekosolventních širokoformátových tiskáren, které umožňuje zpracování tiskových úloh bez okrajů.

Uvedená sada je k dispozici jak ve formě upgradu pro stávající majitele tiskáren GS6000, tak i jako volitelný doplněk k novým tiskárnám. Uživatelé tak mohou využít nové obchodní příležitosti, které s sebou přináší rostoucí poptávka po výrobě poutačů a prvků pro prodejny sloužících k dekoraci interiéru, kterými mohou být například vlastní tapety a grafické materiály určené k umístění do výloh.

64palcová tiskárna GS6000 s podáváním papíru v rolích nabízí dosud nejširší barevný rozsah na trhu. Je určena pro výrobu materiálů používaných venku i v interiéru a nabízí funkci snadného přepínání mezi řadou různých koutovaných i nekoutovaných podkladů včetně vinylů, čímž se stává dokonalým flexibilním řešením pro řadu komerčních aplikací.

Adaptační sada rozšiřuje možnosti tiskárny GS6000 o schopnost tisku bezokrajových výstupů v šířkách od 11,8 palců (300 mm) do 62,5 palců (1.590 mm). Upgrade stávajících tiskáren v místě uživatele zvládne servisní technik společnosti Epson přibližně za hodinu; sadu lze také dodat společně s novou tiskárnou GS6000.

Po instalaci sady tiskárna nadále může tisknout výstupy s okraji a zachovává si stejnou rychlost tisku; nemění se ani trvanlivost a kvalita výtisků. Zákazníci budou pouze potřebovat vhodný RIP software od prodejce. Kromě

nových obchodních příležitostí spočívá přínos této sady také ve zkrácení doby pro konečné úpravy, v omezení profezu a nutnosti používat speciální řezací a stříhací nástroje. Duncan Ferguson, ředitel divize velkoformátových tiskáren společnosti Epson Europe, dodává: „Tato úprava zahrnuje osazení nového válce do tiskárny GS6000. To umožní proměnlivé polohování zapuštěných porézních podložek určených k zachytávání inkoustu, který se dostává přes okraj média po obou stranách role. Sada vymezovačů pro tyto podložky umožňuje nastavení oblíbených šířek médií, včetně standardních formátů tapet. Díky nastavitelnému přítlačnému válci mohou uživatelé zpracovávat strukturovaná i hladká média, aniž by docházelo ke zvlnění okrajů výtisku. Součástí dodávky je také uživatelská příručka, která vysvětluje, jak nastavit vymezovače a přítlačné válce a upravit velikost obrazu a další parametry tiskového softwaru, aby funkce bezokrajového tisku fungovala správně.“

Sada pro bezokrajový tisk určená pro tiskárny Epson Stylus Pro GS6000 je již v prodeji. ×
Podle tiskové zprávy z 31. října.



Hlavní vlastnosti

- Umožňuje bezokrajový tisk na kompletní řadu médií podporovaných tiskárnou Epson Stylus Pro GS6000 až do šířky 62,5 palce (1.590 mm)
- Nové možnosti využití v oblasti tisku tapet a výroby dalších typů interiérových dekorací
- Instalace sady servisním technikem společnosti Epson v místě uživatele trvá pouhou 1 hodinu
- Sadu lze pořídit také společně s novou tiskárnou Stylus Pro GS6000
- Původní funkce a produktivita tiskárny zůstávají zachovány
- Vlastnosti výtisků se nemění – odolnost vůči vodě a UV záření až 1,5 roku bez laminace
- Funkce nastavení přítlačného válce zabraňuje zvlnění okrajů strukturovaných médií
- Po vytištění není nutné ořezávat okraje médií, což šetří čas a snižuje profez materiálu
- Bezokrajový tisk eliminuje potřebu používat speciální řezací nástroje
- Uživatelská příručka popisuje mechanické a softwarové nastavení pro bezokrajový tisk
- I po instalaci bezokrajové sady lze nadále zpracovávat výtisky s okraji

Individualizace tiskovin

Fotoknihy #2

S rozvojem barevného digitálního se výrazně rozšířila nabídka individualizovaných tiskovin, které si mohou dovolit i obyčejní lidé tzv. „z ulice“. Jednou z takových tiskovin jsou fotoknihy, sestavené např. z osobních fotografií z dovolené. Tato oblast fotoknih má velký růstový potenciál. O obchodních modelech, používaných softwarech, dokončovacích zařízeních a dalších aspektech prodeje a výroby fotoknih hovořili hosté našeho kulatého stolu. V tomto čísle pokračujeme v debatě u kulatého stolu, které se tentokrát zúčastnili: Milan Maršo, předseda redakční rady časopisu Typografia, Ing. Pavel Galle obchodní ředitel společnosti Pala, Patrik Sigrot obchodní zástupce společnosti Pala, Jindřich Vobora uživatel technologií Pala pro fotoknihy ze společnosti LSE Integration s.r.o., Martin Šaněk System & SW analytik společnosti Xerox, Martin Kovář uživatel technologií Xerox a provozovatel serveru TiskProRadost a Jitka Böhmová, redaktorka časopisu Typografia.

Jednoduchost a načasování – to je propagace fotoknihy

Maršo: Vy jste mi, pane Voboro, neodpověděl na otázku, jakou reklamní kampaní podpoříte svůj vstup na trh?

Vobora: Já Vám samozřejmě neřeknu náš marketingový plán, ale můžeme se o tom bavit v obecnějším měřítku. Tady padl i dotaz ohledně ceny, jestli když Album Maker něco umožňuje, jestli může být cena fotoknihy vyšší. Podle mého názoru je cena vždycky součástí určité obchodní strategie. A jak říkám já: Produkt můžu mít tak drahý jak ho dokážu „okecat“. Musím umět zákazníkovi prodat ty výhody. Je to o tom, jakou hodnotu fotoknize dokážu dát, jak to zákazníkům dokážu prodat. Jak dovedu vyzdvihnout výhody Album Makeru, který máme my, máte vy, pane Kováři, a třeba vy si vyberete nějakou funkci, kterou budete nabízet jako tu největší výhodu a na tom to můžete postavit a v zásadě dvě firmy pracující se stejným softwarem můžou mít různé úspěchy, protože ten software dovedou prodat zákazníkovi jinak nebo Album Maker vůbec nevezmou jako svou obchodní výhodu. Samozřejmě jsou důležité webové stránky – co kde tam zákazník najde, jaké informace, jak je to přehledné, jak je web strukturovaný. Ale zákazník se na ten web musí dostat. Zde je více možností např. přes klíčová slova, kdy se do vyhledávače zadá, slovo fotokniha a vaše stránky musí být někde nahoře, aby se na ně člověk dostal. Záleží na tom, jak

vizuálně vypadají, jestli na nich ten člověk zůstane nebo jde jinam. Dále je to škála věcí, kterými jde vstup na trh podpořit např. inzerce nebo udělat billboardovou kampaň jako jeden z výrobců fotoknih. Což bylo určitě hodně nákladné, ale na druhou stranu je to dobře pro nás všechny, protože lidé konečně vědí, co je to fotokniha.

Galle: Já bych podpořil některé věci, které jste vy, pane Voboro, zmínil, protože cítím, že jsou důležité. Například postřeh, jak se k Vám dostávají data. My jsme si tu definovali nějakou cílovou skupinu a v této skupině může nastat problém, když fotoaparát vygeneruje fotografie, které mají velikost třeba 5 MB. Způsob, jak je na web dostat, může být jedním ze zásadních problémů. Naše zkušenost je, že je velmi důležitá jednoduchost, která může eliminovat problémy z nedbalosti. Obecná jednoduchost v ovládání softwaru a práce s ním také hraje svoji významnou roli. Každý, kdo chce udělat fotoknihu, ji dělá většinou prvotně a musí projít poměrně složitým procesem: instalace softwaru, výběr šablony, rozhodování, výběr a úprava fotografií, apod. A jestliže je jeden článek slabý, pak je slabý celý řetězec. Takže jednoduchost zpracování je klíčem k úspěchu. Jednoduchost není jen software sám, ale je i jasnost a jednoznačnost, jak fotoknihy na webu prezentovat, tak aby člověk neměl příliš mnoho variantních cest. Když nabídnete příliš velkou strukturu rozhodování, uživatel utíká, protože je to pro něj komplikované. Vžijme se do pocitu toho, kdo fotoknihu vyhotovuje. Já osobně to považuji za velice cennou zkušenost a doporučuji každému z Vás si někde nějakou fotoknihu objednat a vyzkoušet si celý ten proces. Už jen výběr počtu fotografií, které chci vložit, je dost velký problém. Protože čím více fotografií chcete vložit, tím je to obtížnější, protože mají rozdílný vzhled, jsou z různých časů atd. S tím pak souvisí další téma, ke kterému se dostaneme, a to je obecné zpracování fotoknihy, která je příliš velká. Myslím tím z hlediska knihařského zpracování. Tam

následně narážíme na určité technologické potíže. Je tedy důležité vnímat všechny tyto aspekty a to, že jednoduchost pro uživatele „z ulice“ je vůdčí téma.

Reklamní kufr na letišti

Galle: Doplním to ještě svým osobním zážitkem, který s tématem Jak přistupovat, jak hledat a jak oslovovat zákazníka, velmi úzce souvisí. Vraceli jsme se z dovolené přes vídeňské letiště. Když vyjdete z letadla, jdete si nejprve vyzvednout svoje zavazadlo. Kolem pásu bylo velké množství lidí, kteří netrpělivě čekali na svůj kufr, a najednou se na tom pásu vynořil kufr, na kterém bylo napsáno **CEWE FOTOBUCH**. A tento kufr tam jezdil několik minut, než vyjeli ostatní kufry, a všichni lidé co tam čekali, naprosto upřeně tento kufr rentgenovali a mnohokrát si přečetli ten krásný nápis, krásnou reklamu. Mně se to moc líbilo. Myslím si, že to byla opravdu trefa do černého. Ti lidé zrovna přijeli z dovolené, data ve fotoaparátech byla ještě teplá a na letišti se jim zjeví kufr s takovou reklamou. Nevím, jestli to byla oficiální reklama nebo ne, ale bylo to skvělé, protože kufr tam koloval několik minut před upřenými zraky lidí.

Šaněk: Myslím, že to mohlo být oficiální, protože CEWE má reklamu na druhé straně letenky. Když Vám vytisknou na letišti letenku tak na druhé straně mají určité aerolinky voucher na fotoknihu se slevou, takže tam to byla asi opravdu zaplacená reklama.

Galle: Takže to bylo skvělé. Já samozřejmě souhlasím s tím, co jste, pane Voboro, řekl o klíčových slovech a o dostání pojmu fotokniha do podvědomí, na kterém můžete všichni participovat.

Šaněk: Teď Vám můžu, pane Galle, odpovědět na co jste se ptal, což je cena softwaru. Cena se odvíjí od produktu – může stát stovky tisíc, může stát miliony, záleží, co od toho chcete. My prodáváme systém od více firem, záleží, kolik do toho chcete investovat. Produkt, o kterém tu oba pánové mluvili, se cenou i kvalitou trefil do určitého segmentu trhu. Další otázky, na které jste se ptal, ohledně velikosti

Milan Maršo



Pavel Galle



Martin Kovář

