



Drupa – trendi
Tiskarska industrija
in posledice pandemije

Spoznajmo trg
Studio MATRIS

Story Valley
Mednarodni projekt in prva
dvojezična številka časopisa
Pixel na SMGŠ

Trije razlogi,
zakaj naj se tiskarji oglašujejo

Tisk,
pomemben del oglaševanja

Nova generacija
tiska etiket
Konica Minolta AccurioLabel 400

EFI IQ
Ostanite konkurenčni in
z rastjo poslovanja



Tiskarska industrija se pobira
Prihodnost še vedno negotova, a s polno optimizma

GRAFIČAR

Revija slovenskih grafičarjev



KONICA MINOLTA

AccurioLabel 400

ODKRIJTE POTENCIAL NAŠE NOVE GENERACIJE SISTEMOV ZA DIGITALNI TISK ETIKET

RETHINK LABEL PRINTING



KMALU TUDI PRI NAS

Giving Shape to Ideas



Založnik in izdajatelj
M-FOLIO, Matic Štefan s.p.

Poslovodstvo
Matic ŠTEFAN

Glavni in odgovorni urednik
Matic ŠTEFAN

Lektorica
Zala BUDKOVIČ

Naslov uredništva
M-FOLIO, Matic Štefan s.p.
Breška pot 2b
4205 Preddvor
T: +386 (0)51 697 216
S: www.graficar.si

Grafična podoba in priprava
Matic ŠTEFAN

Fotografija (naslovnica)
Drupa

Oglasno trženje
T: +386 (0)51 697 216
E: info@m-folio.si

Tisk ovitka
GPS Group

Tisk in vezava
GPS Group

Letna naročnina je 30,00 EUR. Posamezne številke po ceni 6,25 EUR je možno naročiti po telefonu uredništva ali s spletno naročilnico. Revija izide šestkrat letno.

Imetnik materialnih avtorskih pravic na avtorskih delih, objavljenih v reviji Grafičar, je podjetje M-FOLIO, Matic Štefan s.p., ali avtorji, ki imajo z njim sklenjene ustrezne avtorske pogodbe. Prepovedana je vsakršna reprodukcija, distribucija, predelava ali dajanje na voljo javnosti avtorskih del ali njihovih delov v tržne namene brez sklenitve ustrezne pogodbe s podjetjem M-FOLIO, Matic Štefan s.p.

Uredništvo ne odgovarja za izrazje in jezik v oglasih in prispevkih, ki so jih pripravile tretje osebe (oglasne agencije, reprotudii ...). Tudi ni nujno, da se odgovorni urednik strinja s strokovnim izrazjem in definicijami ter vsebino v objavljenih prispevkih.

Natisnjeno v nakladi
400 izvodov

Vsebina

Grafičar 05/22

Tiskarska industrija se pobira
Prihodnost še vedno negotova, a ... 5

Drupa – trendi
Tiskarska industrija in posledice pandemije 7

Spoznavajmo trg
Studio MATRIS 11

Story Valley
Mednarodni projekt in ... 13

Trije razlogi,
zakaj naj se tiskarji oglašujejo 17

Tisk,
pomemben del oglaševanja 19

Nova generacija tiska etiket
Konica Minolta AccurioLabel 400 21

EFI IQ
Ostanite konkurenčni in z rastjo poslovanja 23



Curious Transluents Extra Black je novost v ponudbi Antalis (vir: Antalis).

Antalis predstavlja nov črni papir

Antalis je razširil ponudbo barvnih papirjev serije Curious Transluents z novo različico Extra Black, globoko črnim prosojnim papirjem. Sliši se kot protislovje – je prosojen, a ne prepušča ničesar?!

Papir Curious Transluents Extra Black gramature 120 g/m² nekako vizualno ustreza prosojnosti in vtisu zatemnjenega avtostekla, kar zagotavlja atraktivnost, skrivnostnost in vabi k raziskovanju, kaj se skriva za njim. Na dotik je topel in žameten, ima celo edinstven zvok, saj ob dotiku nežno poklja. Papir različice Extra Black proizvaja Arjowiggins.

Zasnova papirja Extra Black ni sintetična, izdelan je iz 100-odstotno naravnih, čistih in trajnostnih vlaken ter ne vsebuje kemikalij. Po navedbah ponudnika je Extra Black alternativa plastični foliji in filmom na petrokemični osnovi in ga je mogoče 100-odstotno reciklirati. Celotna serija papirjev Curious Transluents je odlikovana s certifikatom FSC.

Več informacij na www.antalisa.com.



Heidelberg je predstavil novo generacijo strojev Speedmaster SX 102.

Heidelberg: Novi stroji Speedmaster SX 102

Podjetje Heidelberg je lansiralo novo generacijo strojev Speedmaster SX 102. Stroj je namenjen predvsem komercialnim tiskarnam, ki zahtevajo »visoko produktivnost in kakovost pri izpopolnjevanju zahtev trga«. Tipična področja uporabe so tisk brošur in promocijskih tiskovin ter aplikacij iz posebej tankih materialov (embalažni vložki v farmacevtskem sektorju). Po navedbah Heidelbergga novi stroji z asistenčnimi funkcijami na osnovi umetne inteligence omogočajo visoko avtomatiziran proces tako rekoč avtonomnega tiska.

Kot poroča Heidelberg, osnovni model ponuja privlačno razmerje med ceno in zmogljivostjo in ga je mogoče konfigurirati vse do avtonomnega izvajanja tiskarskih opravil »push-to-stop«. Novi stroji podpirajo tisk pol formata 720 x 1020 milimetrov (različica 102) in formata 650 x 940 milimetrov (različica 92). Po podatkih proizvajalca so stroški nakupa tiskarskih plošč za različico 92 do 20 odstotkov nižji v primerjavi z različico 102.

Novi Speedmaster SX 102 je nadvse prilagodljiv. Osnovni model je opremljen z uveljavljeno tehnologijo obračanja pol. Vsa krmilna inteligenca tehnološke zasnove strojev Speedmaster XL je na voljo kot možnost za delovanje v načinu »push-to-stop«. Sem spadata tudi samodejni sistem za menjavo plošč Autoplate Pro in vgrajena merilna in krmilna tehnologija Prinect Inpress Control. Nadgradnja na različico tehnologije XL vključuje tudi naprednejše funkcije podajanja in vodenja materiala. Novi stroji tiskajo z nazivno hitrostjo 14.000 pol na uro z aktivno funkcijo obračanja pol. Upravljana konzola Prinect Press Center XL 3 osebju omogoča upravljanje in spremljanje procesa tiska z uporabo operacijskega sistema Speedmaster.

Zasnova Speedmaster SX 102 temelji na strojni zasnovi serije Speedmaster CX 104, ki jo je Heidelberg trgu ponudil v letu 2021. Širok obhod z nizko zasnovanimi stopnicami osebju zagotavlja enostaven dostop do vseh enot tiskarskega stroja. Za bolj pregledno in učinkovito delo so enote opremljene tudi s posebnimi signalnimi LED trakovi Intelliline, ki tiskarju že na daljavo sporočajo status delovanja posameznih tiskarskih enot.

Heidelberg ponuja formatni razred 102 že od leta 1975 in je po njihovem prepričanju v tem segmentu vodilni ponudnik na trgu. Do danes je bilo prodanih več kot 100.000 tovrstnih tiskarskih in lakirnih strojev.

Več informacij na www.heidelberg.com.

Tiskarska industrija se pobira

Prihodnost še vedno negotova, a s polno optimizma

Matic ŠTEFAN • odgovorni urednik revije Grafičar



GRAFIČAR

Pandemija in z njo povezani omejitveni ukrepi so dodobra zdelali industrijo na splošno. Nekateri trgi po njej hitreje okrevajo, drugi počasneje, pomembno je, da se v posel vrača optimizem in navdih za vnovični zagon.

Organizator Drupe je v septembru uradno izdal 8. poročilo Drupa Global Trends Report, katerega glavno sporočilo je, da grafični trg okrevaja, samozavest narašča, grafična industrija pa se spoprijemlje z novimi in zanimivimi poslovnimi izzivi, ki navdihujejo. Vse več je tudi naložb v novo grafično opremo. V aktualnem izidu zato objavljamo glavne izsledke omenjenega poročila, komercialni in založniški tisk je sicer rahlo upadel glede na leto 2021, a napovedi rasti poslovanja so obetavne za vsa področja tiska.

Ne le spletna trgovina, predvsem spremenjene nakupne navade usmerjajo naše poslovne pristope na splet. Zato v 5. izidu revije Grafičar poudarjamo, da lahko uspešno poslovanje v prihodnosti zagotovimo le z večjo navzočnostjo na spletu in stalno promocijo grafičnih storitev. To pa ne pomeni le ozaveščanja trga o naših zmožnostih po spletnih kanalih, temveč uporabo tudi klasičnih; tisk je še vedno pomembno promocijsko sredstvo, še pomembnejša so v javnosti dobro uveljavljena promocijska oziroma poslovna darila.

Da imajo tudi v Sloveniji grafična podjetja poslovni navdih in inovativno vizijo, pa v tokratnem izidu dokazuje podjetje Matris, ki je predstavljeno kot del raziskave NTF Univerze v Ljubljani. Poleg visoke kakovosti tiskovin je eno glavnih vodil podjetja tudi stalno in ažurno investiranje v novo in sodobno opremo, ki omogoča izpolnjevanje inovativnih in novih zahtev grafičnega trga. Svoje pa k trendom in razvoju grafične panoge spet dodajata podjetji Uni-Biro d. o. o. in Konca Minolta Slovenija. V prvem prispevku obravnavamo digitalizacijo procesov tiska z rešitvami EFI IQ, katere namen je dosleden nadzor in upravljanje, s čimer rezultati tiska in izdelava tiskovin niso prepuščeni naključju. V zadnjem pa izpostavljam nove možnosti digitalnega tiska etiket s sistemom Konica Minolta AccurioLabel 400, ki je kot novost na tem trgu odlično sprejet.

Rasti in razvoja tiskarskega trga pa ne bo, če ne bo grafičnega podmladka. Za to se nam k sreči ni bati, kar s prispevkom Srednje medijske in grafične šole v Ljubljani dokazuje mednarodno povezovanje in projekt Story Valley. V naše okolje se s tovrstnimi projekti učinkovito vključujejo priseljenci različnih narodov, ki k nam prinašajo nova znanja in tako pomagajo razvijati grafično panogo tudi na izobraževalni ravni.

Kar nekaj tem lahko obdelate, želimo vam prijetno raziskovanje 5. izida revije Grafičar.



Posebnost novega sistema je možnost predhodnega premazovanja za boljše rezultate kapljičnega tiska.

Ricoh predstavlja Pro VC70000e

Ricoh je lansiral novo različico svojega brizgalnega tiskalnega sistema, ki se imenuje VC70000e. Po navedbah proizvajalca ima najnovejši model neskončnega produkcijskega kapljičnega tiska nadgrajeno strojno in tudi programsko opremo. Posebna novost je dodatna možnost uporabe predpremazovanja tiskovnega medija, s čimer je optimizirana kakovost kapljičnega izpisa in razširjen nabor aplikacij tovrstnega tiska.

Prenovljena programska oprema vključuje možnost Ricoh Pro Scanner Option in orodje Ricoh Supervisor za avtomatizacijo proizvodnje ter nove rešitve v paketu Business Intelligence. Ricohov paket Automation Suite je zasnovan za poenostavitev upravljanja tiskalniškega sistema z umetno inteligenco in strojnim učenjem. Podatke je zdaj mogoče zajemati neposredno iz delovnih sistemov strank in prepoznavati oblikovne vzorce.

Kot nova in dodatna možnost je na voljo tehnologija predpremazovanja, ki jo je razvil Ricoh. Namen je razširiti možnosti uporabe kapljičnega tiska z optimizirano kakovostjo izpisa z več podrobnostmi in intenzivnejšimi barvnimi otenki. Premaz zagotavlja predvsem bolj enakomerne in homogene površine tiskovnega medija

> se nadaljuje na strani 8

www.graficar.si

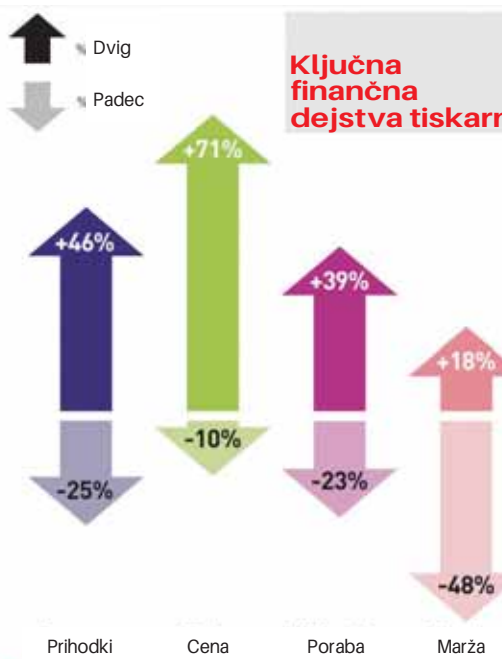
Septembra je uradno izšlo 8. poročilo Drupa Global Trends Report, ki je tako kot prejšnja ponudilo zanimive izsledke številnih anket opravljenih med različnimi tiskarnami, grafičnimi dobavitelji, strokovnjaki in drugimi v grafični industriji. Glavno sporočilo je, da grafični trg okreva, samozavest narašča, grafična industrija pa se spoprijemlje z novimi in zanimivimi poslovnimi izzivi, ki navdihujejo. Vse več je tudi naložb v novo grafično opremo.

Rezultati raziskave kažejo, da je panoga po vsem svetu v povprečju nekoliko bolj optimistična glede prihodnosti kot ob zadnji raziskavi leta 2019, torej pred pandemijo. Trg embalaže je najmočnejši, vendar pa trgi komercialnih, založniških in funkcionalnih izdelkov kažejo znake okrevanja, ki bo po napovedih najbolj intenzivno v letu 2023. Na regionalnih ravneh se okrevanje razlikuje, npr. v Aziji in Južni Ameriki pričakujejo boljše trgovanje v letu 2023, medtem ko je Evropa zaradi vojne med Rusijo in Ukrajino ter njenih posledic še optimistična, a pri napovedih bolj previdna.

Naložbe v novo grafično opremo so se v zadnjih dveh letih neizogibno zmanjšale, vendar tako tiskarji kot dobavitelji najjavljajo večje investicijske načrte. Sabine Geldermann, projektna direktorica Print Technologies Düsseldorfskega sejma,

je povedala: »Tiskarji in dobavitelji se zavedajo, da morajo za dolgoročni uspeh uvajati inovacije. Zaradi pretresov v zadnjih dveh letih so se naložbe zmanjšale, vendar raziskava kaže, da industrija pričakuje spremembe na bolje v začetku leta 2023. Vse regije in trgi napovedujejo več naložb že v prihodnjem letu.«

Stopnja zaupanja se razlikuje od regije do regije, Azija in Južna Amerika na splošno pričakujeta boljše poslovanje za leto 2023, Evropa pa je zaradi vojne med Rusijo in Ukrajino in njenih posledic precej bolj pesimistična. Naložbe so se v zadnjih dveh letih močno zmanjšale, vendar so tako ponudniki storitev tiska kot dobavitelji v raziskavi izkazali, da v bližnji prihodnosti načrtujejo naložbe.



Drupa – trendi

Tiskarska industrija in posledice pandemije

uredništvo revije Grafičar



Vse ugotovitve 8. Drupinega poročila o trendih izhajajo iz spletne ankete, ki jo je spomladi letos izpolnilo več kot 500 pomembnih akterjev grafične industrije, torej ponudnikov tiskarskih storitev in proizvajalcev/dobaviteljev strojev po

vsem svetu. Raziskavo sta pod okriljem sejma Drupa izvedla pooblaščen partnerja Printfuture (Velika Britanija) in Wissler & Partner (Švica).

Zaupanje je odvisno od trga in območja

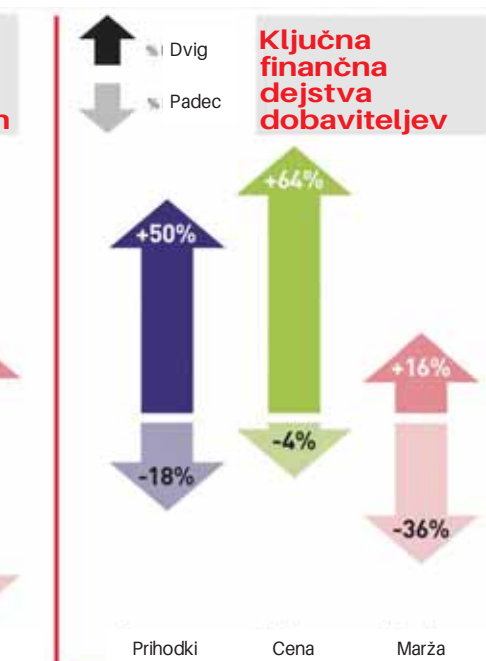
Na svetovni ravni je bilo tiskarn, ki so opisale gospodarsko stanje svojega podjetja kot dobro, 18 odstotkov več v primerjavi s tistimi, ki so ga označile kot slabo. Pri dobaviteljih je bilo pozitivno ravnovesje še močnejše, in sicer 32-odstotno. Kot vedno se položaj razlikuje med območji in trgi. Trg embalaže je v razcvetu, založniški in komercialni trg pa se spopadata s strukturnimi spremembami zaradi digitalizacije, vendar se v okviru teh ponovno pojavljajo znaki okrepanja in poslovne rasti. Na regionalni ravni je slika mešana, saj je Evropa več kot očitno zaskrbljena zaradi posledic vojne med Rusijo in Ukrajino, v drugih državah oziroma območjih, npr. v Aziji ter Južni in Srednji Ameriki, se pričakuje, da se bo prodaja v letu 2023 še okrepila, saj gre

za gospodarski zagon oziroma krepitev gospodarstva po pandemiji.

Obseg tiska in naložbeni načrti

Analiza obsega tiska v letu 2022 glede na tehnologijo tiska kaže, da bo ofsetnega tiska na področju komercialnih tiskovin še naprej manj, na področju embalažnega tiska pa več. Obseg fleksotiska se še naprej pospešeno povečuje na področju tiska embalaže, prav tako to velja za področje digitalnega formatnega barvnega laserskega tiska. Neskončni brizgalni tisk ima prav tako vse večji obseg, razen založniške dejavnosti.

Kljub dejanskemu vse manjšemu obsegu ofsetnega formatnega tiska komercialnih tiskovin je ta predvidoma deležen večinskega deleža naložb v letu 2023. Za segment tiska embalaže pa je za investicije najbolj priljubljen fleksotisk, potem mu sledi formanti ofsetni, zunaj Evrope pa formatni digitalni laserski. Med naložbami pa je vse več tudi naložb v novo sodobnejšo dodelavno opremo.



Ključna finančna dejstva grafične industrije (tiskarne & dobavitelji) v letu 2022



Ricohov paket Automation Suite je zasnovan za poenostavitev upravljanja tiskalniškega sistema z umetno inteligenco in strojnimi učenjem.

in posledično tudi širši nabor potiskljivih tiskovnih medijev. Po navedbah proizvajalca so nadgrajene tudi tiskalne glave, ki omogočajo izpis besedila in linij z večjim kontrastom.

Različica Pro VC70000e je že na voljo v regiji EMEA. Po navedbah Ricoha je tiskalni sistem nadgradljiv (tudi na terenu) in ga je mogoče zamenjati z obstoječimi modeli serije Pro VC70000, ki je bila prvič predstavljena leta 2018.

Več informacij na www.rioh.com.



Ricoh Pro VC70000e je novost neskončnega produkcijskega kapljičnega tiska. (video)

Stanje ekonomskega prepičanja glede na regijo

Neto razmerje pozitivno/negativno v deležu



dejansko 2019 dejansko 2022 napoved 2023



Stanje ekonomskega prepičanja glede na trg

Neto razmerje pozitivno/negativno v deležu

Ekonomske prepičanje glede na regijo in trg, dejanski rezultati ankete in napoved

Spletni tisk

Medtem ko se med letoma 2014 in 2019 delež poslovanja ni sorazmerno povečeval s številom namestitvev strojev in sistemov spletnega tiska, je v zadnjih dveh letih končno zaslediti rast. Na svetovni ravni se je od leta 2019 delež prometa povečal s 17 na 26 odstotkov, je pa različen od trga do trga.

Družbenoekonomski pritiski in svetovni gospodarski trg

Družbenoekonomski pritiski imajo velik vpliv na industrijo po vsem svetu, čeprav se njihov vpliv med regijami razlikuje. Na primer 62 odstotkov tiskarn v Aziji je za največjo grožnjo grafični industriji opredelilo pandemijo, medtem ko jih je v Evropi to omenilo 51 odstotkov. Za kritičen vpliv na poslovanje je med vprašanimi evropskimi tiskarji 32 odstotkov izpostavilo vojno, v Južni in Srednji Ameriki pa le šest odstotkov. Namesto vojne pa so v 58 odstotkih za ključni dejavnik, ki vpliva na poslovanje, poudarili gospodarsko recesijo. Richard Gray, operativni direktor podjetja Printfuture, je izjavil: »59 odstotkov vprašanih meni, da so družbenoekonomski pritiski vse bolj pomembni tako za tiskarje kot za dobavitelje. 59 odstotkov jih

tudi meni, da so morda zdaj še celo bolj pomembni od pritiskov na tiskarskem trgu.«

Svetovni gospodarski trg je v zadnjih dveh letih doživel več pretresov kot kadar koli po drugi svetovni vojni. Vendar ta raziskava kaže, da je tisk še vedno osrednje komunikacijsko sredstvo na vseh trgih in v vseh regijah ter da je tiskarska industrija kljub temu, da so pred njo zahtevni časi, samozavestna in odločena, da ji bo uspelo. Pametne strateške naložbe bodo tiskarjem in njihovim dobaviteljem zagotovile uspeh.

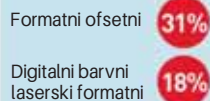
Infografike in celotna poročila

Drupino 8. poročilo o trendih v tiskarski industriji sestavljajo tudi številne infografike, ki vizualno nazorno prikazujejo ključne ugotovitve ankete. Celotno poročilo v angleškem jeziku je bilo objavljeno konec septembra, na voljo je tudi na spletni strani www.drupa.com. Povzetek je v nemškem, angleškem, francoskem, portugalskem, španskem, ruskem in kitajskem jeziku na voljo brezplačno.

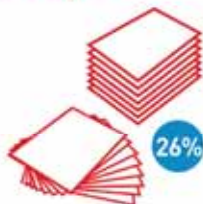
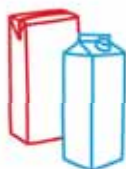
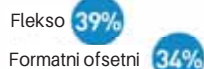
Drupa od leta 2013 izvaja raziskavo med mednarodnimi ponudniki tiskarskih storitev

Dve najbolj aktualni tehnologiji tiska načrtovanih investicij v letu 2022

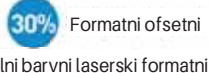
Globalno



Embalaza



Komercialni t.

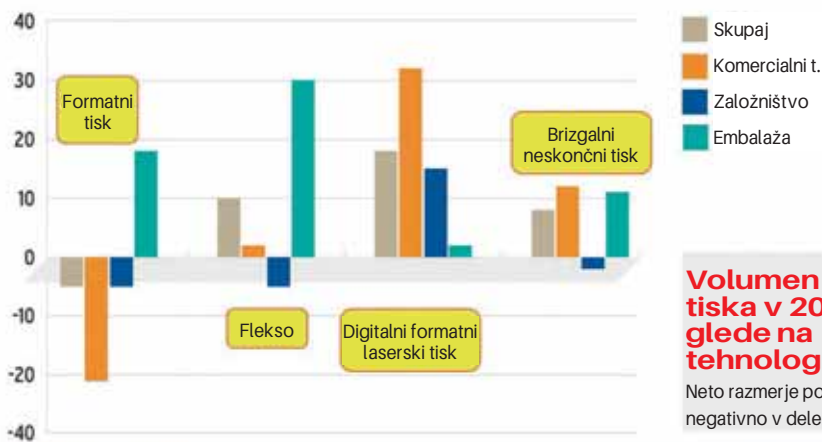


Delež tehnologij tiska glede na vrsto tiskovine

in dobavitelji, da bi osvetlila industrijske in globalne megatrende, tržni potencial in inovacije na vseh ključnih področjih tiskarske industrije.



Različna dejstva trendov grafične industrije v 2022

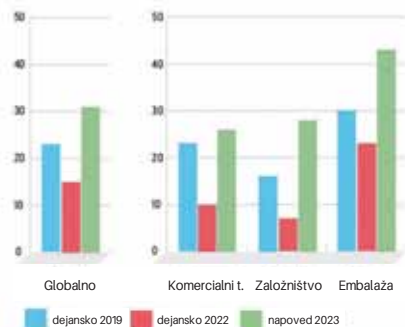


Volumen tiska v 2022 glede na tehnologijo

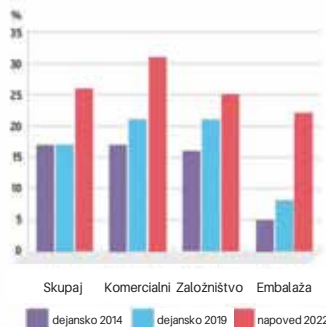
Neto razmerje pozitivno/negativno v deležu

Kapitalski izdatki tiskarn globalno in glede na trg

Neto razmerje pozitivno/negativno v deležu



Odstotek ponudnikov spletnega tiska z več kot 25 % prometa W2P



Organizator sejma Drupa je razstavljamcem predstavil trajnostno izdelano brošuro.

Drupa 2024 zavezana trajnosti

Ena glavnih tem prihajajočega sejma Drupa 2024, ki bo spet v Düsseldorfu (Nemčija), je trajnost. Za boljše trajnostni vtis in zavezanost trajnosti so razstavljamcem že predstavili brošuro, ki je izdelana z uporabo najsodobnejše tehnologije in okolju prijaznih virov, izdelana je trajnostno in podnebno nevtralna.

Predstavitvena brošura je izdelana iz recikliranega papirja s certifikatom FSC, z barvami brez vsebnosti mineralnih olj in okolju prijaznim disperzijskim lakom. Prav zato je brošura tudi 100-odstotno reciklabilna. Podnebno nevtralno proizvodnjo so dosegli z odkupom kompenzacijskih certifikatov, za katere je bilo izdano klimatsko nevtralno potrdilo. Proizvodnja brošure je bila v celoti izvedena v eni tiskarni z optimizacijo odpadka, kar je zagotovilo minimalno okoljsko obremenjujočo izdelavo.



več vsebin na www.graficar.si



Naravoslovnotehniška fakulteta Univerze v Ljubljani je letos v sodelovanju z revijo Grafičar začela raziskavo slovenskega grafičnega trga. Vanjo so vključena različna grafična podjetja, ki smo jih kategorizirali glede na grafično dejavnost oziroma ponudbo. Na terenu so v raziskavo aktivno vključeni študentje, ki bodo v reviji Grafičar objavljali svoje ugotovitve in predstavitve omenjenih podjetij.

Raziskava je zasnovana tako, da študentje obiščejo podjetja in izvedejo kratko analizo njihovega poslovanja in vizije. Z obiskom pa dejansko spoznavajo podjetje in se pri tem osredotočajo na:

- usmerjenost podjetja (kaj podjetje trži, število zaposlenih, oprema podjetja, konkurenca bližnjih tujih podjetij, ali se kader izobražuje v skladu s smernicami in razvojem grafične industrije, kaj bi v svojem delovnem okolju spremenili, nadgradili),
- vizijo podjetja (kako sledijo okoljskim smernicam - certifikatom, koliko sledijo novim materialom, ali sledijo novim tehnologijam).

V tokratnem prispevku predstavljamo podjetje s področja komercialnega



Med dodelavnimi možnostmi uporabljajo tudi rešitve znamke Morgana, ki omogočajo zgibanje, zlebljenje, perforiranje in rez v enem.



digitalnega tiska. Komercialni tisk je še vedno stalnica našega vsakdana, kljub zahtevni konkurenci med tiskarji je še vedno donosno področje grafične industrije. Tako kot velja za druge grafične segmente, je treba na trgu nastopati hitro, odzivno in ponuditi izdelke in storitve visoke kakovosti in z dodano vrednostjo. Zaradi visoke stopnje konkurenčnosti se morajo zaposleni nenehno izobraževati in slediti trendom. Tudi trajnost postaja vse bolj pomembna, zato z naložbami stremijo k okolju prijaznim tehnologijam in tudi uporabi okolju prijaznejših materialov.

PODJETJE MATRIS

(Tjaša Groznik, Lina Knap)

Studio Matris d.o.o.

Pristaniška 12
6000 Koper

M: 051 393 770

E: matjaz@studiomatris.com

Podjetje Studio Matris deluje od leta 2003. Je v Kopru, natančneje na naslovu Pristaniška 12. Gre za manjše tiskarsko podjetje z dvema zaposlenima. Matjaž Ristić in Biljana Krumov sta po izobrazbi oblikovalca; sama pravita, da sta kreativca. Studio Matris ponuja prvovrsten digitalni tisk. Njihova ponudba obsega vse od kreativne zasnove, oblikovanja, tiska do vrhunske dodelave izdelkov.

Naravnost podjetja

Največ se ukvarjajo s pripravo za tisk in izdelavo visokokakovostnih tiskovin, predvsem za stranke, ki jih potrebujejo takoj. Večinoma tiskajo na zahtevo in naročila

manjših oziroma srednjih naklad. Naročila izvedejo v uri do 48 ur, zato so med strankami zelo priljubljeni. Znani so po izdelavi promocijskega materiala za hotele slovenske Istre. Zanje izdelujejo cenike, brošure, nalepke, transparente, plakate itd. Veliko prometa pa jim prinesejo tudi nalepke. Podjetju kljub manjšemu prostoru ne primanjkuje opreme. Uporabljajo dva produkcijska tiskalnika Xerox 700 in Xerox Versant 2100 ter Mimaki UCJV300. Prav tako uporabljajo plastifikator Foliant, broširko, zgibalko za tanke papirje Morgana DocuFold PRO, zgibalko za debelejšje papirje Morgana Digifold PRO ter stroj za vezavo s kovinsko žico Morgana DocuMaster PRO. Zaradi velikega obsega naročil nalepk pa razmišljajo tudi o nakupu rezalnika.

Vizija podjetja

Ko vidijo zanimanje za določene novice in projekte, se brez velikega premisleka tem takoj posvetijo. Menijo, da je sledenje smernicam in novim tehnologijam v tiskarski industriji izrednega pomena. Uporabljajo boljše materiale, torej papirje in folije boljše kakovosti, saj pravijo, da dober tisk na slabi foliji ali papirju ni veliko vreden. V svojem naboru imajo tudi veliko različnih folij za razne želje strank. Zelo jim je pomembno, da z najmanjšim naporom oziroma enostavnim pristopom pridejo do najboljšega rezultata v najkrajšem možnem času, saj stalno delajo pod zelo velikim časovnim pritiskom. Zaradi tega tudi raje investirajo v dobre in dražje stroje, s katerimi dosegajo najboljšo kakovost izdelkov v najkrajšem možnem času. V prihodnosti si želijo povečati obseg dela po vsej Sloveniji, pozneje pa širše, zunaj naših meja.

Spoznavajmo trg

Studio MATRIS

Naravoslovnotehniška fakulteta, Univerza v Ljubljani & uredništvo revije Grafičar



V Studiu Matris ponujajo tudi storitve velikoformatnega tiska, ki je eno področij z večjo rastjo poslovanja.

Zaključek

Podjetje Studio Matris ponuja široko paleto izdelkov, od digitalnega tiska do dodelave. Največ prometa jim poleg tiska nalepk prinesejo hoteli in druge turistične nastanitve.

Majhen kolektiv pokriva večinski del slovenske Istre. Za svoje naklade imajo ravno prav raznolike strojne opreme. Studio Matris ponuja odlične storitve v zelo kratkem času, kar je prednost pred konkurenco.



Digitalni laserski tisk je nepogrešljiv del ponudbe formatnega tiska opravi manjših naklad.



Dobro opremljeni pa so tudi za dodelavo tiskovin z aplikacijo plastifikacije, razrezom in drugim.



EyeC je izdal programsko opremo Proofiler različice 4.2. Nov je tudi skener za pregled tiskovin (vir: EyeC).

EyeC predstavlja novo različico programske opreme

EyeC, strokovnjak za vizualne sisteme za pregled in nadzor tiskovin, je nedavno predstavil novo različico rešitve Proofiler 4.2. Uporabnikom serije rešitev EyeC Proofiler ponuja nove funkcije za ...



QR dostop do vsebin le iz tiska!



Novo lepilo z biološko razgradljivimi samolepilnimi spojinami

Herma z novim lepilom podpira kompostiranje

Z novim lepilom 62E je Herma ponudila material, ki ga je mogoče uporabiti za izdelavo samolepilnih nalepk oziroma etiket z možnostjo kompostiranja. Uporabiti jih je mogoče tudi denimo na sadju. Povpraševanje po etiketah z ...



www.graficar.si



Uvodni nagovor učiteljev SMGS ob začetku projektnega srečanja v Ljubljani.
Fotograf: Tilen Jon Sermek

Ali je možno prek ustne zgodovine in njenega vključevanja v izobraževanje hkrati poučevati književnost, jezik, kulturno dediščino, evropsko kulturo in zgodovino, kreativno pisanje, migrantsko tematiko in kritično razmišljanje? **Odgovor je DA. In točno to je glavni namen projekta Story Valley, ki hkrati z vsem naštetim gradi še prijateljstvo med pripadniki različnih narodov.**

Srednja medijska in grafična šola Ljubljana že od leta 2006 s podporo Evropske komisije sodeluje v programih mobilnosti Leonardo da Vinci, Comenius, Erasmus in

Erasmus+. V teh 16 letih je več kot 400 naših dijakov in veliko naših profesorjev uspešno sodelovalo v več kot 20 projektih mobilnosti na področju poklicnega usposabljanja in izobraževanja, izmenjave dobrih praks in inovacij. Gostili smo dijake in profesorje ter obiskali in sodelovali s šolami, podjetji in izobraževalnimi institucijami v 19 državah: na Finskem, Švedskem, Portugalskem, Madžarskem, Poljskem, Škotskem, Nizozemskem, Češkem, v Nemčiji, Italiji, Grčiji, Severni Irski, Franciji, Estoniji, Latviji, Litvi, Angliji, v Turčiji in na Malti.

V okviru programa Erasmus+ se je naša šola septembra 2020 priključila triletnemu projektu Story Valley oziroma Dolina zgodb. Poleg SMGS je slovenski partner projekta še zavod Divja misel, ki vodi pisarno Ljubljane, Unescovega mesta literature, tuji partnerji



Ponosna dijaka SMGS, programa grafični tehnik, s prvo dvojezično tematsko številko časopisa Pixel.
Fotograf: prof. Miha Golob

Story Valley

Mednarodni projekt in prva dvojezična številka časopisa Pixel na SMGŠ

Barbara ISKRA ŠAREC, profesorica slovenščine na Srednji medijski in grafični šoli Ljubljana • SMGŠ • Pokopališka ulica 33, 1000 Ljubljana • S: www.smsgsi.si



pa so: univerza v Edinburgu (Škotska), Edinburgh City Council (Škotska), New Noardic Wave (Nizozemska), univerza v Frieslandu (Nizozemska), National Literacy Trust (Združeno kraljestvo) in Nottingham, Unescovo mesto literature (Združeno kraljestvo).

V okviru projekta so dijaki oziroma študentje skupaj z migranti ali njihovimi potomci snemali kratke filme na podlagi pričevanj oziroma zgodb migrantov, brali, pripovedovali in zapisovali njihove zgodbe ter jih tudi grafično opremili. Pri tovrstnem delu se med seboj spoznavajo, vadijo angleščino, kajti v projekt so pogosto vključeni ljudje različnih narodnosti, ki za

medsebojno sporazumevanje uporabljajo angleščino, in spoznavajo tudi druge kulture.

Na koncu projekta bo za pomoč učiteljem nastalo pedagoško gradivo, ki bo vsebovalo metodologijo, učne priprave in načrt ocenjevanja. Po drugi strani pa bo nastal tudi izobraževalni program za dijake oziroma študente. Oboje bo v pomoč učiteljem, študentom, dijakom in strokovnjakom s področja književnosti, pismenosti in ustvarjalne industrije. Vse skupaj bo dostopno na spletu.

Na naši šoli pri projektu sodelujemo naslednji profesorji: Miha Golob, magister grafični inženir in koordinator mednarodnih projektov, Vladimir Janež, profesor angleščine in koordinator mednarodnih projektov, Maja Osterman, profesorica angleščine in mentorica dijaške skupnosti, dr. Andrej Pastar, profesor zgodovine, ter Barbara Iskra Šarec, profesorica slovenščine in mentorica kulturnih dejavnosti. V projekt smo v šolskem letu 2021/22 uspešno vključili 16 dijakov in dijakinj različnih letnikov, v šolskem letu 2022/23 pa jih nameravamo zanj navdušiti

bistveno več. Poleg že utečene skupine sodelujočih dijakov načrtujemo izvajanje projekta z dijaki celotnih dveh razredov. Dejavnosti bodo potekale tudi znotraj pouka, pri čemer lahko govorimo o dodani vrednosti: medpredmetnem povezovanju.

Ker je letos 30 let od prvega prihoda beguncev iz BiH v Slovenijo, smo se na šoli najprej odločili, da se bomo osredotočili predvsem na begunce iz Bosne, a se je kasneje pokazalo, da je bolj smiselno obravnavati migrantsko problematiko na splošno.

Tako smo si v okviru projekta za cilj letošnjega šolskega leta izbrali tematsko izdajo šolskega časopisa Pixel, ki smo ga v celoti namenili migrantski tematiki. Preden so dijaki začeli pisati prispevke, smo jih profesorji, ki sodelujemo pri projektu, opolnomočili z različnimi dogodki in delavnicami na temo migrantov.

Iz zavoda Divja misel, ki deluje na Vodnikovi domačiji v Ljubljani, so nam posredovali nekaj predlogov romanov z begunsko problematiko: Josip Osti: Življenje je srhljiva





Zasnova novega etiketirnega stroja zagotavlja optimalne funkcionalnosti.

Herma ponudila ovijalno etiketirko 152C

Herma je lansirala 152C, nov ovijalni etiketirni stroj s popolnoma novo zasnovo, ki bo osnova vseh nadaljnjih razvitih sistemov. Nov koncept stroja ponuja široko paleto prednosti, od večje modularne prilagodljivosti ...



QR dostop do vsebin le iz tiska!



Avtomatizirane rešitve Ino zagotavljajo višjo stopnjo produktivnosti.

TOP 101: INO Žiri v ponos Sloveniji

INO, družinsko podjetje, ki največ strojev za tisk proda v ZDA, prihaja iz Žirov. Letos so se zaradi uspešne rasti poslovanja znašli na lestvici TOP 101 uredništva Financ, kar dokazuje, da sodijo med najboljša srednje velika podjetja. Uredništvo Financ vsako leto ...



www.graficar.si

XEROX® Versant® 4100 Press

XLS tisk

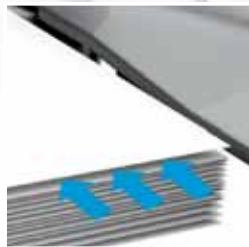
tisk podaljšanega formata

Z uporabo posebnega in visoko zmogljivega vakuumskega podajalnika XLS, ki je posebej zasnovan za podajanje pol papirja podaljšanega formata (XLS – Extra Long Sheets) vse **do dolžine 1,2 metra**, lahko strankam ponudite več. Posebna odlika te dodatne enote je zračna zasnova upravljanja papirja z najsodobnejšo tehnologijo vakuumskega podajanja, torej vlagalni sistem ne uporablja podajalnih valjev ali trakov.

Enota XLS je zasnovana z vakuumskim konceptom Shuttle Head, zračnim nožem in petimi razpihovalniki, ki delujejo tako, da **posamezne liste dostavijo v tiskarski sistem natančno in brez dvojnih pol**. Zračno vodenje vlaganja odpravlja tudi problematično drgnjenje pol med seboj, kar povečuje zanesljivost in učinkovitost vlaganja.



Edinstvena tehnologija vakuumske gnane glave Shuttle nežno in z brezhibno natančnostjo upravlja posamezne pole papirja, kar tudi preprečuje poškodbe.

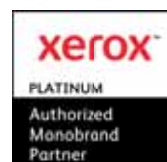


Stranski razpihovalniki ločujejo posamezne pole papirja s skladov papirja.

Zračni nož poskrbi, da je s sklada papirja zanesljivo privzeta le ena pola.



uni biro



Edini PLATINUM partner v Sloveniji

pravljica; Alen Mešković: Ukulele jam; Velibor Čolić: Priročnik za izgnance; Saša Stanišić: Čigav si?, ki smo jih nato dijaki in profesorji prebrali, da bi se bolje seznanili z literarno upodobitvijo naše osrednje teme. Nekateri dijaki so bili nad romani tako navdušeni, da so jih v nadaljevanju za časopis ocenili.

Andrej Pastar, profesor zgodovine, je za dijake v septembru 2021 pripravil zgodovinsko predavanje o begunskih tokovih iz časa vojne ob razpadu Jugoslavije. Dijakom je v branje predlagal nekaj stripov, ki so povezani s tematiko vojne v Bosni: Klemen Lavrič: Bosanske basni - kratke zgodbe; Joe Sacco: Posrednik - Zgodba iz Sarajeva; Joe Sacco: Varovano območje Gorazde.

V septembru 2021 smo profesorji v sodelovanju s predstavniki zavoda Divja misel na naši šoli pripravili srečanje z Maido Džinič, diplomirano novinarko, ki je začela študirati novinarstvo v Sarajevu, zaradi vojne v BiH pa je študij dokončala v Ljubljani. Delala je v različnih begunskih medijih, poučevala begunske otroke ter delala kot svetovalka za delavce migrante in begunce. Prav na njeno pobudo 30. obletnico prihoda bosanskih beguncev v Slovenijo zaznamujemo z nizom dogodkov z naslovom Zgodilo se je čisto blizu nas. Med svojim predavanjem nam je iskreno in duhovito predstavila svojo izkušnjo begunstva, zlasti prvih nekaj let v Sloveniji, ki jih je preživela v begunskem centru.

Novembra in decembra 2021 ter januarja 2022 smo imeli na šoli tri 90-minutne delavnice z novinarko Kristino Božič. Dijakom je najprej predstavila novinarsko delo in novinarske žanre, nato pa jih je skozi delavnice in po elektronski pošti usmerjala pri pisanju prispevkov za časopis. Dijaki so zgodbe črpali iz izkušenj svojih bližnjih - nekateri so namreč potomci beguncev iz držav nekdanje Jugoslavije -, iz izkušenj svojih znancev, drugi pa so se usmerili npr. na anketiranje poznavanja migrantske problematike med mladimi in starejšimi. V časopisu so se dijaki torej preizkusili v različnih novinarskih žanrih: komentarju, tematskem intervjuju, publicističnem poročilu, oceni, anketi, stripu in predstavitvi osebe.

Januarja 2022 smo si dijaki in profesorji v Slovenski kinoteki ogledali film iz leta 1965



Delavnica z novinarko Kristino Božič.
Fotograf: Tilen Jon Sermek

Po isti poti se ne vračaj, ki obravnava temo ekonomskih migrantov. Februarja nam je gospod Vitja Dominkuš Dreu, predstavnik Slovenske kinoteke, na to temo pripravil predavanje na naši šoli.

V začetku marca smo imeli na SMGS v gosteh tuje partnerje v projektu Story Valley. Prvi dan je bil namenjen spoznavanju naših projektnih partnerjev, njihovih šol, kultur in navad ter okušanju tipičnih slaščic različnih narodov, ki smo jih mi in naši tuji prijatelji prinesli od doma za pokušino. Dan smo zaključili z vodenim ogledom šole in obiskom Muzeja novejšje zgodovine Slovenije, kjer smo si ogledali razstavo Odjuga in se udeležili animacijske delavnice v organizaciji Društva za izvajanje filmske vzgoje Slon. Drugi in tretji dan je bila na naši šoli delavnica o izdelavi spletne strani Story Valley pod vodstvom profesorja Richarda Bisseta z univerze v Edinburgu.

V sodelovanju z Vodnikovo domačijo je bila 13. aprila 2022 na SMGS 4-urna delavnica pedagoginje in moderatorke Špele Frlić na temo pripovedovanja zgodb, ki je bila namenjena profesorjem, vključenim v projekt Story Valley. Špela Frlić je odlična pripovedovalka pravljic za otroke in odrasle, umetniška vodja Pripovedovalskega festivala in avtorica številnih pripovedovalsko-vizualno-glasbenih predstav.

Marca in aprila 2022 so dijaki s pomočjo profesorjev svoje besedilne prispevke za časopis prevedli v angleščino in se na delavnici grafičnega oblikovanja časopisa, ki jo je vodila Barbara Logar Sušnik, magistra grafična inženirka in učiteljica tehnologije na naši šoli, učili, kako oblikovati časopis, nato pa so ga



Uvodno predavanje Maide Džinič na SMGS.
Fotograf: Timotej Špehar Pakj

predali našim bodočim grafičnim tehnikom v tisk in maja je prvi dvojezični tematski časopis Pixel končno izšel; 10. maja smo ga na Vodnikovi domačiji predstavili javnosti. Na predstavitvi se je profesorjem in dijakom, ki so bili na svoje prispevke zelo ponosni, pridružila gosa Maida Džinič, ki je izrazila veliko zadovoljstvo ob tem, da se poznavanje begunskih zgodb širi tudi med mladimi.

Vse projektne dejavnosti so naši dijaki fotografirali in snemali ter jih objavljali na šolski spletni strani www.smgs.si, šolskem kanalu YouTube in šolskem Instagramu. Ponosni smo tudi na sodelovanje z dvema finskima študentkama z univerze TREDU College iz mesta Tampere na Finskem, ki sta v okviru mednarodne izmenjave na naši šoli opravljali praktično usposabljanje in zelo aktivno sodelovali pri ustvarjanju projektnih vsebin.

V prihodnjem šolskem letu smo si za cilj projekta zastavili pisanje zgodb z migrantsko tematiko, ki jih nameravamo objaviti v našem literarnem glasilu Mi, mladci. Za pomoč smo se že obrnili na Gorana Vojnoviča, filmskega in televizijskega režiserja, scenarista, pisatelja in kolumnista. Veselimo se, da nas bo skozi delavnice usmerjal in nam svetoval pri delu. Seveda pa nas poleg tega čakajo še številne druge dejavnosti, ki jih profesorji v sodelovanju z Divjo mislijo že načrtujemo.

Izvedbo tega projekta financira Evropska komisija. Vsebina publikacije je odgovornost izključno avtorice in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.

Sofinancira program
Evropske unije
Erasmus+





Esko je prevzel kanadsko programsko zagonsko podjetje Tilia Labs za razvoj inovativnih rešitev tiska embalaže.

Esko prevzel podjetje Tilia Labs

Specialist za razvoj programskih rešitev za tisk embalaže Esko je prevzel kanadskega proizvajalca programske opreme Tilia Labs, ki je znan po svojih aplikacijah za razporejanje in upravljanje opravil, ki temeljijo na umetni inteligenci.

S prevzemom podjetja Tilia Labs Esko nadaljuje svojo zavezanost embalažni industriji, da zagotovi celovite rešitve programske in strojne opreme na enem mestu, kar pospešuje pot potrošniških izdelkov na trg. Po navedbah belgijskega proizvajalca različni inteligentni algoritmi rešitev Tilia Labs za načrtovanje, upravljanje in razporejanje opravil ter izračun porabe materiala odlično dopolnjujejo Eskovo obstoječo programsko opremo.

Kot del prevzema bodo izdelki Tilia Labs postali del Eskove krovne programske platforme. Poleg tega bo celotna ekipa Tilia Labs, vključno z vodstvom, vključena v organizacijo Esko. Tilia Labs po navedbah podjetja Esko tradicionalno vodi svoja podjetja predvsem decentralizirano, z zaposlenimi, ki delajo od doma, kar ni nenavadno za novoustanovljena podjetja z razvojem programske opreme.

Več informacij na www.esko.com in www.tilialabs.com.

www.graficar.si

Če želite najti nove stranke, se morate predstaviti, predstaviti kot tiskar, ponudnik tiskarskih, grafičnih, oblikovnih in drugih storitev. Minili so časi, ko so kupci sami prihajali v podjetje oziroma tiskarno in naročali tiskovine. Te že dolgo niso več zagotovljen uspeh, tiskarne in podjetja na splošno morajo aktivno iskati nove stranke in biti v realnem in virtualnem svetu vidni. Čarobna beseda za to je marketing. Tisti, ki se oglašujejo, samozavestno pokažejo prednosti lastnega podjetja in opozorijo nase, posredno tudi na inovativnost. Toda zakaj bi se tiskarji ukvarjali s tem?

Prvič

Glavno dejstvo je, da se je nakupno vedenje potrošnikov spremenilo, tudi ko gre za tiskovine. Opaziti je mogoče dva nasprotujoča si trenda. Po eni strani ljudje spet kupujejo bolj regionalno. Zaradi naraščajoče inflacije, pandemije covida in vojne v Ukrajini je zato še bolj verjetno, da bodo posli tekli vse bolj na regionalni oziroma lokalni ravni. Po drugi strani pa vedno več ljudi uporablja splet za nakupovanje. Nedavna pandemija je uveljavljenost tega načina nakupa še povečala, kar je spodbudilo rast e-trgovine in e-poslovanja, kot je še ni bilo. Številni so vztrajali pri tem in tako je ostalo tudi danes. Učinkovito trženje zato zajema obe skupini kupcev in opozarja na storitve tiskarne tako na dejanskem fizičnem trgu kot tudi virtualno v regionalnem, če ne kar globalnem okolju. Pri zadnjem je pomembno, da s promocijo v ospredje potiskamo naše spletne storitve tiska oziroma trženja.

Drugič

Zahteve za vstop na trg še nikoli niso bile tako nizke, kot so zdaj, stroški so bili le redko tako nizki in obvladljivi. Vizitke, vzorčne mape, brošure, vse, kar promovira dejavnost lekarne, lahko danes neposredno naročimo kar sami, tudi preprosto in neposredno po



spletu. Oglaševanje na spletu je mogoče hitro in preprosto rezervirati in zakupiti prek različnih spletnih storitev, kot so Google Ads, Instagram in drugi. Pri tem lahko preprosto omejimo stroške, namenjene tovrstni promociji, s čimer obvladujemo namenska sredstva. Oglaševanje na platformah družbenih medijev, kot je Instagram, deluje na enostaven način, torej določimo jasen obseg proračuna in fiksno ciljno skupino in že deluje. Spletne vsebine in blogje je danes mogoče napisati poceni in jih z enim klikom deliti s ciljno javnostjo, s čimer lahko dosežemo višjo raven SEO optimizacije naše spletne strani. Vse dejavnosti in njihovo uspešnost objav pa za povrh vsega lahko zelo natančno izmerimo. Kdor zakupi spletno oglaševanje, ima dostop do podrobnih poročil, iz katerih se lahko marsikaj nauči.

Tretjič

Tisti, ki pripravi jasen marketinški načrt za lastno podjetje, spotoma veliko bolje spozna tudi svoj posel. Če namreč hočeš izvajati marketinške dejavnosti, moraš najprej definirati, kaj sploh je podjetje in kaj ponuja oziroma zmore ponuditi. Katera so posebna področja, kje ste posebej dobro



Trije razlogi, zakaj naj se tiskarji oglašujejo

uredništvo revije Grafičar



uveljavljeni (med katerimi izdelki, za katero ciljno skupino)? Kateri zaposleni imajo posebna znanja? Kako naj razvijam podjetje in kdo je sploh ciljna skupina? Je treba morda konkurenco dohiteti? Tiskarne, ki so močne v samopromociji, se vidijo kot blagovne znamke z vrednotami in strategijami. Ne gre za ponudbo najugodnejših tiskovin. Gre za storitve in dosledno izpolnjevanje slehernih zahtev strank in trga. Marketing torej pripomore tudi k popolnoma novemu pogledu na podjetje.

Povečujte svojo prodajo tudi s promocijskimi izdelki

V regiji in lokalno imajo še vedno veliko moč promocijski izdelki oziroma so to lahko tudi poslovna darila. To velja za B2B in tudi B2C. Če lahko te izdelke zagotovite neposredno sami, potem je to lahko za vas ugoden način promocije v fizični obliki. Tovrstna promocija je še zlasti pomembna, če se zavedate kakovosti svojih izdelkov in njihove uporabniške koristi. Po raziskavah prejemniki promocijskih izdelkov te še vedno zelo cenijo in jih pogosto privedejo do nakupne odločitve. Statistika kaže, da vsak posameznik letno dobi in

uporablja vsaj 30 tovrstnih izdelkov. Industrija promocijskih izdelkov je že več let deležna rasti (od leta 2022 do leta 2024 triodstotne), letno samo v Evropi dosega skupno prodajo v višini več kot 23 milijard dolarjev.

Podjetja v povprečju za promocijske izdelke porabijo približno 1400 evrov na leto. S pravilno izrabo teh sredstev in ponudbo promocijskih izdelkov pravim končnim prejemnikom lahko povečajo zvestobo na daljši rok, predvsem pa je končni učinek takega oglaševanja zanimanje za vašo ponudbo. Kakor koli že, dejstvo je, da promocijski izdelki v primerjavi z drugimi marketinškimi aktivnostmi dosegajo višjo stopnjo konverzije oglaševanega izdelka, blagovne znamke ali ponudbe tiskarne. V nadaljevanju poudarjamo pet ključnih prednosti uporabe promocijskih izdelkov v marketinške namene.

Koristi od dostopnosti oz. vidnosti in s tem visoke stopnje vpogledov

Če predpostavimo, da vsaka oseba, ki ima promocijski izdelek, tega tudi enkrat na dan uporabi, pa naj gre za pisalo, stekleničko,

povijalni trak in drugo, je doseg približno 88-odstoten. S tem so promocijski izdelki po učinkovitosti oglaševanja celo pred množičnimi mediji, kot sta radio in televizija. Tudi stopnja vpogledov oglaševalskih sporočil v primerjavi s televizijskimi spoti je večja, če so bila ta ali povezave do njih na promocijskem predmetu zadovoljivo zaznavne.

Promocijska sporočila so dolgotrajna

Promocijski izdelki niso le priljubljeni, ampak se tudi dejansko uporabljajo na daljši rok: 75 odstotkov se uporablja več kot pol leta, 37 odstotkov pa več kot dve leti. Poleg tega jih 86 odstotkov prejemnikov uporablja samih, kar pomeni, da je malo izgub oglaševanja.

Le visoka kakovost prepriča

Promocijski izdelki morajo biti v prvi vrsti prepričljivi tudi z vidika kakovosti: če se prehitro pokvarijo ali po enkratni uporabi ne delujejo več brezhibno, to slabo vpliva na podobo promoviranega podjetja, ki jih je ponudilo oziroma podarilo. Po drugi strani pa zelo kakovosten promocijski izdelek, ki deluje tudi po več letih, pomaga izboljšati podobo



promoviranega podjetja. Tako se namreč zaobljuba kakovosti iz oglasnega sporočila prenese na vse izdelke in podobo podjetja.

Visoka uporabna vrednost spodbuja sprejemanje

Večina prejemnikov promocijskih daril, ki prinašajo koristi, jih ne dojema kot nadležnih, kar je v nasprotju z oglaševanjem, kot je televizijski ali vsiljen spletni oglas. Intenzivna uporaba z roko v roki s koristjo promocijskega izdelka poveča učinek oglaševanja in moč spomina prejemnika. Bolj ko so promocijska darila nenavadna, bolj jih prejemniki opazijo. Seveda pa to velja le, če so njihove prednosti in kakovost zadovoljive. Zelo priljubljena so tudi individualizirana promocijska darila, kot sta blok ali pisalo s imenom prejemnika, kar še poveča učinek oglaševanja.

Pri promocijskih darilih »zmagujeta« tudi sezonskost in regionalnost

Promocijska darila, ki se podarjajo ob določenih ponavljajočih se dogodkih, kot so navijaška ličila, sezonska oblačila in drugo, denimo poletno darilo, so prav posebej priljubljena kot »enkratna« darila za regionalne ali lokalne dogodke. Poudarjajo tudi solidarnost podjetja z javnostjo, obdano z dogodki. Darila, ki zajemajo določeno časovno obdobje, kot so letni ali adventni koledarji, pa z aktualnostjo povečajo oglaševalski učinek in tako prejemnikom dolgoročno ostanejo v spominu.

Zaključek

Promocija je v očeh podjetij navadno strošek. A to velja le za tista, ki ne znajo ovrednotiti učinkovitosti promocije oziroma nakupnih konverzij tako v realnem kot v virtualnem svetu. Žalostno dejstvo je, da je teh podjetij še vedno veliko, ker ne znajo pogledati v svet števil marketinga, ne vedo, kaj storiti za bolj učinkovito prodajo. Jasno pa je tudi, da podjetja, ki so dojela pojem sodobnega oziroma digitalnega marketinga, obvladujejo tako realno kot tudi virtualno oglaševanje lastne ponudbe. Njihovi vložki v promocijo so hitro povrnjeni, marketinški učinki pa doseženi na razmeroma dolgi rok, kar jim zagotavlja poslovno konkurenčnost in atraktivnost na lokalnem, regionalnem in tudi globalnem trgu.

Splošna dejstva s področja uporabe promocijskih izdelkov

- 90 odstotkov ljudi, ki prejmejo promocijski izdelek, si zapomni blagovno znamko. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 89 odstotkov se spomni blagovne znamke na promocijskem izdelku, ki so ga prejeli v zadnjih dveh letih. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- Posamezen promocijski izdelek ima v povprečju 344 prikazov promocijskega sporočila na mesec. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 80 odstotkov prejemnikov si po prejemu promocijskega izdelka promocijsko sporočilo ogleda/prebere. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 80 odstotkov ljudi se takoj odzove na sporočilo, ko prejmejo promocijo podjetij, za katera še nikoli niso slišali. (Vir: PPAI)
- 82 odstotkov ljudi ima po prejemu promocijskega izdelka sprejemljivejši odnos do blagovne znamke. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- Promocijski izdelek v 53 odstotkih primerov ustvari ugoden vtis oglaševanja. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- Promocijski izdelki veljajo za najučinkovitejšo obliko oglaševanja, neodvisno od generacije. (Vir: PPAI)
- Industrija promocijskih izdelkov je v Evropi ocenjena na 23,3 milijarde dolarjev. (Vir: Brandon Gaille Small Business and Marketing Advice)
- Srednji zahod ima največ podjetij s promocijskimi izdelki med 50 najboljših v ZDA. (Vir: ASI Central)
- 63 odstotkov potrošnikov promocijski izdelek, ki ga ne želijo, preda v uporabo naprej. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 60 odstotkov potrošnikov obdrži promocijski izdelek vsaj dve leti. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 53 odstotkov ljudi uporablja promocijski izdelek vsaj enkrat na teden. (Vir: Sage Blog)
- 72 odstotkov potrošnikov meni, da je kakovost promocijskega izdelka neposredno povezana z ugledom podjetja. (Vir: PPAI)
- 48 odstotkov potrošnikov bi želelo pogosteje prejemati promocijske izdelke. (Vir: Sage Blog)

- Potrošniki, mlajši od 55 let, imajo raje promocijske izdelke, ko jih vprašamo, katera vrsta oglaševanja jim je najbolj všeč. (Vir: ASI Central)
- Stopnja ozaveženosti blagovne znamke je največja pri oblačilih, saj si kar 85 odstotkov ljudi oglaševalca zapomni. (Vir: ASI Central)
- Zdravje, varnost, tehnologija in izdelki za pisanje so bili za potrošnike najbolj uporabni. (Vir: STML Print and Marketing)
- Vrečke ustvarijo več vtisov od katerega koli drugega izdelka (skoraj 6000 v času svoje uporabe). (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- Promocijske skodelice so učinkovitejše od radijskega oglaševanja, saj se 57 odstotkov ljudi spomni promocije na skodelici, le 28 odstotkov pa s televizijskega oglasa. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 90 odstotkov potrošnikov poroča, da uporabljajo promocijsko steklenico redno. (Vir: ASI Central)
- 47 odstotkov potrošnikov obdrži promocijsko majico dve leti ali več. (Vir: ASI Central)
- Promocijski koledar bo ustvaril približno 850 vtisov promocije v svoji življenjski dobi. (Vir: ASI Central)

Dejstva o stopnji uspešnosti

- 85 % ljudi, ki so prejeli promocijski izdelek, je poslovalo s tem podjetjem. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 2,5-krat večja verjetnost je, da bodo imeli potrošniki bolj pozitivno mnenje o promocijskih izdelkih v primerjavi s spletnim oglaševanjem. (Vir: ASI Central)
- Promocijski izdelki privabijo do 500 odstotkov več priporočil kot ocena. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- Dodajanje promocijskega izdelka oglasom v družabnih medijih poveča učinkovitost oglaševanja do 44 odstotkov. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)
- 42 odstotkov potrošnikov bolje sprejema blagovno znamko, če je promocijski izdelek okolju prijazen oziroma trajosten. (Vir: ASI Central)
- Samo 20 odstotkov ljudi zavrže nezaželen promocijski izdelek. (Vir: PROMotion Marketing, LLC)



Tisk,

pomemben del oglaševanja

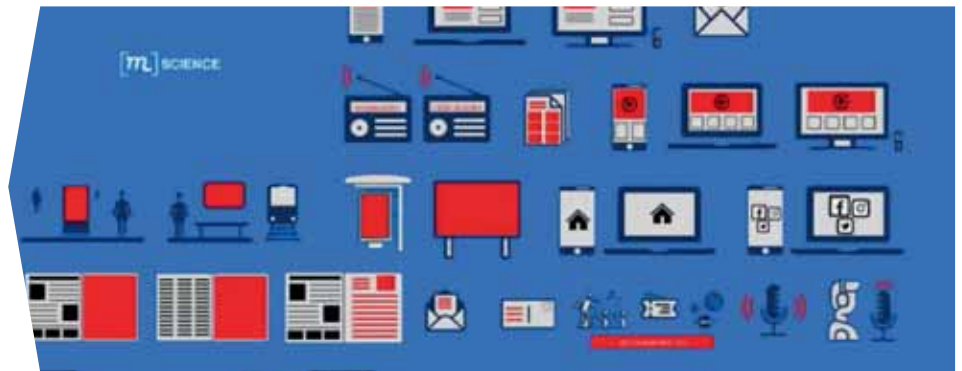
uredništvo revije Grafičar

Kanalom oziroma točkam promocije, po katerih potrošniki prihajajo v stik z oglasnimi sporočili, v marketingu imenujejo »touchpoints«. Število teh stičnih točk je v zadnjih 15 letih digitalizacije eksplodiralo. Nedavna obsežna študija pa vključuje temu dejstvu jasno kaže, da tisk še vedno povečuje učinek promocije.

To navdušujoče dejstvo je že dolgo jasno številnim v tiskarski industriji in v zadnjem času postaja vse bolj očitno. Tisk namreč potrjeno ustvarja čustveno privlačnost in zvestobo blagovni znamki - tudi med mlajšimi!

Aktualna študija Touchpoint Decoder organizacije [m]Science, neodvisno delujočega inštituta za raziskovanje trga in medijev mreže medijskih agencij GroupM, naj bi medijskim strokovnjakom zagotovila enoten standard ocen vseh preučenihih stičnih točk promoviranja in jih prvič naredila med seboj primerljive, neodvisno od vrste oziroma žanra promocije.

Kot zagotavlja [m]Science, študija, ki je bila izvedena konec leta 2021, temelji na kvantitativni raziskavi s skupno 18.000 sodelujočimi in 46.000 ocenami stičnih točk. Pregledanih je bilo več kot 50 stičnih točk z vseh področij, pomembnih za oglaševalca (plačanih, lastniških in prihodkovnih dobičkonosnih oglasov). Vsaka stična točka je bila ocenjena glede na več kot 40 lastnosti (na primer »Je zabavno« ali »Spodbuja me, da



prvič kupim izdelek«). Rezultati bi po njihovem mnenju morali veljati za vse oglaševalce in panoge, saj študija zagotavlja splošno oceno posamezne stične točke. Podatki so bili zbrani z implicitno merilno metodo (merjenje dražljaja - odziva), ki združuje smer odziva (»Prehaja«, »Ne prehaja«) z zahtevanim odzivnim časom za ovrednotenje stične točke. Čim krajši je odzivni čas, bolj ustrezen je promocijski pristop oziroma stična točka s potrošniki za njihovo nakupno konverzijo.

V marketingu so stične točke veliko več kot le nosilci oglasnih sporočil. Ob pravilni uporabi lahko močno vplivajo na oglaševalski učinek in delujejo kot pravi ojačevalci učinka. Rezultati velike aplikativno usmerjene osnovne študije Touchpoint Decoder kažejo, kateri kanali in katera oblika promocije so posebej primerni za določen namen. Skladno s tem med drugim:

- Brošure in oglasi v časopisih/revijah so še posebej vredni zaupanja in verodostojni, saj brošure sporočajo ponudbo za prihajajoči teden in se tam dane oglaševalske obljube tudi bolj zanesljivo držijo. Oglase v časopisih/

revijah dojema kot vredne zaupanja ne le starejše občinstvo, temveč tudi bralci, stari od 18 do 39 let - celo nekoliko bolj kot bralci, stari od 60 do 69 let.

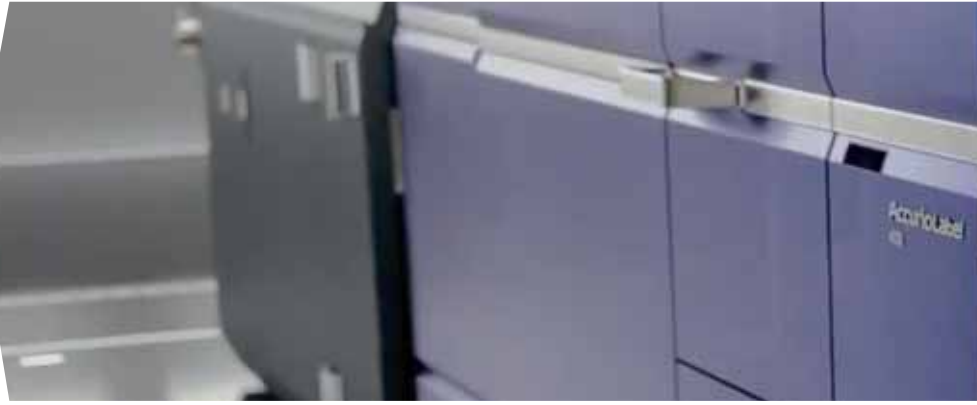
- Tiskani oglasi so primerni tudi za emocionalizacijo. Študija tudi potrjuje splošno razširjeno prepričanje, da so tiskani oglasi dobri pri posredovanju informacij. Vendar pa tudi ovrže predsodek, da je emocionalizacijo potrošnikov mogoče doseči le s pomočjo gibljivih slik: glede na »zabavnosti so enako ocenjeni oglasi v revijah in gibljivi oziroma videooglas. Pri tem je treba poudariti, da je mogoče zvestobo blagovni znamki bolj učinkovito zagotoviti s tiskanimi oglasi.

Osrednja vsebina obsežne preiskave je bila nedavno predstavljena na Content Summitu GroupM 2022. Tukaj je videoposnetek dogodka, v katerem je bila podrobneje predstavljena osnovna študija ter nekaj osnovnih informacij o namenu raziskave Touchpoint Decoder kot dodatnega KPI orodja za medijsko načrtovanje (vir: [m]Science).



Tisk etiket je ena od najhitreje rastočih panog v celotni industriji tiska. Danes je nemogoče, da bi trgovina, industrija ali distribucija delovale brez uporabe nalepk oziroma etiket. Kamor koli pridemo, povsod srečamo etikete, ki nas usmerjajo ali obveščajo. Eden pomembnejših segmentov proizvodnje nalepk je trgovina, saj je danes praktično nemogoče kupiti proizvod, na katerem ni vsaj ene etikete, pa naj gre za pijačo, hrano, embalažo ali elektroniko.

Samolepilne etikete so v zadnjih 35 letih prešle iz nišnega izdelka do prevladujočega dejavnika na trgu. Tako kot klasični formatni tisk se tudi tisk etiket spopada z vse nižjimi nakladami tiska, ki jih mora dobaviti čim ceneje in v najkrajšem možnem času. Prav tako je vedno več zahtev po personalizaciji, kot so črtne kode, vpis datuma izdelave oziroma roka trajanja in podobno. Konvencionalne tiskarske panoge, kot so ofsetni ali fleksotisk, tem zahtevam ne morejo slediti, saj predpriprava za tisk vzame preveč časa, pa tudi tehnologije niso primerne za manjše naklade ali personalizacijo. Po drugi strani pa lahko digitalni tisk zaradi svoje prilagodljivosti izvede majhne in srednje naklade hitro in z nizkimi stroški.



Prednosti digitalnega tiska etiket:

- Z digitalnim tiskom etiket se lahko hitreje odzovete na hitro spreminjajoče se razmere na trgu ter lažje ustrezete željam strank po čim hitrejšem tisku.
- Za nizke naklade je digitalni tisk časovno in cenovno mnogo bolj učinkovit, saj ne zahteva nobenih priprav (izdelava plošč, čiščenje s kemikalijami, ni porabe vode itd.).
- Pri digitalnem tisku etiket je odpadke praktično minimalen, natisnete lahko točno toliko etiket, kolikor zahteva stranka, kar znižuje stroške tiska.
- Zaradi možnosti tiska nižjih naklad lahko uporabniki naročajo etikete na zahtevo, se pravi po potrebi. To prinese znižanje zalog etiket in s tem povezanih stroškov, zmanjša se tudi izmet etiket zaradi prekoračitve roka aktualnosti ali ustreznosti etiket na zalogi.

- Personalizacija, variabilni tisk slik in besedila prinašajo čisto nov trg etiket, kar omogoča dodatne poslovne priložnosti. Z uporabo QR kod omogočamo strankam hiter dostop do dodatnih zelenih informacij z mobilnimi napravami.
- Navadno etiketo lahko opremimo z različnimi variacijami slik, mikro besedilom ter različnimi vzorci ozadja in tako otežimo ponarejanje, kar je zelo pomembno za skrbnike blagovnih znamk.

Konica Minolta je kot eden vodilnih ponudnikov digitalnega tiska že leta 2015 predstavila svoj prvi tiskalnik iz zvitka Press C71cf, ki ga je trg dobro sprejel. Leta 2018 je predstavila naslednika AccurioLabel 190, ki je ponudil kar nekaj zanimivih novosti. Letos pa vam predstavljamo najnovejšo različico tovrstnega sistema, to je AccurioLabel 230.



AccurioLabel 400 uporablja toner CMYK procesnih barv + dodatne bele pokrivne. Z dodano peto bravo lahko svojim strankam ponudite večji izbor medijev, na katere lahko tiskate. Za nadzor kakovosti tiska skrbi integrirana enota za inteligentni nadzor kakovosti (na sliki levo).



Nova generacija tiska etiket

Konica Minolta AccurioLabel 400

Andrej SOKLIČ • Konica Minolta Slovenija, d. o. o. • Dunajska cesta 167, 1000 Ljubljana, Slovenija • T: 386 (0)1 568 05 00 • M: 031 819 831 • S: www.konicaminolta.si

Andrej SOKLIČ

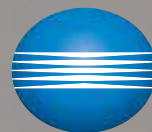
M: 031 819 831

E: andrej.soklic@konicaminolta.si

Nenad OKORN NOVAK

M: 040 433 712

E: nenad.novak@konicaminolta.si



KONICA MINOLTA

Ta prav tako tiska s pomočjo tonerja pri nazivni ločljivosti 1200 x 1200 dpi. Tisk etiket s pomočjo tonerja sicer ni najbolj običajen pristop, saj drugi proizvajalci uporabljajo cenovno dražje brizgalne sisteme, toda tisk s tonerjem se je zaradi svoje nizke cene in hitrosti zelo dobro uveljavil kot vstopna

raven oziroma pristop tiska etiket. Z novostjo Konica Minolta nagovarja male in srednje velike ponudnike izdelave etiket in je z njo zelo uspešno zapolnila tržno vrzel, v kateri do zdaj ni bilo nobenega ponudnika.

Do zdaj je Konica Minolta globalno prodala že več kot 600 tiskalnikov etiket iz zvitka, kar kaže na veliko zanimanje proizvajalcev etiket, ki skušajo z digitalnimi rešitvami tiska zadovoljiti spreminjajoče se zahteve trga.

Konica Minolta bo svojim strankam kmalu ponudila že četrto generacijo digitalnega tiskalnika AccurioLabel 400. Za osnovo smo uporabili že preizkušeni tiskalnik AccurioPress C14000. AccurioLabel 400 uporablja toner CMYK procesnih barv + dodatne bele pokrivne. Z dodano peto bravo lahko svojim strankam ponudite večji izbor medijev, na katere lahko tiskate. Hitrost tiska na sistemu AccurioLabel 400 znaša največ 39,9 m/s v CMYK načinu upodobitve oziroma 20 m/s v načinu CMYK + dodaten bel toner. Tiskalnik je primeren tudi za tisk večjih naklad, saj lahko naenkrat natisne do 3000 m etiket v zvitku, največji premer

zvitka na navijalcu in odvijalcu pa je lahko 800 mm. Večjim nakladam je prilagojen tudi zalogovnik za toner, ki je podvojen.

Za nadzor kakovosti tiska skrbi integrirana enota za inteligentni nadzor kakovosti (podobno kot IQ-501), ki skrbi za:

- kontrolo stabilnosti barv v realnem času
- nadzor registracije barv v realnem času
- samodejno kalibracijo
- samodejno nastavitvev barvne gostote
- izdelavo profilov

Poleg AccurioLabel 400 priporočamo tudi program AccurioPro Flux Impose. Gre za močno orodje priprave z možnostjo razporejanja etiket na končni format oziroma korak tiska (impozicijo). Omogoča tudi združevanje različnih etiket (angl. Nesting), dodajanje oznak oziroma kontur za izrez/izsek itd. Accuriopro Flux Impose omogoča tudi tisk etiket z variabilnimi podatki.



Video predstavitev sistema AccurioLabel 400 z inteligentnim nadzorom tiska in uporabo dodatnega belega tonerja





Podatki so znanje. Znanje je moč. Uporabite svoje in naredite več z manj. Vaši tiskarski procesi lahko ustvarijo ogromne količine podatkov, ki pa vam ne dajejo resnično uporabnega vpogleda v poslovanje. Zato je pogosto težko analizirati pravi vzrok težav, kot sta nizka izkoriščenost tiskalnika in slaba kakovost izpisa. Poleg tega se bodo proizvodne ekipe brez tovrstnega podatkovnega vpogleda v realnem času počasneje odzivale na nepredvidene izpade ali dogodke, ki upočasnjujejo proizvodnjo. Pomanjkanje informacij o proizvodnji tiska v realnem času lahko zmanjša dobičkonosnost poslovanja in zviša proizvodne stroške.

Prisluhnite vaši proizvodnji

S povezavo tiskalniških sistemov in rešitvijo EFI IQ lahko preprosto pridete do vrednosti svojih proizvodnih podatkov. EFI IQ kot sklop mobilnih aplikacij in aplikacij v oblaku namreč omogoča, da izboljšate vsakodnevno upravljanje proizvodnje in poslovanja z odgovori na zagate in nejasnosti v realnem času. Ta vprašanja so največkrat: Kako dobro tržimo? Ali so tiskalni sistemi ustrezno izkoriščeni? Ali so v trženju motnje, o katerih moram vedeti? Ali lahko od koder koli in kadar koli preverim stanje proizvodnje? Koliko barve/tonerja smo porabili v zadnjem četrtletju?

Paket programskih orodij IQ zajema in predstavlja podatke na način, ki omogoča preprosto spremljanje delovanja posameznega tiskalniškega sistema v realnem času in sprejemanje pametnejših in hitrejših odločitev na podlagi analize proizvodnje. Tako lahko tudi optimiziramo procese proizvodnje in njihovo kakovost ter izboljšamo donosnost poslovanja, znižamo proizvodne stroške in ne nazadnje povečamo obseg poslovanja.

Paket rešitev EFI IQ

Paket programskih orodij IQ omogoča povezovanje procesov in tiskalniških naprav, tako da lahko na podlagi vpogledov v podatke proizvodnje v realnem času sprejemamo boljše poslovne in procesne odločitve. Del teh orodij je brezplačen, del pa plačljiv, njihov skupni namen pa je graditev močnejšega in donosnejšega podjetja na osnovi dejanskih podatkov proizvodnje.

IQ Dashboard: Osnovno nadzorno okno ponuja hiter pregled nad stanjem tiskalniških sistemov. S pomočjo ključnih metričnih vrednotenj proizvodnje lahko enostavneje sprejemamo pravilne procesne in poslovne odločitve.

EFI Insight: S spremljanjem preteklih trendov lahko izboljšamo uspešnost proizvodnje v prihodnosti. S poročili lahko primerjamo proizvodno uspešnost med napravami, izmenami ali različnimi lokacijami tiskarn in skušamo povečati produktivno učinkovitost.



Ne nazadnje lahko z njimi analiziramo tudi porabo črnila/tonerja in tiskovnih medijev, s čimer lahko optimiziramo materialne stroške proizvodnje v prihodnosti.

EFI Notify: Ohranite nadzor nad proizvodnjo s prejetjem opozoril o dogodkih, ki upočasnjujejo proizvodnjo, in poročil o proizvodnji na dnevni, tedenski ali mesečni ravni.



EFI IQ

Ostanite konkurenčni in z rastjo poslovanja

Blaž KOS • Uni-Biro d. o. o. (EFI Certified PRO)



EFI Go: S pametnim telefonom ali tabličnim računalnikom ostanite povezani 24 ur na dan, 7 dni v tednu ter na daljavo spremljajte stanje tiskalniških sistemov, čakalne vrste opravil in zastoje v proizvodnji. O svojem poslovanju ste lahko obveščeni kadar koli in kjer koli.

EFI ColorGuard: Izboljšajte postopek preverjanja in umerjanja barv, da boste zagotovili natančne in korektno barvne upodobitve ter posledično zmanjšali količino odpadka, ponovnega tiska in zavrženih tiskovin.

EFI Manage: Poenotite konfiguracijo strežnika za sisteme enakega modela, preverite skladnost njihovega delovanja in si s preglednim grafičnim vpogledom ogledate stanje tiskalniških naprav.

EFI IQ v praksi

EFI je rešitev EFI IQ implementiral že v številnih podjetjih po svetu; eno takih je podjetje REAL Marketing, ki ima več obratov v ZDA in Kanadi. Njihovi tiskalniški sistemi so vodeni z uporabo strežnikov EFI Flery, katerih del so tudi orodja EFI IQ, ki vodstvu

omogočajo vpogled v proizvodnjo in stanje v realnem času, s tem pa prepoznati kritične momente in povečati učinkovitost proizvodnje v danih trenutkih. To največkrat pomeni, da takoj zaznajo zastoje in preusmerijo opravila na ustrezne in razpoložljive tiskalniške sisteme. S pomočjo grafov izkoriščenosti sistemov, ki prikazujejo čas tiskanja, mirovanja in prekinitvev procesa tiska, prepoznajo tudi trend problematičnih strojev. S tem si pomagajo tudi pri odločanju in načrtovanju preventivnega vzdrževanja. S stalnim spremljanjem proizvodnje daje zaposlenim tudi ustrezne povratne informacije in napotke glede postopanja ob potencialnih težavah.

Orodji EFI IQ Dashboard in EFI Insight sta prav tako del analitike podjetja REAL Marketing, saj sta del strežnikov EFI Flery, potrebna je le aktivacija. Tako so sistemi podatkovno vezani v oblak, z modulom EFI Go za uporabo na mobilnih napravah pa so poročila tako rekoč na dlani na daljavo kadar koli in od koder koli. Upravljanje barv je za podjetje ključnega

pomena pri zagotavljanju tiskovin visoke kakovosti, zato želijo v bližnji prihodnosti v svoj delovni tok vključiti tudi modul EFI ColorGuard, ki standardizira postopka preverjanja barvne korektnosti in barvne skladnosti tiska. Zaradi več obratov v ZDA in Kanadi pa imajo tudi vizijo uporabe orodja EFI Manage za zagotavljanje optimalnih in enotnih tiskovnih rezultatov neodvisno od lokacije tiska. S sinhronizacijo nastavitvev sistemov istega modela in referenčnimi korekcijami orodje zagotavlja skladnost tiska neodvisno od sistema, skladno je tudi poročanje o rezultatih tiska.

Sklep

Paket orodij EFI IQ je jasna pot digitalizacije procesov tiska, katere namen je dosleden nadzor in upravljanje, s čimer rezultati tiska in izdelava tiskovin niso prepuščeni naključju. Z doslednim zajemanjem proizvodnih podatkov sta status procesov in stanje proizvodnje jasna, zato lahko v danem trenutku sprejemamo jasne in pravilne odločitve, s tem pa zagotovimo zanesljivo proizvodnjo, ki je ne glede na čas in kraj konsistentno kakovostna.



Novi EFI Reggiani ecoTerra naj bi bil na voljo še letos.

Še letos EFI Reggiani ecoTerra

EFI z novim sistemom Reggiani ecoTerra predstavlja rešitev vse v enem za področje industrijskega tiska na tekstil, ki ne zahteva dodatne opreme za predobdelavo in naknadno obdelavo. Tehnologija je v postopku patentiranja in bi morala ponuditi konkurenčno prednost, hkrati pa znatno zmanjšati porabo energije in vode, torej za večjo trajnost v tisku neposredno na oblačila.

Tisk na tekstil - neposredno na tkanino

Celovita rešitev za pigmentni barvi tisk na vodni osnovi neposredno na tekstil je bila prvič predstavljena na sejmu Fespa Global Print Expo v Berlinu (Nemčija). Po mnenju skupine EFI bi morali uporabniki z novim sistemom ecoTerra izkusiti izjemno obstojnost izpisov na mokro/suho, ostrino podrobnosti motivov in izredne vzdržljivosti. Sistem naj bi zagotavljal znižane stroške vzdrževanja z daljšo življenjsko dobo tiskalnih glav.

Nova serija črnih ecoTerra vključuje sedem barv - cian, magenta, rumena, črna, modra, rdeča in zelena - za tisk razširjenega barvnega prostora. EFI Reggiani ecoTerra ima tudi novo in izboljšano enoto za polimerizacijo (sušenje barv) in končno obdelavo, ki daje tkanini mehkejši občutek. Potiskan tekstil je primeren za uporabo na prostem, pa tudi za notranjo dekoracijo in drugo.

Več informacij na www.efi.com.

www.graficar.si



Actega širi portfelj UV srebrnih premazov (vir: Actega).

Pet novih UV srebrnih premazov

Actega, proizvajalec posebnih premazov oziroma kemičnih sredstev, tiskarskih barv, lepil in tesnilnih mas za embalažno in tiskarsko industrijo, je predstavil pet novih UV srebrnih premazov Wessco Polar, ki bodo dodani v portfelj Actega. Štirje so namenjeni uporabi v posebni enoti za premazovanje, eden pa kar neposredno uporabi v barvni enoti in doziranju iz barvne kadi.

Po navedbah Actege novi UV srebrni premazi ponujajo visoko odbojne lastnosti in v kombinaciji z lakirnimi sredstvi izjemne površinske sijajne učinke. Možno jih je tudi dodatno potiskati z UV ofsetnimi barvami.

Po mnenju dobavitelja so lahko premazi Wessco Polar, ki ne vsebujejo topil, gospodarna alternativa metaliziranemu kartonu ali vroči oziroma hladni aplikaciji metalne folije. Z njimi lahko širimo vse bolj uveljavljen pomen trajnostnega tiska. Z nanosom teh sredstev se namreč lahko izognemo plastičnim odpadkom (tiskovin z aplikacijo plastične folije) in poenostavimo postopek recikliranja odpadnih tiskovin.

Primerno za živilsko embalažo

Zaradi lastnosti, kot sta nizka migracija in skladnost s švicarskimi zahtevami odloka o varnem potrošniškem blagu in zahtevami Nestléja, so novi UV srebrni premazi primerni tudi za tisk živilske embalaže in embalaže druge tovrstno občutljive vsebine.

Več informacij na www.actega.com.

www.graficar.si

Koledar dogodkov



sejmi, simpoziji, forumi ...

www.graficar.si

oktober 2022

Empack (sejem)

sreda, 26. oktober 2022 — četrtek, 27. oktober 2022
Madrid (Španija)

november 2022

Kongres digitalne prodaje (konferenca)

torek, 8. november 2022
virtualno

februar 2023

Hunkeler Innovationdays (sejem)

ponedeljek, 27. februar 2023 — četrtek, 2. marec 2023
Luzern (Švica)

maj 2023

Interpack (sejem)

četrtek, 4. maj 2023 — sreda, 10. maj 2023
Düsseldorf (Nemčija)

Components (sejem)

četrtek, 4. maj 2023 — sreda, 10. maj 2023
Düsseldorf (Nemčija)

PDC 2023 (konferenca)

torek, 16. maj 2023 — sreda, 17. maj 2023
Düsseldorf (Nemčija)

FESPA Global Print Expo (sejem)

torek, 23. maj 2023 — petek, 26. maj 2023
München (Nemčija)

Empack in »Logistics & Automation« (sejem)

sreda, 24. maj 2023 — četrtek, 25. maj 2023
Dortmund (Nemčija)

**BAROČNA PISAVA**
(transitional)

Spada v sklop dvodebelinskih pisav, povečana je razlika v širini tankih in podebeljenih potez, podebeljene poteze so že skoraj pokončne, serifi so bolj položni, prečna poteza pri minuskuli e je ravna in nad sredino, naklon pri kurzivnih črkah je največkrat pod kotom 15°.

www.graficar.si**MAGENTA**
(magenta)

Ena izmed treh osnovnih (primarnih) barv subtraktivnega mešanja in ena izmed štirih procesnih barv za tiskanje v barvah. Čista magenta barva je popolnoma brez zelene, ker absorbira ves zeleni del spektra, odbija ali prepušča pa modri in rdeči del.

www.graficar.si**EKSTRUDIRANJE**
TERMOPLASTIČNIH MATERIALOV
(Fused filament fabrication, FFF)

Izraz označuje ekstrudiranje termoplastičnih materialov (material extrusion), ki ga za poimenovanje svoje tehnologije uporablja združenje RepRap.

www.graficar.si**GRAFIČAR**

Geslovník

Grafično izrazoslovje

www.graficar.si

Revija Grafičar na spletu ponuja različne geslovníke. Roziroma pojmovnike. Njihov namen je definirati slovensko strokovno izrazoslovje grafične dejavnosti. Ponujamo jih tudi v tiskanem delu z izborom naključnih terminov vseh spletno objavljenih izdaj.

barvni geslovník
Marko KUMAR3D-pojmovnik
Deja MUCK

Univerza v Ljubljani

tipografski geslovník
Klementina MOŽINA

Univerza v Ljubljani

terminološki slovar Buzzword Buster
Matic ŠTEFAN

odgovorni urednik revije Grafičar

Gorazd GOLOB

Univerza v Ljubljani

eXact™ 2



Novi X-Rite spektrodenzitometer

Najboljši zaslon

Za 30 % večji zaslon kot pri prvi generaciji in dvakratna ločljivost omogočata zelo dobro vidljivost in lahko navigiranje po menijih.

Najhitrejša merjenja

Brezkontaktno merjenje prepreči morebitno zamazanje odtisa pod instrumentom. Meritve se opravijo hitro, s pritiskom gumba ob strani. Instrument ima vgrajena kolesca, s katerimi lahko hitro skeniramo klin.

Edinstvena kamera

Vgrajena visokoresolucijska kamera omogoča, da na zaslonu v živo vidimo področje merjenja, kar olajša tudi premik instrumenta med skeniranjem. Kamera je zelo uporabna tudi kot digitalna lupa za analizo odtisa, saj nudi do 10-kratno povečavo.

Izboljšana priključna postaja

Vsaka postaja je opremljena s QR kodo, ki omogoča, da se lahko nanjo kalibrira kateri koli instrument eXact2. Z najnovejšo tehnologijo se doseže zelo hitro brezžično polnjenje.



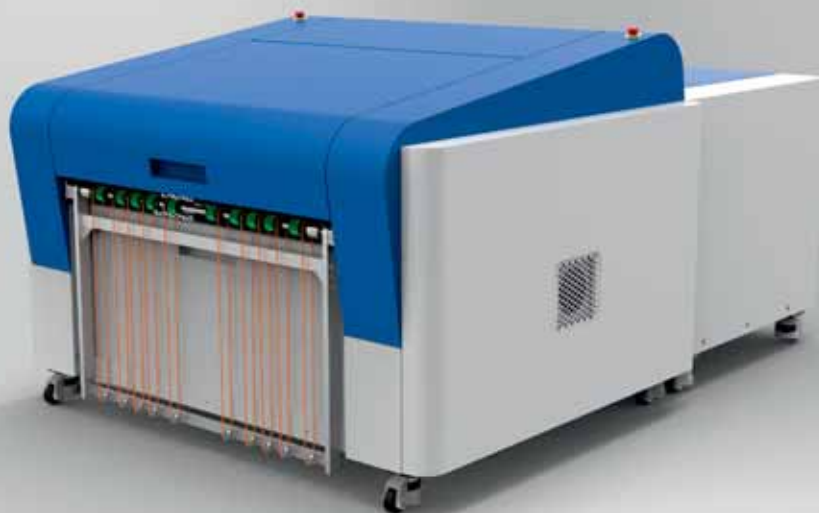
grafik

DZS Grafik d.o.o.
Ulica Jožeta Jame 12
1210 Ljubljana-Šentvid

Trgovina/skladišče
Vevška cesta 52
1260 Ljubljana-Polje

www.grafik.si
T: 01 548 32 00
info@grafik.si

AURORA T256 CTP



Posamezni izvor svetlobe



Square Dot imaging



Visoka produktivnost



Aurora T256
s kaseto za
100 plošč.
Hitrost do 72
plošč na uro.



Aurora T256
s štirimi kasetami
po 100 plošč.
Hitrost do 72
plošč na uro.

Za prodajo in tehnično podporo se obrnite na podjetje GPS Group.
Uradni distributer Lucky Huaguang Graphics Co. skupaj z distribucijo
opreme proizvajalca Amsky Technology Co..

Tehnične
informacije



GPS Internationale Handels Holding GmbH

PE Tehnološki park H
Pot za Brdom 102, 1000 Ljubljana
www.gpsgroup.eu.com
office@gpsgroup.eu.com