Информационен бюлетин

на Съюза на печатарската индустрия в България

Година V, Брой 10, октомври, 2008 г.

В броя ще прочетете:

Трети Балкански печатарски форум в Истанбул
manroland печели иновационнатанаграда на Германската печатарска промишленост
IFRA Expo 2008 – крос–медиен рекламен и редакционен работен поток
Облагородяване за успешен диалогов маркетинг
Коника Минолта в България с първенство при цветния и черно-белия печат
Университет за потребителите на печатни продукти
Lean Printing – стройната печатна продукция
Информационни дни 2008 на Центъра за печатни медии на Heidelberg
IFRA Expo 2008
Ново представителство на Еуропапир-България АД

Impressum

Електронно информационно издание за печатна комуникация Орган на Съюза на печатарската индустрия в България
София, Цариградско шосе 117
Тел. /Факс: 02/975 23 88
Email: office@printunion-bg.org
Internet: http://www.printunion-bg.org
Редакц. обр./Реклами: Росица Велкова, rossitza@gmx.de
Електронна обработка: DEMAX, demax@demax.bg
Разпространение: Румен Трифонов, trifonov@printunion-bg.org
Разпространява се безплатно; периодичност: всеки месец.

Newsletter for Print Communication
Edition of the Printing Industry Union of Bulgaria
Sofia, 117 Tsarigradsko choussee
Tel./Fax: +359/2/975 23 88
Email: office@printunion-bg.org
Internet: http://www.printunion-bg.org
Editorial/Advertising: Rossitza Velkova, rossitza@gmx.de
Layout & Design: DEMAX, demax@demax.bg
Distribution: Rumen Trifonov, trifonov@printunion-bg.org

Трети Балкански печатарски форум

Третият Балкански печатарски форум под патронажа на manroland AG се проведе на 23 и 24 октомври в Истанбул.

Г–н Томас Хаузер, вицепрезидент, Корпоративен маркетинг и комуникации, manroland AG представи темата *Перспектива 2020* – най–новото в областта на технологичното развитие, перспективите за развитие на отрасъла, информира за активното присъствие на manroland AG на Балканите.

Г–жа Беатрис Клозе, генерален секретар на Intergraf, информира за конкурентноспособността на европейската печатарска промишленост и представи изключително интересни числа за отрасъла в Европа.

На Форума присъстваха колеги от печатарските съюзи на България, Гърция, Румъния, Сърбия, Турция и Унгария.

По време на Форума бе предоставена информация за печатарската индустрия в Турция, за развитието на печатарството в света, в Европа и на Балканите.

Дискутирани бяха някои възможности за подкрепа и съдействие при обучението на кадри за полиграфическата промишленост в отделните балкански държави, за формиране, издаване и разпространяване на

информационен бюлетин на Балканския печатарски форум, организиране на срещи на журналисти от специализирани полиграфически издания, възможности за търсене на подкрепа от Европейския съюз при производствени, инвестиционни и проекти за обучение.

Турските колеги организираха посещение на две печатници в Истанбул.

Подробна информация за Третият Балкански печатарски форум очаквайте в следващите броеве на Информационния бюлетин.

Соб. инф.

manroland печели иновационната награда на Германската печатарска промишленост

ROLAND 50 – една от най–иновативните печатни технологии на 2008 година

На 9-и октомври във Франкфурт/Майн бяха връчени иновационните награди на Германската печатарска промишленост. manroland получи втора награда в категорията Технология за новата листова офсетова печатна машина ROLAND 50.

На тазгодишната drupa малкоформатната ROLAND 50 (36/52) бе представена за пръв път на световната публика и вече спечели една от най–важните технологични награди. ROLAND 50 осигурява добавена стойност при малкия формат, благодарение на високото печатно качество и многообразно и гъвкаво използване на печатни материали. За печатаря това означава по–голямо портфолио, печелене на нови клиенти и съответно повече оборот и конкурентноспособност.

В отговор на потребностите на печатниците

Успехът на най–новата разработка на manroland е гордост за д-р Маркус Рал, член на Управителния съвет на manroland, отговарящ за ролните машини. „ROLAND 50 е отскоро на пазара, но печатното качество и многообразието на използваните материали предлагат очевидно добавена стойност, която се оценява високо от специалистите. Цел на нашата стратегия за добавената стойност е предоставяне на технология за успешно позициониране на клиентите на пазара. Наградата показва, че ROLAND 50 отговаря напълно на потребностите на печатниците.“

ROLAND 50 с формат 36/52 завладява ново бизнес пространство

ROLAND 50 – нови бизнес възможности

ROLAND 50 осигурява нов стандарт по отношение на печатно качество и разнообразие на печатните материали. Само с ROLAND 50 се печата върху материали с дебелина от 0,04 до 0,8 мм. При 0,8 мм за форматния клас 36/52 печатниците могат да спечелят нови клиенти и нови производствени области, напр. за производство на календари.

Стандартната височина на стапела от 700 мм е най–високата сред конкуренцията. Възможният максимален формат от 38 x 53 см предлага сериозни допълнителни предимства. Качеството на печат се осигурява от XXL технологията при малкия формат.

За същата платформа ROLAND 50 притежава основните технологични характеристики на голямоформатните печатни машини на manroland – двойни печатни цилиндри и трансфериращи системи осигуряват безпрепятствено преминаване на листа и високо печатно качество. ROLAND 50 се характеризира със стабилна конструкция, обслужва се от един оператор, има висока степен на автоматизация и осигурява възможности за свързване в мрежа.

Прес–информация на manroland AG

Адам Юен, бащата на ROLAND 50 и д-р Маркус Рал, член на Управителния съвет, заедно с Бернхард Ниемела, главен редактор на списание Deutschen Druckers (отляво надясно)

IFRA Expo 2008 – крос–медиен рекламен и редакционен работен поток

ppi Media ще представи заедно с manroland и SAP от 27-и до 30-и октомври в Амстердам най–новите разработки в областта на мултиканалното издаване. В центъра е медийноконвергентния редакционен и рекламен Workflow.

Рекламни решения за печат и on–line

Най–ефективните прогнози в областта на on–line рекламата предлагат на вестникарите отлични възможности за възвръщане на загубените позиции. Условие за това е засилване на on–line компетентността. С цел интегриране на планирането, разпределението, производството и публикуването на on–line реклами в съществуващия ppi Workflow, хамбургският софтуерен специалист разшири производственото си фолио за рекламна среда с допълнителни интернет функции и самостоятелни модули, като напр. новия on–line позициониращ инструмент AdInvent.

Нови SAP решения

От много години насам ppi Media работи в тясно сътрудничество с Валдорфския софтуерен концерн SAP с цел интегриране на техническия ppi Workflow с комерциалния производствен процес на SAP. Както показват множество интернационални проекти, системата за управление на реклами IS-M/AM допълва идеално издателското решение на ppi. През настоящата година ppi и SAP се представят съвместно на изложението. Така посетителите ще имат не само възможност да се запознаят с работата на двете системи, но и да получат компетентни отговори на въпроси, свързани с издателски проблеми и сервиз, интегрирана работа с клиенти, а също управление на рекламната и абонаментната дейност.

Мултиканално издаване с felix

Както при рекламата, така и при доставянето на информация днес се работи все повече в интернет. Новата система felix осигурява на редакциите възможност за медийно ориентирана и целева подготовка на редакционните текстове за разнообразните извеждащи канали. С felix се постига не само повече ефективност и прозрачност при редакционното планиране на теми, при управлението на съдържнанието и при организацията на работния процес, но се създават и условия за атрактивна рекламна среда. След успешното представяна на felix по време на IfraExpo 2007, през тази година ще бъде демонстрирана интерактивно новата разработка на системата за Content Workflow. Два пъти на ден се планира деветдесетминутна демонстрация, която ще покаже подробно разнообразните възможности и задачи на редакционния работен поток.

Прес–информация на manroland AG

Облагородяване за успешен диалогов маркетинг

Клиентите се информират по темата „Творчество при печата“

Кои са факторите на успеха при диалоговия маркетинг? Какво е влиянието на облагородяването при печатния процес? Как се прилагат модерните технологии за облагородяване? На тези въпроси отговаряха специалисти по време на срещата „Творчество при печата“, проведена на 25-и септември в Офенбах, Германия.

„Околната среда въздейства на печата и печатът влияе на околната среда. Това взаимодействие осигурява добра комуникация между всички участници в производството на даден печатен продукт – клиенти от издателствата, от агенциите или производители на маркови продукти и естествено, печатници,“ обобщава г–н Томас Хаузер, ръководетил маркетинг при manroland. „Често проблемите са свързани с факта, че не се работи синхронно. Производителят на маркови продукти

дава поръчка на агенцията, агенцията я предава на печатницата. Ако всички имат еднакви познания и ако всички се включат едновременно в процеса, то потенциалът на печатната медия би могъл да се използва много по–ефективно.“

„Ние сме всъщност посредници между различните групи. По темата облагородяване при печата работим с агенцията Springer & Jacoby, която участва с презентация в мероприятието. Това е изключително интересно за участниците,“ отбелязва г–н Хайко Щок, организатор на срещата от страна на manroland.

Облагородяване при печата

Експерти от института Siegfried Vögele, от агенцията Springer & Jacoby, от F-Media и Margreff Druck. представиха интересни идеи за творческо облагородяване на отпечатъците. При директната поща е важно дали получателят ще реши да прочете получената информация. Облагородяването на отпечатъка – нанасяне на лак, печат с горещо или студено фолио, с UV мастила, е положително за потребителя и се постига с ROLAND Inline-Foiler Prindor.

В технологичния център на manroland участниците в срещата имаха възможност да видят на живо как се лакират печатни продукти и се облагородяват с фолио. В началото на 2008 г. manroland и Съюзът на медийните производители създадоха поредицата от срещи „Творчество при печата“. Клиенти от рекламни агенции и производители на маркови продукти се информират редовно по проблемите на творческо използване на нови печатни технологии.

Прес–информация на manroland AG

Коника Минолта в България с първенство при цветния и черно-белия печат

От 19 до 21 септември 2008 г. се проведе годишната партньорска среща на марката в България. С кратка презентация домакините показаха резултатите на пазара и новите предизвикателства. По данни на InfoSource в България Konica Minolta е безспорен лидер при цветните и при черно–белите A3 печатни устройства за първата половина на 2008 г.

Konica Minolta държи на качествената поддръжка след продажба и провежда постоянно обучение за повишаване на квалификацията. На срещата компанията раздаде сертификати на успешно преминалите он-лайн обучение за Mplus търговци и техници. Бъдещ проект на Konica Minolta предвижда осигуряване на вътрешна мрежа за комуникация между всички сертифицирани техници в България.

Показани бяха временните резултати по партньорската програма KIZUNA. Фирма Райс ЕООД е на първо място, следвана от Випимекс ООД и Офис 1 Суперстор.

Отразена бе ежегодната награда за търговци от партньорски фирми, постигнали целите за оборот и продажба на определен тип устройства.

Компанията обяви нови интересни продукти до края на годината – bizhub C200, цветно многофункционално устройства за офисни нужди и bizhub PRO C6501 – цветна производствена система. Интересно устройство, конструирано на базата на принтерите, е magicolor 4690MF.

Новите стратегии на марката на българския пазар включват гъвкави пакети за финансиране на покупки, подобрени пакети за анализ и оптимизация на документооборота.

Иновация на компанията е услугата CS Remote Care за отдалечен контрол и диагностика с GPRS модем. Клиентът получава автоматизиран контрол и обслужване на устройствата си; независимост от вътрешната/външната мрежа; винаги работещо устройство; по–добра производителност; по–малко аварийни спирания и утилизация на ресурсите.

Соб. инф.

Университет за потребителите на печатни продукти

Маркетингови експерти, клиенти и производители на печатни продукти се учат как да управляват професионално международни печатни проекти.

Print Media Academy на Heidelberg Druckmaschinen AG е разработила специална програма за международни рекламни агенции, издателства и производители на маркови продукти – Университетът на купувачите на печатни продукти, Print Buyer University. По време на четиридневната програма маркетинговите експерти, клиентите и производителите на печатни продукти се информират как да управляват професионално международни печатни проекти.

Семинарът, който се провежда на английски език информира за това, как да се поддържа високо ниво на качеството от процеса на купуване до производството и то независимо от това, кога и къде се печата поръчката. Целта е да се запази единното качество на опаковките, годишните отчети и на всички останали видове печатна продукция от областта на марковата и фирмената комуникация. Участниците в семинара разбират какво трябва да се има предвид при описанието на изискванията към печата, при избора на печатница и при предаване на поръчката. Освен това те се научават да оценяват сигурно качеството на печат въз основа на обективни критерии, което ще им позволи в бъдеще да подписват поръчки за печат.

Четиридневният семинар предоставя като цяло информация за печатния процес в най–важните за потребителя области.

Групите на семинара са сравнително малки, което позволява висока ефективност на процеса на обучение. При практическите теми участниците работят с най–модерно оборудване и се запознават съответно със съвременните процеси и възможното ниво на качество.

След успешното приключване на семинара, участниците получават сертификата Print Media Advisor (Консултант по печатни медии), който потвърждава познанията им в областта на управление на сложни национални и международни печатни проекти.

Прес–информация на Heidelberger Druckmaschinen AG

Lean Printing
Стройната печатна продукция

Практически Workshop за повишаване на ефективността в печатниците

Print Media Academy и специалисти от Heidelberg Druckmaschinen AG канят на тридневен Lean Printing (стройна печатна продукция) Workshop ръководители на предприятия, цехове и отдели. Целта е запознаване с неизползвени досега потенциали при работния процес.

Участници научават как с намаляване на непознат до момента разход на човешки ресурси и прехвърляне на отговорности към сътрудниците е възможно стабилно повишаване на производителността и въвеждане на успешни структурни промени в предприятието. Поставя се важен акцент върху синхронизирането на работните процеси и повишаването на стандарта на обслужване на клиентите.

Кевин Купър и д-р Малком Кейф, и двамата експерти от Държавния университет Cal Poly в САЩ, представят на участниците в семинара идеите и методите на стройната печатна продукция:

• Как чрез форусиране върху предимствата на клиентите е възможно сериодно реструктуиране на работните процеси ?
• Как може да се промени структурата на предприятието чрез Lean Printing?
• Как печатницата може да се позиционира наново в условията на съвременната конкуренция?
• Как е възможно индивидуално да се оценят възможностите за имплементиране?
• Как принцитите и методите на Lean Printing могат да се внедрят в предприятията?

Референтите и експертите от Heidelberger Druckmaschinen AG представят печатници от цял свят, в които успешно е внедрен Lean Printing и е постигнато съответно предимство пред конкуренцията.

Семинарът се провежда от 8 до 10 декември 2008 г. в Хайделберг в академията Print Media Academy. Работният език е английски.

Подробна информация за мероприятието ще намерите на адрес: http://www.print-media-academy.com.

Прес–информация на Heidelberger Druckmaschinen AG

Информационни дни 2008 на Центъра за печатни медии на Heidelberg

След успешната премиера миналата година, второто издание на Print Media Center Information Days 2008 (Информационни дни 2008 на Центъра за печатни медии) се проведе през септември 2008 г. Повече от 230 специалисти откликнаха на поканата на Heidelberg и в продължение на два дни присъстваха на множеството стандартни демонстрации в Print Media Center (PMC). "Говорим не само за технология, но демонстрираме също технологични възможности. При това сме в непрекъснат директен контакт с нашите клиенти", подчерта членът на Управителния съвет, отговарящ за пласмента на продукцията, д–р Юрген Раутерт в приветствието си към гостите от Швеция, Дания, Полша, Австрия, Англия, Франция, Естония и Украйна. Сред посетителите бяха и клиенти от Великобритания, Финландия и Словакия.

Цел на инициираното през 2007 г. мероприятие, подготвено съвместно с отговорниците за отделните пазари, е не само поддържането на тесни контакти със съществуващата клиентела. Става въпрос предимно за това, допълнително към други големи срещи и мероприятия, като напр. изложби и панаири, да се даде възможност на интересуващите се потребители да се информират практически относно предлаганите технологични решения на Heidelberg. Спроред г–н Карл Ковалчук, ръководител на PMC, основното тук е да се направи среща, на която се говори "езикът на печатарите".

Главните теми през настоящата година бяха примери за свързване на производството в мрежа, демонстрирани чрез свързване на центъра Prinect, Anicolor, дългите печатни машини с обръщателни устройства, HEI Performance при XL машините, Suprasetter и многообразната довършителна обработка. За целта бе използвано почти цялото оборудване на PMC. Колко добре и интензивно се приема това решение за възможни демонстрации, показва броят на посетителите. През 2007 г. той надхвърли 1450 печатници, чиито специалисти гостуваха на Heidelberg. Бяха проведени над 2400 презентации. "Имаме желание да разширим още повече собствената си дейност", подчерта г–н Ковалчук.

В този пакет са включени освен PMC Information Days и Дните на отворени врати, VIP турнета и преди всичко връзките, осъществяване с Print Media Academy (Академията за печатни медии).

С повече от десет Центъра за печатни медии по цял свят Heidelberg разполага с неповторима в печатарската промишленост мрежа за обединяване и свързване на клиентите. Към тези центрове се добавят и множество референтни предприятия, които допълват възможностите за срещи и демонстрации в съответните региони. В пакета от предложения Heidelberg вижда нещо много повече от само една алтернатива на браншовите изложения. "Тук имаме възможността да отговаряме на конкретни въпроси на клиентите, да контактуваме значително по–интензивно със съществуващи и с потенциални клиенти. Именно затова ефективността е по–висока отколкото на изложения и панаири", отбелязва Адриана Нунева, ръководител Глобален маркетинг при Heidelberg.

Прес–информация на Heidelberger Druckmaschinen AG

Изключителен е интересът на посетителите на второто издание на Print Media Center Information Days при Heidelberg

R700 DirectDrive

Ефективната машина в листовия печат

манроланд България ЕООД
1618 София, ул. Нов Век № 3
Тел.: 02/955 94 61 Факс: 02/955 96 21
office@manroland.bg; www.manroland.bg

manroland

IFRA Expo 2008

От 27 до 30 октомври, 2008 г., в изложението RAI, Амстердам, Холандия, се провежда тазгодишната IFRA Expo.

На в Амстердам се представят нови технологии и нови бизнес решения в областта на вестникарското производство.

На вестникарското специализирано изложение се предоставя изключителната възможност за срещи с най–добрите в отрасъла. Амстердам предлага изключително приятна и подходяща атмосфера за срещи и за открити професионални дискусии. IFRA Expo 2008 се провежда тук за 16–и пореден път.

Тазгодишното мото е ***Get the Big Picture!*** (получете цялостната картина).

Прес–информация на IFRA

Ново представителство

От 27.08.2008 г. „Европапир-България" АД, Русе (www.europapier-bg.com) е изключителен представител на фирмата VETAPHONE, Дания (www.vetaphone.com), производител на устройства с коронен разряд, които успешно решават проблемите на адхезията при печат върху метализирани филми, полимерни материали, напр. PP, PE и др.

За постигане на добра адхезия върху тези материали непосредствено преди печат, ламиниране или лакиране, е необходимо предварително третиране на материала. Решението е чрез използване на устройство с коронен разряд, тъй като методът е доказал, че е високоефективен, икономичен и може да се осъществява ин-лайн.

Прес–информация на Европапир-България АД