

## „Tektura falista – najnowsze technologie” po raz siódmy

Przypominamy, że siódma już edycja konferencji „Tektura falista – najnowsze technologie”, organizowanej przez wydawnictwo Polski Drukarz sp. z o.o., wydawcę miesięcznika „Świat DRUKU” w ramach Akademii Wiedzy, odbędzie się w dniach 14–15 czerwca br. w Centrum Konferencyjno-Hotelowym Delicjusz w Trzebawiu k. Poznania, ul. Poznańska 1.

„Obecne czasy są niezwykle ekscytujące dla sektora opakowań z tektury falistej, który rozwija się najszybciej w całym segmencie drukarskim. Nowe technologie umożliwiają szybsze i lepiej kontrolowane procesy przepływu pracy. Wysokiej jakości, personalizowany druk na żądanie zapewnia producentom i przetwórcom tektury falistej możliwość generowania przychodów i zmiany postrzeganej wartości ich produktów i usług” – przekonuje jedna z prelegentek tegorocznej konferencji.

Do Państwa dyspozycji będą liczni eksperci związani z branżą tekturyczną i poligraficzną. Porozmawiamy m.in. o produkcji tektury, technologiach jej zadruku, urządzeniach i rozwiązaniach do produkcji opakowań z tego materiału oraz o coraz popularniejszej automatyzacji procesów produkcyjnych. Patronat merytoryczny nad konferencją objął Instytut Papiernictwa i Poligrafii Politechniki Łódzkiej, patronem wydarzenia została Polska Izba Opakowań, a współorganizatorami firmy: EFI, Esko, Koenig & Bauer, SCORPIO, Siegwerek, X-Rite Pantone.

Szczegółowy program konferencji i formularz rejestracyjny zamieścimy wkrótce na stronie Akademii Wiedzy ([www.akademia-wiedzy.eu](http://www.akademia-wiedzy.eu)). Więcej informacji nt. zagadnień, które zostaną omówione przez ekspertów, oraz warunków uczestnictwa w konferencji znajdą Państwo na III stronie okładki niniejszego wydania „Świata DRUKU”.

Zachęcamy wszystkich Państwa, zainteresowanych tematyką tektury i produktów z niej wykonywanych, do zarezerwowania czasu na udział w tym wydarzeniu.  
Zespół „Świata DRUKU”

## IV Kongres Przemysłu Opakowań – przygotowania w toku

Pomimo stosunkowo odległego terminu obrad czwartego Kongresu Przemysłu Opakowań – 2 października br. – jego organizator, Polska Izba Opakowań, informuje o zaawansowaniu przygotowań. Kongres odbędzie się w Centrum Kongresowym Międzynarodowych Targów Poznańskich i będzie poświęcony transformacji przemysłu opakowań w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym. Jego celem jest zainicjowanie zmian w projektowaniu i procesach wytwarzania opakowań, mających na celu zwiększenie odzysku surowców i materiałów z odpadów opakowaniowych i ponowne ich wykorzystanie. Do uczestnictwa w kongresie Polska Izba Opakowań zaprasza projektantów

i producentów opakowań oraz materiałów opakowaniowych, użytkowników opakowań oraz projektantów, organizatorów i realizatorów procesów zbiórki, selekcji, odzysku i recyklingu opakowań. Organizatorzy pozyskali już autorów referatów, patronów medialnych i partnerów merytorycznych. Powołano też Radę Programową i Komitet Organizacyjny. „Świat DRUKU” objął kongres patronatem medialnym. Do końca kwietnia wolę współpracy przy organizacji kongresu w charakterze partnerów merytorycznych zadeklarowały: COBRO – Instytut Badawczy Opakowań, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny – Centrum Bioimmobilizacji i Innowacyjnych Materiałów Opakowaniowych, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie – Katedra Opakowalnictwa Torwarów, Polska Izba Odzysku i Recyklingu Opakowań oraz Instytut Gospodarki Obiegu Zamkniętego.

Serdecznie dziękujemy Polskiej Izbie Opakowań za gratulacje z okazji jubileuszu 25-lecia naszego wydawnictwa i miesięcznika „Świat DRUKU” przekazane na łamach styczniowo-marcowego wydania „Biuletynu Opakowaniowego”. Łącząc wyrazy szacunku, wyrażamy przekonanie, że nasza dalsza współpraca będzie układać się równie pomyślnie jak dotychczas.

Zespół „Świata DRUKU”

## Piąta edycja Akademii Liderów Biznesu

Być albo nie być na rynku poligrafii, czyli czego oczekuje od nas klient – tak brzmi hasło piątej edycji Akademii Liderów Biznesu organizowanej przez firmę Konica Minolta. Podczas tegorocznej konferencji, która odbędzie się w dniach 23–24 maja w Iławie, uczestnicy będą mogli podyskutować o rynkowych trendach, wymienić doświadczenia i przeanalizować rzeczywiste oczekiwania klientów zlecających wykonanie usługi poligraficznej.

W programie znalazły się m.in. wyniki raportu przeprowadzonego we współpracy z KPMG; prezentacje nt. zmian zwyczajów zakupowych wśród mileniśców; personalizacji i nowej roli drukarni w tworzeniu produktów; praktycznych zastosowań rozwiązań AR (Augmented Reality) w poligrafii; wyzwań branży poligraficznej i traktowania zmiany jako elementu cyklu życia w organizacji, która się rozwija; zarządzania doświadczeniem klienta i analizy jego potrzeb.

Prelegentami piątej edycji Akademii Liderów Biznesu będą m.in.: Krzysztof Urbanowicz (prezes agencji Mediapolis), Maciej Sasin i Tomasz Sierszchuła z Akademii Rozwoju Kompetencji, Andrzej Musiał (KPMG) oraz ekspert zajmujący się nowatorskimi technologiami w biznesie – Paweł Łaskarzewski.

„Motyw przewodni tegorocznej edycji nawiązuje do zmieniających się trendów w poligrafii. Podczas spotkania czołowi eksperci z branży oraz znani doradcy biznesowi przekażą wiedzę o tym, jak kreować wartość dodaną i pomagać firmie wyróżnić się na dynamicznie zmieniającym się rynku poligraficznym” – wyjaśnia Tomasz Habierski, Industrial Printing Product Manager w firmie Konica Minolta Business Solutions Polska.

## PIAP szkolił na wiosennych spotkaniach

Na przełomie marca i kwietnia odbyły się kolejne Spotkania Regionalne organizowane przez Polską Izbę Artykułów Promocyjnych. Była to już piąta edycja spotkań, które Izba zapoczątkowała w 2014 roku. Dla uczestników wydarzenia przygotowano szkolenie z zakresu ochrony danych osobowych: „RODO – rewolucja czy tylko ewolucja w przepisach dotyczących danych osobowych”. Uczestnicy szkolenia otrzymali informacje o zmianach w zakresie przepisów ochrony danych osobowych i wskazówki dotyczące praktycznego działania w zakresie ich wdrożenia.

Podczas spotkań uczestnicy mogli zasięgnąć informacji nt. wdrażania nowego rozporządzenia dotyczącego ochrony danych osobowych (Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE, w skrócie „RODO”), które będzie obowiązywać od 25 maja 2018 roku.

W związku z powyższym izba uznała za zasadne, aby każdy zrzeszony w niej przedsiębiorca posiadał wiedzę o podstawowych zmianach w zakresie ochrony danych osobowych, w szczególności w zakresie zmiany funkcjonujących już w firmach dokumentów, takich jak polityka bezpieczeństwa, polityka prywatności, czy też instrukcji zarządzania systemem informatycznym służącym do przetwarzania danych osobowych.

W roli prelegenta na szkoleniu wystąpiła Elżbieta Pędziak-Kunert, pedagog, prawnik, założycielka i właścicielka Kancelarii Prawnej Egilex oraz uczestniczka szkoleń Krajowej Szkoły Sądownictwa i Prokuratury z zakresu prawa gospodarczego i finansów w przedsiębiorstwach, praktyk w dziedzinie ochrony danych osobowych.

Spotkania odbyły się w dwóch lokalizacjach: w Chorzwie i Warszawie. Zostali na nie zaproszeni członkowie PIAP, dostawcy artykułów reklamowych, agencje reklamowe oraz media i organizatorzy targów branżowych. Polska Izba Artykułów Promocyjnych zamierza kontynuować tradycję Spotkań Regionalnych również w 2019 roku.

## Jeszcze więcej praktyki z Akademią Lasera

Firma Colop Polska zorganizowała 26 kwietnia br. w Kórniku k. Poznania warsztaty Akademii Lasera. Fachową wiedzę i nowe umiejętności można było zdobyć podczas szkolenia z zastosowania lasera oraz znajomości materiałów wykorzystywanych do obróbki metodą laserową. Szkolenie składało się z części teoretycznej (wykładów) oraz praktycznej (warsztatów). W części praktycznej prezentowano efekty pracy ploterów laserowych firmy Universal Laser Systems oraz znakowarki fibrowej. Pokazy obejmowały procesy grawerowania, znakowania i cięcia różnych materiałów. Kolejna, dwudniowa edycja Akademii Lasera będzie odbywać się 14 i 15 czerwca w Bytomiu.

## Kwietniowy dzień otwarty w Atrium

Drugi w tym roku dzień otwarty opolskiego Atrium Centrum Ploterowego odbył się 26 kwietnia. Na odwiedzających czekały wielkoformatowe maszyny do druku LED-UV i solwentowego marki Artemis, nowości z oferty Ikonosa oraz ekologiczne technologie druku LFP na ploterach firmy Mutoh. W gronie kilkunastu drukarek wielkoformatowych udostępnionych tego dnia w centrum demonstracyjnym Atrium znalazły się także dwa plotery LED-UV firmy EFI.

Jeśli chodzi o markę Artemis, polski dystrybutor zaprezentował jej następujące urządzenia: ploter LED-UV Pulsar w rozmiarze 3,2 m, plotery solwentowe Vector i KM 32xx oraz ploter stołowy Orion.

Dla poszukujących ekologicznych rozwiązań Atrium Centrum Ploterowe przygotowało plotery marki Mutoh. Można było zobaczyć i przetestować trzy drukarki LED-UV: ValueJet 626UF, ValueJet 426UF, ValueJet 1626UH oraz plotery ValueJet z serii X pracujące w technologii żywicznej. W opolskim demolabie w trakcie dnia otwartego drukowały modele VJ-1324X, VJ-1638X oraz VJ-1604X.

W kompleksie Atrium-Ikonosa goście mieli okazję przetestować materiały Ikonosa, zobaczyć proces ich produkcji oraz zapoznać się z mediami europejskich marek, takich jak SIHL, z której to oferty zaprezentowany został papier transferowy do przenoszenia nadruków na materiały bawełniane. Zwiedzający mogli ponadto zobaczyć pełną ofertę opolskiego producenta: folie, laminaty, materiały powlekane i specjalne. Były wśród nich m.in. folie GRG, MRG, Quick-Stick, Tytan, Carbon 3D, materiały samoprzylepne do dekoracji szkła Profiflex Deco ART, jak również podłoża do zadruku atramentami wodnymi i pigmentowymi – papier fotograficzny o gramaturze 245 g/m<sup>2</sup> i 100-mikronowa samoprzylepna folia matowa.

Kwietniowy dzień otwarty stanowił także okazję do obejrzenia i przetestowania wielkoformatowych drukarek EFI: płaskiego Pro 24f i hybrydowego Pro 16h, których dystrybucję Atrium prowadzi od kilku miesięcy.

## Dzień otwarty Konica Minolta i Flexor

W dniu 28 marca br. w warszawskim centrum pokazowym Konica Minolta organizowano dzień otwarty, podczas którego po raz pierwszy w Polsce zaprezentowano maszynę Accurio Label 190 do cyfrowego druku etykiet samoprzylepnych oraz maszynę do wykańczania po druku xCUT Pro polskiej firmy Flexor.

Konica Minolta Accurio Label 190 przeznaczona jest zarówno dla firm, które chcą dopiero zacząć korzystać z technologii druku cyfrowego, jak i dla tych, które chcą poszerzyć swój park maszyn analogowych o maszynę cyfrową. Urządzenie zostało opracowane z myślą o drukowaniu zmniejszonych nakładów z krótkim terminem realizacji, w tym spersonalizowanych, oraz druku na żądanie. Accurio Label 190 pozwala drukować w pełnym kolorze z prędkością 13,5 m/min na większości materiałów samoprzylepnych.

## Zapraszamy na szkolenie „Effective Packaging”

Wbieżącym roku wydawnictwo Polski Drukarz sp. z o.o., wydawca „Świata DRUKU”, organizuje w ramach Akademii Wiedzy dwa jednodniowe szkolenia „Effective Packaging – skuteczne opakowanie, czyli jak w pełni wykorzystać potencjał opakowań w zwiększaniu wartości marki”. Szkolenia organizowane będą w Warszawie w dwóch terminach – 5 czerwca i 11 grudnia 2018 roku. Są one przeznaczone dla wszystkich osób, które w codziennej pracy zajmują się opakowaniami – dla menedżerów marki, projektantów chcących poszerzyć swoją wiedzę praktyczną w zakresie zarządzania wizerunkiem produktu i warsztat projektanta opakowań, a także dla osób koordynujących wdrażanie marek własnych w sieciach handlowych.

Szkolenie poprowadzi **Dorota Kałowska**, partner i Strategy Consultant w firmie Cobalt Spark. Od 16 lat specjalizuje się w zarządzaniu wizerunkiem marki ze szczególnym uwzględnieniem wykorzystania opakowań. W Cobalt Spark odpowiada za projektowanie opakowań i repozycjonowanie marek klientów, m.in.: Polpharma SA, Ergo Hestia, Agros Nova, Bolix SA, Everen (EDF/ENBW), Harper Hygienics SA, ZPT Kruszowica, Schulstad, McCain, Cadbury, Wedel, Decora SA, Grupa Bakoma, Zbyszko Company, Wydawnictwo Murator, Scania Polska, International Tobacco, CottonClub oraz JMD/Biedronka, Auchan, Real i Makro. Autorka wielu publikacji na temat opakowań w marketingu, m.in. w czasopiśmie: „Media i Marketing Polska”, „Brief”, „Impact”, „Packaging Polska”, „Verlag Dashoffer”, „Przegląd Cukierniczy”, „Puls Biznesu” i „Świat DRUKU”. Aktywna trenerka i prelegentka, inicjatorka i koordynatorka Pierwszego Ogólnopolskiego Programu Promocji Opakowań PAKOSFERA, w ramach którego organizowane były pierwsze w Polsce konferencje dotyczące opakowań w marketingu oraz konkursy dla młodych projektantów.

### Program:

1. Wprowadzenie.
2. Opakowanie jako element tożsamości marki:
  - strategiczna rola opakowania w procesie budowania marki i efektywnej sprzedaży produktu;
  - funkcje opakowań, czyli czego konsumenci oczekują od opakowań i jak sprostać tym wymaganiom;
  - design świadomy – jak projektować opakowania skuteczne;
  - zmiana strategii naśladownictwa na rzecz oryginalności, wyróżniania i jakości.

3. Rosnące wymagania konsumentów: jak zmiany demograficzne i społeczne wpływają na oczekiwania konsumentów względem opakowań.
4. Marka własna – wyzwanie czy problem? Marki własne wiodących sieci handlowych w Polsce w ostatnich latach – omówienie sytuacji i kierunku, w którym zmierzają poszczególni gracze.
5. Trendy w projektowaniu opakowań na świecie – przykłady, wnioski, próba usystematyzowania wiedzy w tym zakresie, czyli czego możemy nauczyć się na doświadczeniach innych.
6. Omówienie trendów w projektowaniu opakowań w Polsce – gdzie jesteśmy i dokąd zmierzamy.
7. Proces projektowy:
  - jak efektywnie pracować nad projektami opakowań;
  - dobry brief to znaczy jaki – zrozumienie założeń strategicznych podstawą efektywnej pracy z opakowaniami;
  - specyfika pracy projektanta – jak efektywnie komunikować się z projektantami opakowań;
  - badania opakowań – kiedy mogą pomóc, a kiedy zaszkodzić.
8. Druk opakowań – praktyczne aspekty przygotowania projektów do druku, czyli packaging design triangle (3P: producer – packaging designer – printer) jako czynnik sukcesu.
9. Podsumowanie szkolenia.

Rejestracja online (na termin czerwcowy) i regulamin szkolenia: [www.akademia-wiedzy.eu](http://www.akademia-wiedzy.eu). Cena za udział w szkoleniu: 1450 zł + 23% VAT. Opłata obejmuje również materiały szkoleniowe, przerwy kawowe i lunch. Wpłatę należy uiścić do 21 maja 2018 roku na konto wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o.:

- w przypadku płatności w złotówkach – mBank, numer rachunku: 66 1140 2004 0000 3102 7716 4404,
- w przypadku płatności w euro – PL96114020040000311206075537 kod BIC/SWIFT: BREXPLPWMBK

Kontakt:

tel. 42 687 12 92 lub e-mail [biuro@swiatdruku.eu](mailto:biuro@swiatdruku.eu).

Zapraszamy do udziału w szkoleniu!

## Premiera na Dniach Innowacji Gallusa

Tegoroczne, trzecie Dni Innowacji firmy Gallus będą odbywać się od 26 do 28 czerwca. Firma spodziewa się, że w tym terminie jej siedzibę w szwajcarskim St. Gallen odwiedzi nawet 1000 gości. Jednym z tematów przewodnich tegorocznej edycji będzie m.in. wpływ digitalizacji na zmiany w przemyśle etykietowym. Podczas czerwcowych dni otwartych Gallus zamierza zaprezentować też kilka nowych rozwiązań.

Najważniejszą z premier będzie nowy system druku cyfrowego Gallus Smartfire. Jako jego największe atuty

szwajcarska firma wskazuje łatwość obsługi i przystępną cenę. Przedstawiciele Gallusa podkreślają uproszczenie częstej zmiany zadań, charakterystycznej dla druku etykiet w krótkich nakładach, a do pracy właśnie w takich warunkach stworzony został nowy Smartfire.

Dni Innowacji Gallus to też godziny prezentacji maszyn „na żywo”. W utworzonym przez Gallusa na takie okazje Print Media Centre Label demonstrowane będą jej flagowe rozwiązania do cyfrowego i analogowego druku etykiet, m.in. znana już maszyna Gallus Labelfire, ale w nowej wersji ze zintegrowanym modułem sitodruku. Zobaczyć będzie można też konwencjonalne maszyny Gallusa, również wzbogacone o nowe funkcje: po raz pierwszy



zaprezentowany zostanie nowy Gallus Labelmaster Advanced z automatyczną poprzeczną i wzdłużną kontrolą rejestru, Gallus RCS 430 z systemem przyspieszającym proces suszenia UV i Gallus ECS 340 przystosowany do produkcji etykiet wielowarstwowych. Ponadto dział sitodruku Gallusa demonstrować będzie cały proces produkcji form drukowych Screeny A-Line, począwszy od naświetlenia w nowej naświetlarce Phoenix UV-LED Heidelberga, poprzez wymywanie i suszenie z użyciem nowej zautomatyzowanej myjko-suszarki Gallus Screeny aż po końcowy montaż gotowej do druku formy.

W czerwcowych Dniach Innowacji, jako firma macierzysta Gallusa, uczestniczyć będzie także Heidelberg. Niemiecki producent będzie w St. Gallen prowadzić pokazy m.in. zadrukowywania i personalizowania trójwymiarowych obiektów na maszynie Heidelberg Omnifire 250. Swoje nowe rozwiązania mobilne dla drukarni wąskostęgowych zaprezentuje z kolei firma CERM.

## Zanders zaprosił do piątki

W ramach konferencji Specjalty Papers Europe, organizowanej w Kolonii w dniach 23–25 kwietnia br., firma Zanders zaprosiła jej uczestników do odwiedzenia fabryki papieru Gohrsmühle w Bergisch Gladbach, gdzie produkowany jest błyszczący papier Chromolux.

Była to druga zorganizowana wycieczka, której uczestnicy mogli oglądać pracujące tam maszyny do powlekania z chromowanymi cylindrami wykorzystywane do produkcji Chromoluxu. Papier ten obchodzi w tym roku 60-lecie – wytwarzany jest w Gohrsmühle od 1958 roku. Podczas wycieczki omawiano też wyzwania napotymane w dzisiejszym przemyśle papierniczym oraz to, jak Zanders stara się im sprostać. Niemiecka firma zaprezentowała też swoje nowe produkty, m.in. dwustronnie powlekany papier Zanjet do druku inkjetowego wprowadzony na rynek na przełomie roku oraz papiery Zanpack w wysokich gramaturach – od 450 g/m<sup>2</sup> do 560 g/m<sup>2</sup>.

## Smurfit Kappa sprawdzi wydajność wałków rastrowych

W gdańskim oddziale grupy Smurfit Kappa dokonano wdrożenia pierwszego urządzenia z serii AniCheck służącego do pomiaru objętości kałamarzyków farbowych w ceramicznych wałkach i tulejach rastrowych. Urządzenie zostało dostarczone do zakładu Smurfit Kappa przez firmę Flekso Serwis.

Objętość kałamarzyków to kluczowy parametr określający ilość farby, którą wałek rastrowy przeniesie na fleksograficzną formę drukową. Jeżeli wydruk ma zbyt niską lub zbyt wysoką gęstość optyczną, może to oznaczać, że wałek został źle dobrany pod kątem objętości, jest nadmiernie zużyty lub kałamarzyki farbowe są zapchane zaschniętą farbą. AniCheck, który będzie wykorzystywany w gdańskim zakładzie Smurfit Kappa, ma pomóc ustalić przyczyny odchyłań od normy. Urządzenie pomiarowe AniCheck składa się z elektronicznego wskaźnika połączzonego kablem z obsługiwany ręcznie miernikiem. Sam proces kontroli pojemności kałamarzyków odbywa się poprzez oddziaływanie magnetyczne na specjalną

substancję nanoszoną na powierzchnię wałka. AniCheck podaje objętość wyrażoną w cm<sup>3</sup> na m<sup>2</sup>. Jest to rozwiązanie opatentowane przez producenta AniChecka – firmę Anilox Research Technologies.

## Firma CeDo wybrała technologię Vetaphone

Brytyjska firma CeDo, specjalizująca się w produkcji jednorodnych produktów gospodarstwa domowego, zainwestowała w technologię aktywacji koronowej opracowaną i dostarczaną obecnie przez firmę Vetaphone. Wytwarzane przez CeDo worki na śmieci, torebki ekologiczne, torebki na żywność i mrożonki oraz folie aluminiowe i samoprzylegające oprócz Wielkiej Brytanii trafiają też na większość rynków europejskich.

Firma CeDo początkowo skupiała się głównie na produktach marek własnych dostarczanych do sieci handlowych, a obecnie wytwarza też własne produkty pod markami Paclan i Poly-Lina. Posiada ona zakłady produkcyjne w czterech krajach, wliczając w to jej siedzibę w brytyjskim Telford i fabrykę polietylenu w Hanoi. Główna europejska fabryka CeDo w Kątach Wrocławskich zatrudnia ponad 550 osób i generuje roczne obroty na poziomie 150 mln euro. Każdego roku produkuje się tam 80 tys. ton worków z folii polietylenowej oraz folii aluminiowej i samoprzylegającej.

Wraz z otwarciem fabryki w Kątach Wrocławskich w 2001 roku firma CeDo rozpoczęła poszukiwania odpowiedniej technologii aktywacji podłoża. Zdecydowano się wówczas postawić na rozwiązania marki Vetaphone, która pomiędzy 2001 a 2015 rokiem zainstalowała 10 swoich systemów koronowania podłoży w zakładach CeDo. Dostawę kolejnych dziewięciu zrealizowano w latach 2015–2017. Były to cztery systemy typu VE1B-A (PF2-10)1520 QC z 1,5-kilowatowym generatorem, trzy systemy VE1B-A (DS)620 QC ze specjalnie opracowaną stacją z generatorem o mocy 1 kW oraz dwa systemy typu VE1B-A (DS)1120 QC ponownie z generatorem 1,5-kilowatowym.

Do chwili obecnej nieco ponad jedna czwarta całej produkcji firmy CeDo poddawana jest aktywacji koronowej w urządzeniach Vetaphone. Obsługują one wstęgi o szerokościach od 300 mm do 1500 mm. Fabryka w Kątach Wrocławskich, w której nieprzerwanie pracuje obecnie 78 linii, zostanie niebawem rozbudowana, a jej powierzchnia produkcyjna zwiększy się o 7 tys. m<sup>2</sup>. Zostanie tam zatrudnionych 100 nowych pracowników, a roczna produkcja ma wzrosnąć docelowo o 35 tys. ton. Firma CeDo planuje zainstalowanie kolejnych systemów Vetaphone w tej nowo wybudowanej części fabryki.

## Tysięczne Acuity LED 1600 w tureckiej drukarni

Do firmy Elitronik ze Stambułu trafił tysięczny egzemplarz hybridowej drukarki Fujifilm Acuity LED 1600. Wersja Acuity LED 1600 II zastąpi zainstalowany w tureckiej drukarni przed dwoma laty model sprzed modernizacji. Osiągnięcie pułapu tysiąca sprzedanych na całym świecie egzemplarzy obydwu wersji tego urządzenia zajęło firmie Fujifilm cztery lata.

## Zapraszamy na szkolenie „Poligrafia w marketingu”

Wbieżącym roku wydawnictwo Polski Drukarz sp. z o.o., wydawca „Świata DRUKU”, organizuje w ramach Akademii Wiedzy dwa jednodniowe szkolenia „Poligrafia w marketingu”, przeznaczone dla marketingowców z różnych branż, agencji reklamowych i innych zainteresowanych. Szkolenia organizowane będą w Warszawie w dwóch terminach – 5 czerwca i 11 grudnia 2018 roku. Ich celem jest zapoznanie uczestników z praktycznymi i teoretycznymi zagadnieniami dotyczącymi przygotowania projektu, druku, uszlachetniania i introligatorni, a także uświadomienie możliwości i ograniczeń poszczególnych technik drukarskich w zakresie optymalizacji kosztów, oszczędności czasu i wypracowania skutecznych sposobów komunikacji między działem marketingu, agencją reklamową lub studiem graficznym a drukarnią.

Szkolenie poprowadzi **Jacek Hamerliński**, zastępca dyrektora ds. rozwoju w Centralnym Ośrodku Badawczo-Rozwojowym Przemysłu Poligraficznego (COBRPP). Od prawie 30 lat specjalizuje się w poligrafii i systemach wydawniczych. Pracował m.in. jako doradca i konsultant w firmach Infosystems, Publishing Institute, SAD. Jako specjalista ds. produktu i sprzedaży systemów poligraficznych działał dla firm Agfa i XTeam, kierował także działem informatycznym w Presspublic. Doświadczony trener, nauczyciel, naukowiec, konsultant. Prowadzi badania w COBRPP, gdzie kieruje Zespołem Badawczym Elektroniki Drukowanej. Autor licznych artykułów specjalistycznych, publikowanych w pismach branżowych, polskich i zagranicznych.

### Program:

- Merytoryczne i techniczne przygotowanie publikacji:
  - projektowanie reklam i publikacji marketingowych (dobór materiałów wyjściowych, cechy dobrego projektu);
  - terminy stosowane w procesie przygotowania publikacji;
  - podstawowe zasady składu i łamania;
  - przygotowanie tekstu, grafik, reklam; RGB a CMYK; zasady umieszczania reklam w publikacji; DTP;
  - postać elektroniczna publikacji a wydruk;
  - zasady korekty.
- Papier i inne podłoża do druku (rodzaje, gramatury, formaty).
- Proces poligraficzny:
  - przygotowalnia (prepress):
    - odzworowywanie kolorów, CMYK a Pantone;

- technologia;
  - zarządzanie barwą;
  - proofing kontraktowy;
- drukowanie (press):
    - najczęściej stosowane techniki druku (offset, wkłęsłodruk, typografia, fleksografia, sitodruk, tampondruk, druk cyfrowy mała- i wielkoformatowy);
    - podstawowa technika poligrafii: offset (maszyny drukujące, farby, farby specjalne);
    - druk cyfrowy (personalizowany, na żądanie, masowy);
    - druk cyfrowy wielkoformatowy;
    - łączenie technik drukarskich;
  - obróbka po druku (postpress):
    - uszlachetnianie publikacji (foliowanie/laminowanie, lakierowanie, lakierowanie wybiórcze, tłoczenie folią, wykrawanie);
    - introligatornia (zszywanie, klejenie, oprawa) druków tradycyjnych i cyfrowych.
- Współpraca z agencją reklamową i studiem graficznym.
  - Współpraca z drukarnią i optymalizacja kosztów:
    - komunikacja;
    - jaką drukarnię wybrać;
    - jak napisać dobre zlecenie;
    - jak kalkulować zlecenie, żeby było dobrze wykonane jakościowo i konkurencyjne cenowo;
    - jak reklamować źle wykonane zlecenie.

Rejestracja online (na termin czerwcowy) i regulamin szkolenia: [www.akademia-wiedzy.eu](http://www.akademia-wiedzy.eu). Cena udziału w szkoleniu: 750 zł + 23% VAT. Opłata obejmuje również materiały szkoleniowe, przerwy kawowe i lunch. Wpłaty należy uiścić do 21 maja 2018 roku na konto wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o.:

- w przypadku płatności w złotych – mBank, numer rachunku: 66 1140 2004 0000 3102 7716 4404,
- w przypadku płatności w euro – PL96114020040000311206075537 kod BIC/SWIFT: BREXPLWMBK

Kontakt:

tel. 42 687 12 92 lub e-mail [biuro@swiatdruku.eu](mailto:biuro@swiatdruku.eu).

Zapraszamy do udziału w szkoleniu!

Turecka drukarnia zajmuje się m.in. drukowaniem przełączników membranowych przeznaczonych dla branży elektronicznej. Zanim w 2015 roku zdecydowano tam o przejściu na technologię druku inkjetowego z utrwalaniem promieniowaniem UV, były one w firmie Elitronik drukowane na maszynach do sitodruku.

Drukarka Fujifilm Acuity LED 1600 II może drukować na podłożach podawanych z roli lub płaskich, z wykorzystaniem ośmiu kolorów: CMYK-a, jasnego cyjanu, jasnej magenty, białego i lakieru w jednym przejściu. Jej maksymalna wydajność sięga 33 m<sup>2</sup>/godz. Zastosowana w tym przypadku technologia VersaDrop umożliwia dostosowanie wielkości kropli atramentu do wymaganej rozdzielczości

obrazu. W modelu Acuity LED 1600 II zastosowano opatentowany przez Fujifilm system lamp. Wydruki utrwalane są dwuetapowo – najpierw mniejsze lampy umieszczone przy głowicy unieruchamiają kroplę, a następnie główne lampy utwardzają wydruk. Przewidywana żywotność tego systemu wynosi 10 tys. godz. pracy.

## Pierwsza hybryda MPS w Holandii

Drukarnia etykiet EDNN (Etiketten Drukkerij Nord Nederland) z miasta Hoogeveen została pierwszym w Holandii użytkownikiem hybrydowej maszyny MPS EF Symjet z funk-

cją druku cyfrowego i fleksograficznego oraz wykańczania w jednym przebiegu.

Maszyna MPS EF Symjet to kombinacja fleksograficznej platformy MPS EF i cyfrowego systemu inkjetowego Domino N610i UV. Mogą one pracować równocześnie, produkując cyfrowo-fleksograficzne wydruki w jednym przebiegu lub każdy z osobna. Egzemplarz zainstalowany w EDNN ma też moduł do odwracania wstęgi i wykrawania.

W transakcji firmę MPS reprezentował regionalny menedżer sprzedaży Arnaud Fleuren: „Dzięki instalacji hybrydowej maszyny EF Symjet drukarnia EDNN będzie mogła rozszerzyć swoją działalność, oferując klientom personalizację i krótsze nakłady, nadal korzystając z zalet druku fleksograficznego: możliwości drukowania kolorów z palety Pantone, odcieni metalicznych (złotego lub srebrnego), opcji delam-relam, foliowania na zimno i lakierowania wybiórczego”.

## Zmiana prezydenta i CEO Canon w regionie EMEA

**N**a początku kwietnia Canon ogłosił zmianę na stanowisku prezydenta i CEO Canon EMEA. Ustępującego po sześciolatek kadencji dotychczasowego prezydenta Rokusa van Iperena zastąpił na tym stanowisku Yuichi Ishizuka, który do europejskiego oddziału przeszedł z Canon USA, gdzie pełnił funkcję prezesa i dyrektora operacyjnego.

Od 1 kwietnia Yuichi Ishizuka odpowiada za działalność Canona w 120 krajach Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki, w których japońska firma zatrudnia około 18 tys. pracowników. Przychody Canon EMEA stanowią około jedną czwartą wszystkich przychodów firmy Canon. Nowy prezydent i CEO będzie odpowiedzialny za umocnienie pozycji w kluczowych segmentach rynkowych, a także nadzór nad procesami rozwoju na istotnych z punktu widzenia firmy polach biznesowych, m.in. w obszarach NVS, rozwiązań dla przemysłu i druku komercyjnego. Dotychczas Yuichi Ishizuka zajmował wysokie stanowiska w spółkach Canon w Ameryce Północnej, Środkowej i Południowej oraz Japonii, a nowe stanowisko będzie jego pierwszym w ramach spółek Canon na kontynencie europejskim.

Rokus van Iperen, ustępujący CEO Canon EMEA i starszy dyrektor zarządzający Canon Inc., po okresie spędzonym w firmie Océ NV od 2012 roku pełnił funkcję prezydenta i CEO Canon Europe. Koordynował m.in. integrację Canon i Océ, a także kilka innych projektów związanych z wprowadzaniem do portfolio firmy nowych produktów i rozwiązań cyfrowych. Miał też udział w budowaniu portfolio rozwiązań Canon dla biznesu w kluczowych obszarach, w tym m.in. sieciowych systemów bezpieczeństwa (NVS).

## Takuya Marubayashi prezesem Kyocery w Europie

**F**irma Kyocera Document Solutions powołała nowego prezesa centrali EMEA. Z dniem 1 kwietnia 2018 roku stanowisko to objął Takuya Marubayashi. Swoje obowiązki na co dzień będzie on pełnił w holenderskiej siedzibie firmy w miejscowości Hoofddorp. Z japońską firmą Maru-

bayashi związany jest od prawie dwóch dekad – w roku 1999 rozpoczął pracę w dziale sprzedaży w Kyocera Corporation. Przez ten czas obejmował on różne stanowiska w japońskiej siedzibie firmy, filii Document Solutions EMEA oraz oddziałach azjatyckich – był prezesem Kyocera Mita China Sales and Trading Corporation (obecnie Document Solutions China), a także pracował na stanowisku Senior General Managera oddziału sprzedaży korporacyjnej w Kyocera Document Solutions Incorporated w japońskiej Osace. Obowiązki prezesa europejskiej centrali Marubayashi przejął od Takahiro Sato. Jako nowy prezes zamierza on m.in. dążyć do dywersyfikacji strategii biznesowej firmy Kyocera w regionie EMEA.

## Stefan Werner dyrektorem sprzedaży Cron

**N**iemiecka firma Cron odniosła sukces na ubiegłorocznych targach Labelexpo, kiedy to zebrała rekordową liczbę zamówień na swoje rozwiązania CtP od klientów z regionu Europy, Bliskiego Wschodu, Afryki i Rosji. Od teraz za sprzedaż produktów Cron w tych regionach odpowiadać będzie Stefan Werner, który do niemieckiej firmy trafił z Mitsubishi International, gdzie pełnił funkcję menedżera działu globalnej sprzedaży i dystrybucji produktów poligraficznych.

Obowiązki dyrektora sprzedaży Cron Stefan Werner przejął od Dereka Sizera, który po ponad 50 latach pracy w przemyśle poligraficznym przeszedł na emeryturę. Firma Cron dąży jednocześnie do rozbudowy swojego zespołu techników. Zadanie to powierzono Philowi Zhao, który został doradcą biznesowym firmy Cron.

## Canon zaprezentował Océ ColorWave 9000

**Z**aprezentowany w ostatnim czasie przez Canona model Océ ColorWave 9000 to wielkoformatowy system druku do produkcji dokumentów technicznych w kolorze. Został on zaprojektowany głównie z myślą o potrzebach firm z branży architektonicznej, konstrukcyjnej, inżynierskiej i produkcyjnej, m.in. produkcji materiałów technicznych oraz map GIS dla tych sektorów. Dzięki możliwości druku kolorowych dokumentów Océ ColorWave 9000 może znaleźć zastosowanie także przy produkcji materiałów POS.

System Océ ColorWave 9000, wyposażony w technologię Océ Single Pass, może drukować ze stałą prędkością do 11,5 str. A0 lub 16 str. A1 na min bez względu na treść dokumentu, rodzaj nośnika czy podłączony moduł do wykończenia. Maszyna wyposażona jest w 6-rolkowy moduł podawania nośników, dodatkowo wspierany przez automatyczny system zmiany roli i półautomatyczny system ładowania. ColorWave 9000 może drukować w rozdzielczości do 1600 × 1600 dpi, a minimalna objętość kropli w tym urządzeniu to 1,2 pl.

Do dyspozycji użytkowników nowego systemu firma Canon oddaje wiele rozwiązań służących zarządzaniu procesem druku, m.in. kontroler POWERSync, umożliwiający wykonywanie wielu zadań produkcyjnych jednocześnie. System Océ ColorWave 9000 oferuje także różne opcje wykańczania

wydruków – moduł Océ Professional 6011/6013 umożliwia m.in. składanie map i długich dokumentów technicznych.

## Nowy system Sibress do pomiaru płyt

Niemiecka firma Sibress wprowadziła na rynek mobilne urządzenie FlexoControl 3D Plus, służące do pomiaru płyt fleksograficznych oraz analizy parametrów obowiązujących przy ich produkcji. System ten może mierzyć raster z dokładnością w zakresie 30–85 cm (80–216 lpi).

FlexoControl 3D Plus ma udoskonalony system optyczny umożliwiający rejestrowanie widoku punktów rastrowych na widokach bocznych i na flankach. Rozbudowane zostało również narzędzie do pomiaru głębokości reliefów, kątów flanak oraz podstawy (powierzchni dennej) drukowanych punktów. Dwie kamery FlexoControl 3D Plus wykonują zdjęcia powierzchni i flanak punktów rastrowych, a nowy system sterowania przestonowego pozwala kamerze bocznej dopasowywać się do warunków oświetleniowych lub do wymagań różnych materiałów płyt i rastrów. FlexoControl 3D Plus ma nie tylko zdolność autokalibracji, ale też funkcję kalibracji laserowej. Optyka kamery bocznej jest fabrycznie kalibrowana w osi X, Y i Z.

Zarejestrowane zostają wszystkie punkty rastrowe znajdujące się w aktywnym polu pomiarowym. Następnie są one poddawane analizie i ocenie przez dołączone oprogramowanie Versatile@flex z trybem podzielonego ekranu do porównywania obrazów. W jednym oknie widać analizę parametrów, takich jak wartość odcieni rastra, wielkość rastra, średnica punktu oraz obwód punktu, a w drugim wyświetla się widok z boku na punkt rastra, umożliwiając dokonanie jego oceny pod kątem wymiarów geometrycznych. Pozostałe funkcje oprogramowania Versatile@flex to m.in. pomiar natężenia barw, analizy CMYK, statystyki, zapisanie krzywych pomiarowych i automatyczne sporządzanie protokołów pomiarowych z grafiką w formacie PDF. Oprogramowanie może też pokazywać wyniki serii pomiarowych, a także wykresy charakterystyk. Zarejestrowane obrazy i graficzne prezentacje wyników pomiarowych można zarchiwizować i później ponownie wykorzystać w celu przeprowadzenia dogłębnych analiz lub statystyk.

## DGShape prezentuje maszynę do foliowania laserem

Należąca do Rolanda japońska firma DGShape dostarcza m.in. drukarki 3D i urządzenia do grawerowania. W ostatnim czasie do jej oferty dołączyło pierwsze na świecie laserowe urządzenie do zdobienia folią. Dekorator laserowy LD-80 umożliwia nanoszenie tekstu, logotypów i grafik wektorowych z folii metalicznych i holograficznych. Do urządzenia dołączono pakiet oprogramowania z biblioteką fontów umożliwiającą personalizowanie produktów. LD-80 spełnia standardy międzynarodowej normy Class 1 dla urządzeń wyposażonych w laser.

Daisuke Satori, menedżer ds. marketingu w DGShape: „Dekorator LD-80 wykorzystuje naszą autorską technologię wykorzystującą wiązkę lasera do transferu

folii hot-stampingowych na powierzchnie z plastiku lub papieru. Tekst, logotypy i inne obrazy mogą być laserowo nanoszone na szkło akrylowe, tworzywo ABS i poliwęglan, czyli materiały, które nie sprawdzają się w tradycyjnym hot-stampingu. Ponieważ maszyna LD-80 ma kompaktowe rozmiary, można ją wykorzystywać do nanoszenia folii »na żądanie« bezpośrednio w punktach sprzedaży albo zabierać ze sobą na targi czy festiwale”.

## Mikrograwerunki zabezpieczające od Albertin

Problem podrabiania może dotyczyć prawie każdego rodzaju produktów – ubrań, kosmetyków, elektroniki, pożywienia czy biżuterii. Jednym z najczęściej spotykanych sposobów przeciwdziałania temu procederowi jest umieszczenie na opakowaniach hologramów potwierdzających autentyczność produktu. Dotychczas do ich wytwarzania najczęściej wykorzystywane były folie trójwymiarowe, jednak technologia ta wiąże się z koniecznością wykonania matrycy i nadaje się raczej do produkcji wysokonakładowej, dlatego jest niedostępna dla wielu małych firm. Rozwiązanie opracowane przez firmę Albertin, specjalizującą się w produkcji płyt drukowych, ma umożliwić także mniejszym przedsiębiorstwom zabezpieczanie swoich produktów w pełni personalizowanymi hologramami. Są to magnezowe lub mosiężne płyty z mikrograwerunkiem charakteryzujące się bardzo drobną strukturą powierzchni.

„Od teraz do naniesienia zabezpieczenia wystarczy pojedyncza płyta drukowa” – wyjaśnia Ferruccio Albertin, CEO firmy Albertin. – „Mikrograwerunek oferuje wiele nowych możliwości i umożliwia uzyskanie efektu dwuwymiarowego hologramu z wykorzystaniem zwykłej folii. Pozwala to zaoszczędzić nie tylko pieniądze, ale też czas, bowiem wygrawerowanie płyty jest znacznie szybsze od wyprodukowania specjalnej folii” – kontynuuje Albertin.

W zależności od wielkości nakładu i oczekiwanego efektu (większa jasność lub więcej detali) można wyprodukować magnezowe płyty grubości od 1 mm do 7 mm lub laserowo grawerowane płyty mosiężne grubości mieszczącej się w przedziale 3–7 mm. Niezależnie od rodzaju podłoża efekt końcowy jest taki sam: pełnowartościowy dwuwymiarowy hologram, który może posłużyć do zabezpieczenia butelek, opakowań, metek czy etykiet.

## Nowe urządzenia wielofunkcyjne Sharp

Zaprezentowane w marcu, wielofunkcyjne urządzenia A4 mono Sharp MX-B355W i MX-B455W to pierwsze modele zaprojektowane po zawarciu sojuszu z firmą Foxconn. Oferują one te same funkcje co większe tego typu urządzenia firmy Sharp.

W ciągu jednej minuty obydwie nowe modele mogą wydrukować do 45 stron lub zeskanować do 110 obrazów. Są one obsługiwane za pośrednictwem 7-calowego wyświetlacza, a dzięki ujednoczeniu interfejsu użytkownika we wszystkich modelach Sharp w formatach A3 i A4, niezależnie od wielkości i typu urządzenia – kolorowego lub mono – sposób



obsługi i administracji jest taki sam. Urządzenia MX-B355W i MX-B455W wyposażono w rozwiązania typowe dla większych urządzeń, m.in. bezpośredni druk plików pakietu Office oraz rozpoznawanie OCR. Nowe modele oferują również w standardowej konfiguracji funkcję druku podążającego, która przechowuje zadania druku, oczekując na identyfikację użytkownika przy wybranym urządzeniu, aby poufne dokumenty nie pozostawały bez nadzoru w tacy wyjściowej. Jest to szczególnie istotne dla organizacji, które przygotowują się do spełnienia wymagań Rozporządzenia o ochronie danych osobowych (RODO), które będzie obowiązywać od 25 maja.

## 24-calowy Wacom Cintiq Pro

W ofercie firmy Wacom pojawił się nowy ekran piórkowy o przekątnej 24 cali – model Cintiq Pro 24. Dołączył on do oferowanych wcześniej ekranów 13- i 16-calowych. Wersja z piórem cyfrowym i ekranem dotykowym dostępna będzie od maja, zaś pod koniec roku mają pojawić się większe, 32-calowe ekrany.

Wyświetlacz Wacom Cintiq Pro 24 ma rozdzielczość 4K i według zapewnień producenta może odwzorowywać 98% kolorów z przestrzeni Adobe RGB. W nowym modelu zadbano także o poprawę pracy z piórem. Wrażenie naturalności podczas przesuwania nim po ekranie zapewniać ma m.in. technologia Pro Pen 2 z podwyższoną czułością nacisku obejmującą 8192 poziomy, wytrawiana szklana powierzchnia oraz redukcja efektu paralaksy. Ekrany piórkowe Cintiq Pro 24 dostępne są w USA, Japonii i wybranych krajach europejskich w cenie od 1999 do 2499 dol.

Wraz z nowym ekranem ogłoszono premierę Wacom Cintiq Pro Engine – modułu komputerowego z systemem Windows 10 i kartą graficzną Nvidia Quadro P3200, montowanego z tyłu ekranu piórkowego Cintiq Pro 24. Rozwiązanie to działa w trybie plug and play i jest dostosowane do przenoszenia na inne ekrany (24" lub w przyszłości 32").

## Innowacyjne pudełko „2 w 1” dla branży e-commerce

Firma LGR Packaging specjalizująca się w produkcji kartonów z nadrukiem offsetowym opracowała nowe rozwiązanie spełniające wymagania rynku handlu internetowego. Oryginalność ich opakowań typu „2 w 1” polega na dostarczeniu jako jednego elementu nadruku offsetowego włożonego w zewnętrzny karton zabezpieczający. Opakowanie zewnętrzne zapewnia wytrzymałość i chroni nadruk pudełka wewnątrz, a dodatkowo zostało ono wyposażone w element szybkiego otwierania z możliwością ponownego użycia w przypadku zwrotu produktu. Opakowanie dostarczane jest na płasko do klienta, tworząc jednocześnie dwie części obudowy. Proces pakowania został uproszczony poprzez zamknięcie i wysłanie natychmiast po włożeniu produktu do środka bez dodatkowego etapu składania kolejnego kartonu. Opakowanie jest wykonane z jednego rodzaju materiału, dzięki czemu w 100% nadaje się do recyklingu. Istnieje też możliwość dostosowania go do wielkości produktu. Inną zaletą tego zastrzeżonego przez LGR Packaging modelu jest zachowanie drukowanego opakowania offsetowego, które można znaleźć na półkach sklepowych.

## Nowości w ofercie UPM

Fiński koncern wprowadził w ostatnim czasie nowy półpołyskliwy materiał papierowy pozycjonowany w klasie premium. Nowy papier, oferowany pod nazwą Premium Gloss UVI, został opracowany z myślą o zadrukowywaniu w technice atramentowego druku cyfrowego z utrwalaniem promieniami UV. Firma UPM rekomenduje Premium Gloss UVI do zastosowań, w których nie sprawdzają się papiery w wersji półpołyskliwej, czasami mogące przyczynić się do występowania defektów cyfrowych wydruków.

Nowość w ofercie UPM Raflatac stanowią też dwie nowe folie do produkcji etykiet z serii PP Lite – przezroczysta PP Clear FTC Lite oraz biała PP Solid White FTC Lite. Podobnie jak inne materiały z tej serii cechują się one niską ogólną gramaturą, uzyskiwaną dzięki zastosowaniu lżejszego materiału wierzchniego i podkładu oraz cieńszej powłoki samoprzylepnej. Taka konstrukcja umożliwia zaoszczędzenie nieco surowców, a dodatkowo przy ich produkcji emituje się mniej gazów cieplarnianych, zużywa mniej wody i energii elektrycznej oraz generuje mniejsze ilości odpadów.

Nowe folie z rodziny PP Lite są wykonywane z polipropylenu, mogą być łączone z klejem R704 i linerem z politereftalanu etylenu (popularnego PET). Dzięki temu w wersji przezroczystej mogą umożliwiać uzyskanie efektu braku etykiety („no-label-look”) lub – w kolorze białym – służyć jako baza wielowarstwowych etykiet typu peel-off. Obydwa nowe podłoża etykietowe spełniają europejskie standardy dla produktów dopuszczonych do kontaktu z żywnością.

W ostatnim czasie fiński koncern ogłosił też zmianę nazwy oddziału UPM Paper ENA (Europe/North America), który od 26 kwietnia funkcjonuje jako UPM Communication Papers. Żadne zmiany nie nastąpiły w działalności tego oddziału, który nadal będzie skoncentrowany na produkcji papierów graficznych oferowanych głównie branży reklamowej i wydawnictwom, a także do stosowania w biurze i w domu. Oddział UPM Communication Papers zarządza 15 papierniami zlokalizowanymi w Austrii, Finlandii, Francji, Niemczech, Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii.

## Matowy laminat ochronny od firmy Aslan

Niemiecki producent wprowadził na rynek nową samo-przylepną folię ochronną z powierzchnią SoftTouch i podwyższoną odpornością na zarysowanie. Polipropylenowa folia EcoSoftTouch Aslan SL 109 dostępna będzie w zwojach o długości 50 m i szerokości 0,9 m lub 1,02 m. Ten samoprzylepny materiał został opracowany głównie z myślą o ochronie wydruków cyfrowych wykonanych atramentami solwentowymi, ekosolwentowymi, lateksowymi i wodnymi oraz wykorzystywanych wewnątrz pomieszczeń.

## Mondi wprowadza ekologiczną folię barierową

Opracowana przez Mondi folia, wprowadzona na rynek pod nazwą BarrierPack Recyclable, jest produktem, który może w całości zostać poddany recyklingowi. Ponie-



waż materiał ten nie przepuszcza wilgoci, nadaje się do produkowania opakowań na suchą żywność oraz produkty do higieny osobistej lub dla zwierząt.

BarrierPack Recyclable stanowi połączenie dwóch warstw folii polietylenowej. Firma Mondi chwali się, że materiał ten jest sztywniejszy, mocniejszy i jednocześnie lżejszy od konwencjonalnych laminatów PET/PE o porównywalnej grubości. Może on być formowany bezpośrednio w maszynach pakujących typu FFS i wykorzystywany np. do produkcji saszetek.

Opakowania wykonywane z tworzyw sztucznych dobrze chronią swoją zawartość, przyczyniają się do zmniejszenia ilości odpadów żywności i są wygodne dla użytkownika. Obecnie duży nacisk kładzie się na ich świadome wykorzystywanie, stąd m.in. ogłoszona w styczniu dyrektywa Komisji Europejskiej, zgodnie z którą do 2030 roku wszystkie zużyte plastikowe opakowania powinny być poddawane recyklingowi. Opracowany przez Mondi materiał BarrierPack Recyclable nadaje się w całości do powtórnego przetworzenia, co potwierdzają testy niezależnej holenderskiej organizacji CeDo Recycling.

## Łatwiej usunąć etykietę termokurczliwą

W połowie lutego w ofercie Sun Chemical pojawił się klej SunLam De-seaming w wersji do etykiet termokurczliwych nakładanych na plastikowe butelki i pojemniki. Jego receptura została opracowana z myślą o recyklingu i odzyskiwaniu politereftalanu etylenu z materiałów pokrytych klejem. Jest on efektem ścisłej współpracy firm Sun Chemical i Eastman, które poddały SunLam badaniom w kontekście zastosowania go do produkcji etykiet wykorzystujących kopoliolester Embrace LV.

Według zapewnień przedstawicieli Sun Chemical, dzięki zamianie tradycyjnego rozpuszczalnika na klej SunLam De-seaming spoiwo etykiety termokurczliwej rozszczepia się, a cała etykieta zostaje oddzielona na etapie mycia butelek. Usunięcie etykiety ma miejsce przed jej identyfikacją kolorystyczną, realizowaną z użyciem podczerwieni lub poprzez selekcję manualną. Dzięki temu wyeliminowane zostaje ryzyko usunięcia (z powodu błędnej identyfikacji) ze strumienia rPET butelek wykonanych z plastiku i pokrytych etykietami typu shrink sleeve.

Skuteczność kleju SunLam De-seaming została przetestowana na butelkach oklejonych etykietami termokurczliwymi wyprodukowanymi z użyciem kopoliolestru Eastman Embrace LV. Testy przeprowadzono w zakładach recyklingowych wyposażonych w kompletne, zautomatyzowane rozwiązania do mycia butelek. Przy typowym wyniku na poziomie przekraczającym 99%, w procesie oddzielania etykiet aplikowanych z udziałem kleju SunLam De-seaming osiągnięto wynik na poziomie ponad 95%.

Po przejściu rygorystycznych testów opracowanych przez stowarzyszenie APR (Association of Plastic Recyclers), nowy klej uzyskał tytuł „Responsible Innovation Acknowledgment” (Odpowiedzialnego społecznie, innowacyjnego rozwiązania).

Ronnie Little, Market Development Manager, Eastman: „Gdy w 2012 roku organizacje branżowe APR i NPCOR

podniosły problem usuwania etykiet termokurczliwych podczas recyklingu opakowań PET, firma Eastman stworzyła konsorcjum, którego celem było znalezienie odpowiedniego rozwiązania. Butelki z etykietami termokurczliwymi stanowią 5% typowego zestawu butelek PET. Wiele z tych etykiet nie jest usuwanych na etapie recyklingu, redukując wydajność linii rPET. Nawiązaliśmy współpracę z Sun Chemical, by razem stworzyć rozwiązanie technologiczne, które spełni oczekiwania firm działających w branży recyklingu, chcących działać odpowiedzialnie właścicielami marek oraz stowarzyszenia APR, którego misją jest eliminacja ograniczeń w recyklingu przemysłowym”.

## Cienka folia barierowa Schur

Niemiecka firma Schur Flexibles Flexofol wprowadziła na rynek nową, ultracienką folię wysokobarierową o nazwie handlowej BarrierTop X 35. Liczba w nazwie materiału oznacza w tym przypadku jego grubość – 35 µm. Ta przezroczysta folia barierowa może być wykorzystywana np. jako przykrywka do tacek serów, wyrobów garmażeryjnych, wędlin, ryb oraz innych produktów żywnościowych.

Folia BarrierTop X 35 zapewnia barierę dla tlenu i zapachów, a dodatkowo ma także podwyższoną odporność na zaparowanie. Nadaje się do zastosowania w opakowaniach z kontrolowaną atmosferą typu CAP (Controlled Atmosphere Packaging) oraz MAP (z atmosferą modyfikowaną), zwykłych uformowanych wstępnie tackach oraz do poziomego lub pionowego owijania. Nowa folia firmy Schur może być zadrukowywana na maszynach fleksograficznych lub rotograwiurach.

## Neschen powiększa ofertę foliowych podłoży

Do oferty niemieckiej firmy Neschen Coating, specjalizującej się w produkcji materiałów samoprzylepnych i mediów powlekanych, dołączył w ostatnim czasie materiał Solvoprint power-tack 180 wykonany z polichloru winyłu. Posiada on warstwę specjalnego kleju akrylowego na bazie wody, który ma zapewniać dobrą przyczepność do podłoży o niskiej energii powierzchniowej, np. płyt wiórowych lub betonu. Folia solvoprint power-tack grubości 180 µm nadaje się do zadrukowywania atramentami solwentowymi, lateksowymi i utrwalanymi promieniowaniem UV. Materiał ten dostępny jest w rolach o szerokości 137,2 cm i długości 30 m. W ofercie Neschena od sierpnia ub.r. dostępna jest też cieńsza, polimerowa folia solvoprint grubości 100 µm z tym samym klejem. Jest ona przeznaczona do długoterminowych aplikacji zewnętrznych.

## Sun Chemical prezentował farby do zabezpieczeń

A amerykańska firma uczestniczyła tej wiosny w kilku imprezach targowych na terenie całego świata. Sun Chemical prezentował swoje rozwiązania na targach

w Mediolanie – Euro CanTech 2018, wspólnie z przejętą niedawno firmą Luminescence uczestniczył niemal równolegle w targach Security Printers w Dublinie, a rozwiązania przeznaczone do produkcji opakowań amerykański producent pokazywał na targach w Indianapolis.

Na targach EuroCan Tech 2018 (19–21 marca, Mediolan) firma Sun Chemical promowała rozwiązania do zadruku i dekorowania opakowań wykonanych z metalu. Szczególny nacisk został położony na Uviled – nową serię farb UV LED dla tego segmentu rynku. W ofercie Sun Chemical pojawiły się one niedawno, a przy ich opracowywaniu amerykańska firma konsultowała się z PrintaLED, włoskim producentem promienników UV LED. W Mediolanie Sun Chemical prezentował też serię farb UV Uviflex rekomendowanych m.in. do zadrukowywania puszek tłoczonych, a także farby offsetowe SunAltec LEDCure MB. Stworzono je z myślą o zewnętrznych nadrukach na jednolite puszkach z aerozolami, również utrwalanych promieniowaniem UV emitowanym przez lampy typu LED. Uzupełnienie targowej oferty Sun Chemical stanowiły farby z serii SunDuo, SunTrio i SunAltec.

Podczas targów Security Printers, które odbywały się w dniach 21–23 marca br. w dublińskim The Convention Center, Sun Chemical po raz pierwszy zaprezentował – wraz z przejętą niedawno firmą Luminescence – swoje rozwiązania do produkcji banknotów. Na wspólnym stoisku promowano farby offsetowe i stalorytnicze. Dla tego segmentu Sun Chemical rekomenduje przede wszystkim serię farb SunNote, do której w ostatnim czasie dołączyła SunNote Sculpt bazująca na technologii stalorytu wodnego firmy Luminescence. Prezentowana była też niebieska farba fluorescencyjna o nazwie Fire & Ice, dająca efekt jaskrawej czerwonej poświaty. Może ona znaleźć zastosowanie w druku offsetowym, pełniąc funkcję zabezpieczającą, a także w druku dokumentów zawierających elementy widoczne w fluorescencyjnym świetle ultrafioletowym. Na targach w Dublinie Sun Chemical promował również produkty z rodziny SunCarte przeznaczone do stosowania przy wszystkich procesach poligraficznych związanych z produkcją dokumentów wymagających zabezpieczenia, kart identyfikacyjnych laminowanych poliwęglanami oraz kart bankomatowych i kredytowych. W skład serii SunCarte wchodzi farby offsetowe i sitodrukowe, a także lakiery i kleje stosowane przy wytwarzaniu tych produktów. Seria SunCarte obejmuje obecnie: Solarsmart ID – specjalnie recepturowane produkty do laminowania podłoży typu PC; SunCarte UV Offset – farby offsetowe do druku UV; CCNT i SolarSmart – farby sitodrukowe konwencjonalne; i UV oraz SunTronic – farby stosowane w elektronice drukowanej, m.in. farby przewodzące do systemów RFID. Sun Chemical zaprezentował także rozwiązania z zakresu zabezpieczania dokumentów oraz ochrony marki – m.in. produkty przejętej niedawno przez Sun Chemical włoskiej firmy C.T. Lay oraz innego producenta – 4Plate (którego C.T. Lay jest udziałowcem w ramach spółki joint-venture), hologramy typu pre-patched, powłoki „pre-laid”, płyty do laminacji oraz płyty specjalne z elementami zabezpieczającymi i pokrycia plazmowe.

Firma Sun Chemical znalazła się też w gronie wystawców na majowych targach FTA Infoflex 2018, które odbywały się w Indianapolis. Zaprezentowała ona tam m.in. nową mieszalną farbę fleksograficzną SunStrato Inseto 1519, której receptura opiera się na nitrocelulo-

zie, solwentową farbę SunStrato Sunester przeznaczoną do zadrukowywania folii polipropylenowej i polietylenowej w technice fleksograficznej oraz całą serię proekologicznych farb SunVisto. Te ostatnie są przeznaczone do zadrukowywania podłoży papierowych i wyróżniają się m.in. znacząco wyższą zawartością bioodnawialnych żywic. Spełniają one kryteria CONEG (Coalition of North-eastern Governors) w zakresie emisji lotnych związków organicznych (VOC). Zwiedzający stoisko firmy Sun Chemical mogli także zapoznać się z ofertą jej lakierów do uszlachetnień. Była to m.in. seria SunInspire, umożliwiająca uzyskanie efektu metalicznego, fluorescencyjnego i fosforyzującego, błyszczącego, perłowego lub imitacji szronu. Lakiery SunInspire mają też oddziaływać na zmysł dotyku, oferując efekty piaskowatości, zgrubienia, gładkości bądź szorstkości.

## Czysty transfer Asahi na Print4All 2018

**B**elgijsko-japońska firma specjalizująca się w produkcji fotopolimerowych płyt fleksograficznych zapowiedziała swoją obecność na targach Print4All, które będą odbywać się od 29 maja do 1 czerwca w Mediolanie. Asahi zaprezentuje tam pełną ofertę swoich płyt fleksograficznych dla branży opakowaniowej, łącznie z rozwiązaniami wykorzystującymi technologię Clean Transfer. Asahi rekomenduje płyty z technologią czystego transferu do maszyn z rozszerzonym gamutem. Ponieważ obecnie mogą one drukować nawet siedmioma kolorami, które mogą zastąpić kolory spotowe, płyty te nie muszą być wmywane po każdej pracy. Na stoisku targowym Asahi eksponowane będą m.in.: płyty AWP DEF/DEW wmywane wodą; twarde AFP-TOP dla producentów opakowań giętkich drukowanych na podłożach foliowych farbami wodnymi i solwentowymi; średnio twarde cyfrowe płyty AFP-TSP przeznaczone zarówno do papierowych podłoży chłonnych, np. wstępnie zadrukowanego linera, papieru czy tektury, jak i niechłonnych folii i etykiet; oraz płyty AFP-TH/DTH wmywane solwentowo ze wzmocnioną strukturą polimeru przeznaczone do drukowania na trudnych, szorstkich podłożach. Wersja TH została opracowana z myślą o systemach analogowych, a DTH – cyfrowych. Płyty AWP z technologią Clean Transfer mogą być stosowane do drukowania z delikatnym naciskiem.

## Nowości w CorelDRAW Graphics Suite 2018

**U**kazała się nowa, zmodernizowana wersja pakietu programów do projektowania firmy Corel. Jak zapewniają autorzy, nowy pakiet zawiera udoskonalenia, które pozwalają szybciej uzyskiwać pożądane efekty.

Twórcy nowego Corela postanowili skupić się na opiniach użytkowników i ich najważniejszych wymaganiach. Pakiet uzupełniono więc o nowe funkcje służące do projektowania i edycji zdjęć: tryb rysowania „Symetria” – do tworzenia w czasie rzeczywistym różnych typów symetrycznych projektów; efekt „Dodaj perspektywę” –

do szybkiego uzyskania wrażenia głębi map bitowych, obiektów wektorowych lub obu rodzajów elementów bezpośrednio w oknie rysowania; narzędzie „Uderzenie” – teraz dostępne bezpośrednio w programie CorelDRAW; efekt „Pointillizer” do tworzenia mozaik wektorowych oraz rozszerzenie PhotoCocktail do projektowania kolaży.

W całym pakiecie znalazły się ponadto uaktualnienia interakcyjnych narzędzi „Cień blokowy”, „Prostowanie zdjęć” i „Korekta perspektywy”. Użytkownicy nowego Corela będą mogli korzystać z ulepszonych narzędzi do wyrównywania i rozmieszczania węzłów, a także z obwiedni map bitowych. Miłośnicy szkicowania i pracy z tabletem w nowym pakiecie znajdą ulepszone narzędzie LiveSketch. Do korekty zdjęć w formacie RAW zostanie udostępniony nowy AfterShot 3 HDR. Pracę projektanta ma usprawnić licznik projektu ułatwiający zbieranie informacji o czasie realizacji zleceń.

Dostępny w języku polskim Pakiet CorelDRAW Graphics Suite 2018 zawiera programy: CorelDRAW, Photo-Paint, FontManager, PowerTRACE, Connect, Capture, AfterShot 3 HDR, BenVISTA PhotoZoom Pro 4, a ponadto kolekcję obrazków clipart, obrazków cyfrowych i zdjęć, ponad tysiąc czcionek, szablony (również na pojazdy), ramki i wypełnienia. Jest do kupienia zarówno na licencji stałej, jak i w modelu subskrypcyjnym. Dotychczasowi użytkownicy oprogramowania firmy Corel mogą dokonać aktualizacji w specjalnej cenie.

## Kodak aktualizuje Proofing Software

Kodak poinformował o wprowadzeniu na rynek zaktualizowanej wersji Kodak Proofing Software – zaawansowanego oprogramowania do tworzenia odbitek próbnych. Dzięki nowym opcjom ma być ono łatwiejsze w użytkowaniu i umożliwiać skrócenie czasu przeznaczanego na planowanie produkcji. Dzięki kompatybilności z drukarkami inkjetowymi z serii Epson SC-P7000 i SC-P9000, wykorzystującymi atramenty fioletowe, oprogramowanie Kodak Proofing Software zapewnia także możliwość wykonywania proofów zawierających kolory specjalne. Najnowsza wersja tego oprogramowania jest zgodna ze standardami opartymi na wytycznych ISO 12647, GRACoL i SWOP.

Nowe funkcjonalności Kodak Proofing Software obejmują m.in. obsługę mediów dostosowanych do potrzeb klienta, odpowiednie odwzorowanie kolorystyki czy planowaną z wyprzedzeniem kalibrację.

„Oprogramowanie Kodak Proofing Software zostało stworzone z myślą o wykonywaniu odbitek próbnych w technice inkjetowej. Bazuje ono na tej samej zaawansowanej technologii kolorystycznej, jaką zastosowano wcześniej w rozwiązaniach takich jak Kodak Colorflow czy inne produkty z pakietu Kodak Prinergy” – wyjaśnia Allan Brown, wiceprezes i dyrektor generalny Kodak Unified Workflow Solutions.

## Mark Andy przejmuje firmę Presstek

Amerykański producent wąskowstęgowych maszyn do zadrukowywania i przetwarzania etykiet oraz opako-

wań poinformował o przejściu firmy Presstek, znanej przede wszystkim z produkcji płyt offsetowych i maszyn bazujących na technologii DI (Direct Imaging), a także naświetlarek CtP. Zgodnie z warunkami zawartej umowy, ponad 60-osobowy zespół pracowników firmy Presstek zostanie włączony w struktury Mark Andy. Certyfikowani technicy będą wspierać użytkowników rozwiązań marek, takich jak Presstek, ABDick, Ryobi, Heidelberg, Xerox, Koenig & Bauer, Epson.

Ścisła współpraca firm Mark Andy i Presstek na rynku północnoamerykańskim trwa już od wielu lat. Produkty z serii Mark Andy Print Products (MAPP) stanowią bowiem stały element wszystkich kontraktów dotyczących rozwiązań DI i CtP marki Presstek, realizowanych w tym regionie świata.

W procesie przejścia nie uwzględniono jednak działu Zahara odpowiadającego w firmie Presstek za produkcję płyt do offsetu bezwodnego. Został on przekształcony w nową firmę Verico Technology, kierowaną przez Yuvala Dubois, byłego prezesa firmy Presstek. Jej główną specjalizacją pozostaną aluminiowe płyty do arkuszowego offsetu bezwodnego, a dodatkowo będzie ona koncentrować się także na technologiach powlekania wykorzystywanych w branży poligraficznej.

Jak zapewnia Ian Pollock, dyrektor Presstek odpowiedzialny za region EAMER, drukarnie z tego regionu będące klientami firm MAPP i Presstek mogą liczyć na ciągłość obecnej współpracy: „Nie przewidujemy żadnych zmian w obecnie realizowanych zamówieniach, partnerstwie biznesowym czy też w kwestii logistyki. W przypadku klientów z regionu EAMER całość działań będzie prowadzona jak dotychczas – z Wielkiej Brytanii”.

## Joint venture Bompan i Mimaki

Po dwóch dekadach współpracy Mimaki Europe utworzyła spółkę joint venture z firmą Bompan – włoskim dystrybutorem rozwiązań dla przemysłu tekstylnego. Nowy podmiot nosi nazwę Mimaki Bompan Textile i będzie specjalizował się w kompleksowych rozwiązaniach dla branży cyfrowego druku na tekstyliach – od przygotowania materiałów do druku poprzez proces drukarski aż po obróbkę końcową. Z 51% udziałów Mimaki Europe będzie udziałowcem większościowym nowej spółki i oddeleguje do niej większość członków zarządu, w tym dyrektora naczelnego – Hirokazu Hayashiego. Prezesem Mimaki Bompan Textile będzie Massimo Bompan.

Utworzenie nowej spółki nastąpiło po premierze urządzenia Tiger-1800B – drukarki do tekstyliów klasy produkcyjnej, dostępnej zarówno w wersji do druku bezpośredniego, jak i w wariantcie sublimacyjnym. Maksymalna prędkość druku wynosząca 385 m<sup>2</sup>/godz. predysponuje drukarkę Tiger-1800B do integracji w środowiskach produkcji wysokonakładowej, w których dotychczas wykorzystywano analogowe techniki druku.

„Mimaki Bompan Textile będzie funkcjonować jako dostawca kompleksowych zestawów rozwiązań obejmujących atramenty, oprogramowanie, systemy do obróbki wstępnej i postprodukcyjnej oraz usługi techniczne, pomagając producentom tekstyliów wdrażać technologie cyfrowe do swoich środowisk produkcyjnych” – wyjaśnia Massimo Bompan.



## Siegwerk rozwija swój portal

Portal Ink Safety utworzony przez firmę Siegwerk pełni rolę bazy danych związanej z regulacjami dotyczącymi farb drukowych wykorzystywanych do drukowania opakowań i bezpieczeństwa ich zawartości. Informacje umieszczone na portalu obejmują m.in. składniki poszczególnych farb i atramentów, regulacje prawne i wymogi, oceny zagrożeń i zasady z zakresu bezpieczeństwa farb drukowych wykorzystywanych w produkcji opakowań do żywności. W ostatnim czasie serwis ink-safety-portal.com został rozbudowany o nowe funkcje.

„Ponieważ przybywa konsumentów wykazujących zainteresowanie zdrowym trybem życia, coraz więcej badań dotyczy tego, jak opakowane są przeznaczone dla nich produkty” – wyjaśnia Evert Delbanco, dyrektor działu bezpieczeństwa żywności i toksykologii w firmie Siegwerk.

Główną nowością na portalu bezpieczeństwa jest kalkulator, który pozwala obliczyć maksymalną ilość substancji, która – w najgorszym razie – może doprowadzić do migracji do zapakowanej żywności. Do obliczenia tej wartości wykorzystuje się zmienne, takie jak nazwa lub symbol chemiczny substancji migrującej, jej zawartość w powłoce farbowej, ilość farby przypadającej na m<sup>2</sup> wydruku oraz rozmiar zadrukowanej powierzchni opakowania i gramatura materiału, z którego zostało wykonane. Uzyskany wynik powinien być niższy od dopuszczalnych progów, jeżeli jednak je przewyższa, należy dokonać pewnych modyfikacji, np. modelowania lub testów migracji według wskazówek zamieszczonych na portalu Ink Safety.

Na portalu Siegwerk pojawił się również film z omówieniem problemu NIAS (Non-Intentionally Added Substances). Tym mianem określa się wszystkie substancje chemiczne, które trafiły do farby nieumyślnie, ale nie pełnią żadnych funkcji w jej formule. Mogą to być np. zanieczyszczenia poszczególnych surowców, produkty przejściowe (pośrednie) reakcji chemicznych powstałe w trakcie procesu produkcyjnego lub produkty rozkładu. Mogą one jednak niekorzystnie wpływać na właściwości migracyjne gotowego atramentu.

## BOBST rozbudowuje oddział Lyon

Szwajcarski producent maszyn wykorzystywanych w produkcji opakowań jest w trakcie rozpoczętej pod koniec ubiegłego roku rozbudowy swojego zakładu produkcyjnego we francuskiej miejscowości Bron na przedmieściach Lyonu. Po przebudowie budynek fabryki będzie mieć 114 m długości i powierzchnię 2 tys. m<sup>2</sup>, a we wrześniu zostanie tam otwarte Centrum Kompetencyjne firmy BOBST.

Będzie to moment przełomowy, bowiem nowe centrum kompetencyjne przy oddziale BOBST Lyon będzie pierwszym tego typu miejscem, w którym prezentowane będą wytwarzane tam maszyny. Odwiedzający je klienci będą mogli obejrzeć kompletne linie produkcyjne w ich rzeczywistych środowiskach operacyjnych. Z kolei inżynierowie i technicy firmy BOBST zamierzają pozyskiwać tam informacje zwrotne od klientów, a także inne dane przydatne przy opracowywaniu nowych rozwiązań z zakresu obróbki tektury.

Jeszcze przed uroczystym otwarciem centrum kompetencyjnego, latem tego roku rozpocznie się kolejny etap

rozbudowy zakładu w Bron. Do 2020 roku powstanie tam nowy budynek biurowy dla personelu administracyjnego. Utworzony w 1923 roku oddział BOBST Lyon zatrudnia obecnie 750 pracowników zajmujących się m.in. produkcją maszyn do wytwarzania opakowań z możliwością druku w technice fleksograficznej, wykrawania oraz składania i cięcia w linii. Maszyny produkowane w fabryce pod Lyonem mogą produkować w jednym przebiegu nawet 33 tys. tekturowych pudełek w ciągu godziny.

## Współpraca X-Rite i Flint Group

Rozwijający się segment opakowań, wykorzystujący coraz to nowe podłoża drukowe, zgłasza rosnące zapotrzebowanie na rozwiązania z dziedziny zarządzania barwą. Firma X-Rite zdecydowała się nawiązać współpracę z oddziałem Paper & Board Grupy Flint, aby wspólnie pracować nad rozwiązaniami do zarządzania barwą dla branży opakowań, wykorzystującymi spektrofotometr X-Rite eXact i oprogramowanie NetProfiler.

Punkt wyjścia stanowi w tym przypadku platforma VIVO Colour Solutions obsługiwana przez globalne centrum koloru Flint Group działające w Łodzi. Narzędzie VIVO ColorCloud wykorzystuje spektrofotometr X-Rite eXact, tworząc internetowe, samoobsługowe, cyfrowe repozytorium, zawierające tysiące sprawdzonych i zatwierdzonych barw. Klienci Flint Group mogą pozyskiwać z niego pliki CxF, próbki DigiSwatch i receptury farbowe.

Dzięki współpracy z X-Rite, firma Flint Group zamierza rozbudowywać platformę VIVO Colour Solutions o nowe elementy z dziedziny cyfrowego zarządzania barwą w ramach projektu New Normal.

## Pierwsze profesjonalne badanie rynku upominków reklamowych

Polska Izba Artykułów Promocyjnych zrealizowała pierwsze na polskim rynku rzetelne badanie jakościowe dotyczące percepcji artykułów promocyjnych. Sondaż przeprowadziła firma Ipsos, a ankietowanymi były zarówno osoby odpowiedzialne za wybór upominków, jak i ich adresaci – klienci, pracownicy firm i odbiorcy indywidualni. Wnioski płynące z badania to kopalnia wiedzy na temat branży, jej potencjału sprzedażowego i rozwoju oraz zbior wskazówek do kreowania biznesu dla firm zrzeszonych w izbie.

PIAP postawił przed firmą badawczą trzy podstawowe cele analizy rynku – wskazanie ogólnych przekonań i potrzeb dotyczących upominków reklamowych, określenie postrzegania artykułów promocyjnych, a także uzyskanie podstaw do tworzenia skutecznej kampanii marketingowej z wykorzystaniem upominków. W oparciu o te cele udało się stworzyć kompletną analizę, która wskazuje szereg interesujących trendów, kierunków rozwoju i wskazówek dotyczących przygotowania nie tylko ofert, ale także katalogów czy relacji z klientem. Ta gotowa baza pomaga zsynchronizować działania firm z aktualnymi potrzebami rynku.

„Do tej pory realizowaliśmy badania rynku na własną rękę, wykorzystując internetowe narzędzia do pozyski-

wania informacji oraz własną, bogatą bazę kontaktów. Co roku sondowaliśmy w ten sposób postrzeganie upominków przez klientów końcowych, jednak nie jesteśmy profesjonalną firmą badawczą, więc od dawna nosiliśmy się z zamiarem zrealizowania rzetelnego, fachowego i wieloaspektowego pomiaru rynku. Dzięki zdobytej wiedzy firmy zrzeszone w Izbie mają możliwość rozwijania biznesu według kierunku wyznaczonego aktualnie przez rynek” – mówi Katarzyna Wojniak, Dyrektor Biura Zarządu Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych.

Badanie przeprowadzone przez firmę Ipsos wykazało, że upominki reklamowe są postrzegane jako ważny i skuteczny element strategii marketingowej. Są świetną wizytówką firmy, budują znajomość marki i jej wizerunek. Co ciekawe, najbardziej liczącymi się cechami artykułów promocyjnych okazała się ich funkcjonalność oraz jakość wykonania, a najgorzej ocenianym parametrem jest ich unikalność – klienci wskazywali na niewielką liczbę oryginalnych pomysłów na prezent.

Zwracając uwagę na funkcjonalność upominków, klienci preferują m.in. przedmioty łączące w sobie kilka zastosowań (np. długopis ze wskaźnikiem). Na znaczeniu zyskują także unikalność, ciekawy projekt i niestandardowe wzornictwo. Trzecim istotnym parametrem jest pozytywne zaskoczenie na poziomie wyglądu, przekazu czy sposobu wykorzystania, które daje poczucie bycia docenionym przez darczyńcę.

Ciekawe wnioski płynące z raportu Ipsos dotyczą skali wykorzystywania upominków reklamowych przez przedsiębiorstwa różnych wielkości. Okazuje się, że najwięcej w artykuły promocyjne inwestują średnie przedsiębiorstwa, dla których upominki są jednym z pierwszych narzędzi marketingowych, pokazują status firmy i przekazują wartości marki. Co ciekawe, dla przedsiębiorstw małych właśnie upominki są najskuteczniejszym kanałem komunikacji – mimo największego wysiłku finansowego widzą one w nich największe możliwości. W dużych firmach budżet reklamowy jest na tyle zdywersyfikowany, że upominki ustępują pola innym narzędziom. Jest to największe wyzwanie i szansa dla branży na wzmocnienie udziałów w tym segmencie.

Z raportu wynika także, że pracownicy, którzy otrzymują upominki od pracodawcy, traktują je jako element wyposażenia biura. Z drugiej strony „obrandowany” sprzęt biurowy podnosi rangę firmy w oczach kadry. Najlepiej postrzegane są upominki z okazji jubileuszy, bo zazwyczaj pracownicy otrzymują wtedy bardziej zindywidualizowane prezenty.

Firma badawcza Ipsos przeanalizowała branżę upominków reklamowych wielopłaszczyznowo. W raporcie można znaleźć informacje o tym, jakie rodzaje upominków sprawdzają się w zależności od okazji oraz jak budować ofertę dla klientów biznesowych z podziałem na segmenty. Ipsos zbadał mocne i słabe strony upominków reklamowych oraz dokonał podziału artykułów reklamowych w zależności od cech, funkcji i okazji, na jakie są przeznaczone. Taki podział ukazał ciekawą perspektywę percepcji upominków przez klientów biznesowych i prywatnych. Szczegółowej analizie zostały poddane także okazje do dzielenia się artykułami promocyjnymi, znaczenie ich opakowania oraz sposób wyszukiwania upominków. Kompletny raport z badania dostępny jest dla członków PIAP (bezpłatnie) w Biurze Zarządu Izby. Raport „Percepcja upominków reklamowych” można również zakupić.

## Siemens Finance startuje z faktoringiem

Siemens Finance, jedna z największych pozabankowych firm leasingowych w Polsce, wchodzi na rynek faktoringu. Oprócz finansowania nieprzetworzonych wierzytelności w tradycyjnym wydaniu, Siemens Finance zaoferuje rozwiązania in-house factoring oraz invoice discounting.

In-house factoring od tradycyjnego faktoringu odróżnia się tym, że klient otrzymuje finansowanie, ale bez usługi zarządzania należnościami. W tym przypadku klient sam dokonuje rozliczeń płatności otrzymanych od kontrahentów, monitoruje status płatności i sam dba o terminowość spłat.

Invoice discounting to z kolei usługa, która do tej pory nie była dostępna w Polsce. Polega ona na tym, że klient nie musi każdorazowo przedstawiać szczegółowych danych o poszczególnych fakturach, aby otrzymać środki. Jest to więc rozwiązanie saldowe, w którym zamiast poszczególnych faktur finansuje się cały portfel należności handlowych klienta. Siemens Finance na bieżąco wyceni portfel należności klienta i na tej podstawie przyzna mu limit stosowny do aktualnego salda. Dzięki temu cały proces z perspektywy klienta jest szybszy i prostszy operacyjnie. Nie ma tu także zarządzania wierzytelnościami przez faktora, w tym rozliczania czy monitorowania kontrahentów ani usługi przejęcia ryzyka ich niewypłacalności, bo istotą usługi jest w zasadzie wyłącznie finansowanie.

Siemens Finance będzie oferować zarówno tradycyjny faktoring z regresem, jak i bez regresu (wówczas faktor przejmuje na siebie ryzyko niewypłacalności kontrahentów firmy). Przedsiębiorcy mogą też skorzystać z opcji faktoringu cichego – wtedy kontrahenci klientów nie są informowani o tym, że klient korzysta z faktoringu. Faktoring dostępny będzie w czterech walutach: polskich złotych, euro, dolarach oraz funtach brytyjskich.

„Faktoring to usługa, która w Polsce bardzo dynamicznie się rozwija. Potwierdzeniem tego są rosnące obroty firm zrzeszonych w Polskim Związku Faktorów. W ubiegłym roku wyniosły one 185 mld zł, co było wynikiem lepszym o blisko 30 mld w porównaniu z poprzednim okresem. Potencjał rynku jest więc wciąż bardzo duży” – ocenia Krzysztof Tempes, dyrektor sprzedaży w dziale Faktoringu Siemens Finance.

## Znamy laureatów ZoomArt 2018

Grand Prix tegorocznego konkursu kalendarzy ZoomArt zdobył kalendarz drukarni Drukomat pt. „13 twórców – jeden niezwykły kalendarz charytatywny 2018”. Komisja konkursowa przyznała też nagrody specjalne: za podejmowanie tematów istotnych z punktu widzenia społeczeństwa wyróżnienie otrzymał kalendarz „Kobiece sprawy” firmy Gedeon Richter, zaś za kalendarz „Fundacja sztuki polskiej ING”, propagujący twórcze podejście do sztuki użytkowej, wyróżniono drukarnię Edica. Publiczność wystawy doceniła z kolei kalendarz jubileuszowy wydany z okazji 25-lecia firmy A.S.S. – 3 Pier Luigi.

W kategorii „Kalendarz wielopłaszczyznowy” pierwsza nagroda przypadła firmie PKO za jej kalendarz na 2018 rok. Na drugim miejscu ex aequo uplasowały się firmy Elzab i Antalis odpowiednio za kalendarze zatytułowane

„Ancient Greece” oraz „OSIEM”. Nagrodę za trzecie miejsce otrzymał Gedeon Richter za wspomniane „Kobiece sprawy”, zaś firma Rossmann otrzymała w tej kategorii dodatkowe wyróżnienie za kalendarz wydany dla uczczenia 25. rocznicy działalności w Polsce.

Zwycięzcą w kategorii „Kalendarz jednoplanszowy” został kalendarz „Discover Brenntag” firmy Minar, a na kolejnych dwóch miejscach podium znalazły się kalendarze zaprojektowane w katowickiej Akademii Sztuk Pięknych – „Morski” oraz „Ostatni taniec”.

Najlepszym kalendarzem trójdzielnym okazał się kalendarz zgłoszony przez drukarnię Wy-Druk. Również w tej kategorii sukces odniósł „Discover Brenntag” Minaru, który zajął drugie miejsce, a tuż za nim uplasował się kalendarz firmy Pasja na rok 2018. Jedną nagrodę przyznano też w kategorii „Kalendarz old” – otrzymał ją zeszłoroczny kalendarz firmy Lindner.

Osobną kategorię konkursu stanowiły kalendarze administracyjne. Za najlepszy z nich uznano kalendarz „Jestem z Rybnika. Kalendarz miejski 2018” wydany przez miasto Rybnik. Przedstawiciele miasta Legnica odebrali drugą z nagród, przyznaną za kalendarz „Legnica z nieba”. Trzecim kalendarzem wyróżnionym w tej kategorii był kalendarz „Gliwice 2018. Przyszłość jest tu”.

Aż pięć nagród przyznano w mocno obsadzonej kategorii „Kalendarz książkowy”. Najważniejsza z nich przypadła firmie Papierniczeni, która do konkursu ZoomArt zgłosiła kalendarz pt. „Kleks”. Drugie miejsce ex aequo zajął wyróżniony przez publiczność kalendarz jubileuszowy firmy A.S.S. – 3 Pier Luigi wraz z nagradzanym już w innych kategoriach „Discover Brenntag”. W tej kategorii było również dwóch laureatów nagrody za trzecie miejsce. Była to firma Madama z kalendarzem „Happy Planner Minimal Planner” oraz Edica, która wyprodukowała kalendarz książkowy „Limited Edition 2018”.

W kategorii „Kalendarz szkolny” zwyciężyła firma Litex, która przekonała jury swoim „Kalendarzem ciekawostek”. Również w tej kategorii, a nagrodę za drugie miejsce otrzymała firma Edica – twórca kalendarza na rok szkolny 2017/2018. Osobną kategorię utworzono dla kalendarzy freelancerów. Pierwszą nagrodę wygrała w niej Katarzyna Buk za kalendarz pt. „366 inspiracji”, a drugie miejsce zajął Paweł Piłat Venedi, autor kalendarza „Multicalendar 2018”.

Komisja konkursowa wyróżniła także kalendarze charytatywne. Za najlepszy z nich uznany został „Mikrokalendarz” fundacji Mikropsy, ex aequo z kalendarzem Olgi Kostrzewskiej-Cichoń zatytułowanym „Pasja. Prestiż. Potencjał. Katowice – miasto ludzi wolnych”. Nagrody za drugie i trzecie miejsce w tej kategorii przypadły odpowiednio fundacji Iskierka za kalendarz „Mini jedzonko” oraz Nataszy Godlewskiej – autorce kalendarza „Świetlikowo”.

Nietypowe kalendarze, które nie mieściły się w pozostałych zestawieniach, rywalizowały w kategorii „Kalendarz inny/nietypowy”. Pierwszą nagrodę przyznano kalendarzowi „Papyrus 2018” firmy Papyrus, drugą odebrała Anna Jarosz za „Kalendarz tygodniowy”, zaś nagroda za trzecie miejsce przypadła firmie Pasja za kalendarz „Pasja 2018”.

Osobno wyróżniono też same fotografie, które stanowią przecież nieodłączny element wielu kalendarzy. Zdaniem komisji konkursowej najlepsze zdjęcia trafiły do kalendarza „Let there be light” Dagmy (I miejsce) i „Rossmann od 25 lat w Polsce” (II miejsce).

Pojedyncze wyróżnienia przyznano też Minarowi za najlepszą ilustrację – umieszczoną w kalendarzu pt. „Górny Śląsk – kultura architektury” oraz najlepszą jakość, którą zdaniem jury charakteryzował się kalendarz „Poddasze pełne bajek” firmy Fakro.

Jako patron medialny konkursu kalendarzy ZoomArt „Świat DRUKU” serdecznie gratuluje wszystkim wyróżnionym.

## Brazowy medal dla klienta Ritramy

**E**legancja i prostota – te dwa czynniki zadecydowały o przyznaniu brązowego medalu w konkursie International Packaging Competition dla butelki oliwy z etykietą zaprojektowaną i wykonaną na podłożu Ritrama przez firmę Umbralabel. Rywalizowała ona w kategorii „Najlepsza etykieta”, a konkurs był organizowany w ramach Międzynarodowych Targów Wina i Destylatów Vinitaly, odbywających się od 13 do 16 kwietnia w Weronie.

Na butelkę wyróżnioną brązowym medalem trafiły etykiety wykonane z dwóch rodzajów folii samoprzylepnych dostarczonych przez firmę Ritrama. Z przodu i z tyłu opakowania wykorzystano 60-mikronową przezroczystą folię polipropylenową, zaś na kołnierzu butelki znalazła się folia również wykonana z polipropylenu grubości 60 µm, ale w kolorze białym perłowym. Dzięki takiej kombinacji firmie Umbralabel udało się uzyskać efekt braku etykiety („no-label look”).

## Wyróżnienie dla pudełka Metsä Board

**P**rojekt pudełka prezentowego SkinCare 2.0 otrzymał ekologiczną nagrodę „in green” podczas targów Luxe Pack Shanghai 2018. Opracowując nowe pudełko prezentowe SkinCare 2.0, zespół ds. projektowania opakowań Metsä Board wykorzystał surowce włókniste zamiast tworzyw sztucznych. Sztuczne, zewnętrzne opakowanie kartonowe jest wytwarzane przy użyciu nowych procesów formowania celulozy, a każde z trzech pudełek wewnętrznych jest wykonane z lekkiej tektury. Opakowanie SkinCare 2.0 zostało również wyróżnione w 29. edycji konkursu Hong Kong Print Awards, otrzymując tytuł „Champion of Packaging Printing, Paper Packaging” i zdobyło nagrody honorowe „Best Creative Printing” i „Best Crafted Book”.

## Certyfikat Fogra dla drukarek Canon

**D**rukarki Canon imagePRESS C10000VP, imagePRESS C850 oraz Océ VarioPrint i-series, otrzymały w ostatnim czasie certyfikat Fogra PSD (Process Standard Digital) potwierdzający zgodność ze standardem FOGRA51. Wszystkie te urządzenia zostały przetestowane pod kątem nowego standardu produkcji cyfrowej ISO/TS15311-2. Międzynarodowy standard Fogra PSD wykorzystuje metodę certyfikacji względem nośnika, co oznacza, że procedura testowa przeprowadzana jest na podstawie porównania różnych typów papieru przy różnych standardach jakości druku. Podejście to uwzględnia biel nowoczesnych nośni-



ków drukarskich, które są często ulepszone środkami do rozjaśniania optycznego.

Urządzenia imagePRESS zweryfikowano na podstawie druku na dwóch różnych typach nośników: Silk o gramaturze 170 g/m<sup>2</sup> oraz standardowym offsetowym papierze powlekanym Sappi Magno Plus Gloss (115 g/m<sup>2</sup>), z dwoma różnymi kontrolerami: PRISMAsync i EFI. Na potrzeby testów drukowano materiały w nakładzie przynajmniej 500 kopii, aby zasymulować powtarzalność barw w rzeczywistych warunkach produkcyjnych.

Drukarka Océ VarioPrint i300 została przetestowana przy wykorzystaniu offsetowego papieru powlekanego (Sappi Magno Plus Gloss, 115 g/m<sup>2</sup>) oraz nowych atramentów iQuarius MX. Maszyna ta uzyskała najwyższą możliwą klasę jakości druku – stopień A.

Oba urządzenia Canon imagePRESS wykorzystują toner Consistently Vivid (CV) oraz działającą w czasie rzeczywistym technologię Multi-Density Adjustment. Flagowa kolorowa drukarka produkcyjna Canon imagePRESS C10000VP wykorzystuje dodatkowo zintegrowany czujnik spektrofotometryczny.

W drukarkach VarioPrint i-series zastosowano technologię iQuarius, czyli kombinację kilku rozwiązań: specjalnych atramentów z rozpuszczalnikami i woskami, systemów monitorowania arkuszy, funkcji suszenia w niskiej temperaturze oraz automatycznego monitorowania i korygowania jakości obrazu.

Nowy podajnik długich arkuszy OD Deck Lite XL-A1 do urządzeń z serii imagePRESS C850 może automatycznie (dwustronnie) podawać nawet 1000 banerów o długości do 762 mm. Stwarza to możliwość produkowania np. składanych poziomo druków A4, przedłużonych okładek książkowych, trzykrotnie składanych broszur, długich kartek pocztowych i innych dokumentów czy grafik. Jednocześnie podajnik może być stosowany do standardowych formatów papieru: 139,7 × 148,0 mm – 330,2 × 487,7 mm.

Pracę urządzeń z serii imagePRESS C850 można zarządzać poprzez kontroler Canon PRISMAsync w wersji 6.0 z narzędziem do przyspieszonej kalibracji barw – używając jednego rastra zamiast trzech – oraz funkcją automatyzacji testów weryfikacji kolorów takich jak Fogra 51 i IDEAlliance. Alternatywą jest opracowany specjalnie dla serii urządzeń Canon imagePRESS C850 wbudowany kontroler EFI Fiery Digital Front End G200 i oraz zaktualizowane oprogramowanie do zewnętrznego kontrolera Fiery H300. Obydwa obsługują nowy podajnik długich arkuszy.

## Masterpress zwycięzca AWA Sleeve Label Awards 2018

Etykieta limitowanej edycji wódki Stock Prestige Carbon wyprodukowana przez Masterpress na zlecenie firmy Stock Polska zwyciężyła w tegorocznej edycji międzynarodowego konkursu AWA Sleeve Label Awards w kategorii „Heat TD Shrink Sleeves”.

Opakowanie limitowanej edycji Stock Prestige Carbon zostało zainspirowane wyglądem i fakturą włókna węglowego – materiału cechującego się lekkością, wyjątkowym wyglądem i wytrzymałością. Mieniające się odcieniami czerni sploty włókien postrzegane są jako luksusowe wykończenie, a właśnie taki charakter firma Stock Pol-

ska chciała nadać butelkom limitowanej edycji swojego sztandarowego produktu.

Jury konkursu AWA Sleeve Label Awards 2018, w skład którego weszli niezależni eksperci branży opakowaniowej, komplementowało opakowanie szczególnie za „dyskretną elegancję, która nie tylko przykuwa uwagę, ale również podkreśla prestiżowy charakter produktu”. Komisja uznała też, że „zarówno jakość designu, jak i technologiczne aspekty wykonania etykiety Stock Prestige Carbon można zaliczyć do grona najlepszych, z jakimi kiedykolwiek mieli do czynienia”.

## Xerox wspiera zrównoważony rozwój

Użytkownicy usług zarządzania drukiem Xerox będą mogli przyczynić się do zalesienia planety. Amerykańska firma rozpoczęła współpracę z platformą PrintReleaf, która monitoruje konsumpcję papieru i przelicza ją na liczbę drzew, których zasadzenie zrównoważy zużycie arkuszy. Klienci Xerox będą mogli w swoich umowach MPS zawrzeć opcję raportowania zużycia papieru do PrintReleaf, a później poprzez platformę wybierać projekty mające na celu zalesienie konkretnych obszarów geograficznych i raportować ich postępy.

„Xerox od dawna podejmuje działania na rzecz promocji zrównoważonego rozwoju, poczynając od Green World Alliance, aż po Xerox Print Awareness Tool. Poprzez współpracę z PrintReleaf kontynuujemy ten kierunek, a nawet idziemy krok dalej, bo pomagamy użytkownikom usług zarządzania drukiem niwelować negatywne skutki używania papieru” – twierdzi Wendi Latko, wiceprezes działu Environment, Health, Safety & Sustainability w firmie Xerox.

## Ulgi dla holenderskich użytkowników Jet Press 720S

Flagowa maszyna inkjetowa firmy Fujifilm drukująca w formacie B2 spełniła kryteria środowiskowe holenderskiego rządu. Tamtejsi drukarze, kupując Jet Press 720S, będą mogli skorzystać z przysługujących im z tego tytułu ulg podatkowych. Inwestujący w taką maszynę na terytorium Holandii otrzymają zwrot 13,5% podatków związanych z jej zakupem oraz korzystne warunki amortyzacji. Dzięki tym ulgom będą oni mogli zaoszczędzić nawet ponad 70 tys. euro.

Holenderska Agencja Przedsiębiorczości wskazała szereg kryteriów, będących warunkiem uczestnictwa tamtejszych firm w programie MIA (rabaty inwestycyjne promujące ochronę środowiska) oraz Vamil (związany z amortyzacją tych inwestycji). Utworzono też specjalną kategorię dla systemów druku cyfrowego usuwalnymi atramentami wodnymi oznaczoną kodem B1281, do której została zakwalifikowana maszyna Fujifilm Jet Press 720S. Do tej kategorii kwalifikują się tylko maszyny używające atramentów wodnych, które otrzymały ocenę przynajmniej dobrą za możliwość odfarbiania od INGEDE (międzynarodowego stowarzyszenia przemysłu odfarbiania) i minimum 95 pkt w teście przydatności do recyklingu wyrobów za-

drukowanych – Metoda INGEDE 11. Kolejnym kryterium jest zakaz stosowania primerów zawierających substancje szkodliwe dla środowiska. Wydruki wykonane na maszynie Jet Press 720S zostały przez INGEDE ocenione na równi z offsetowymi, uzyskując w teście odfarbienia 98 pkt na 100 możliwych.

## Firma Brother chce chronić środowisko

Japoński producent od dłuższego czasu jest zaangażowany w aktywne wspieranie postaw proekologicznych. Przypadający na 22 kwietnia Międzynarodowy Dzień Ziemi był okazją do podsumowania dotychczas podjętych działań. Jest wśród nich m.in. minimalizowanie zużycia energii przez urządzenia drukujące, ograniczenie rozmiaru opakowań produktów oraz recykling materiałów eksploatacyjnych.

Brother wyznaczył sobie cel, aby produkowane urządzenia cechowały się wysokim poziomem oszczędności energii i docelowo w trybie czuwania nie zużywały jej wcale. Aby osiągnąć jak najkorzystniejszy wynik, potrzebne było przeprojektowanie niektórych komponentów oraz dobór nowych. W efekcie opracowano technologię „Green Standby”, która pozwala zredukować zużycie energii w trybie czuwania do niemal zerowego poziomu. Dzięki temu udało się zmniejszyć średnie zużycie energii przez modele atramentowe w trybie czuwania do około 0,04 W, a przez urządzenia laserowe do 0,02 W, głównie za sprawą nowego zasilacza.

Kolejnym działaniem proekologicznym wdrażanym przez Brother jest redukcja zużycia energii w zakładach produkcyjnych. Na przykład w fabryce Xian w Chinach zainstalowano okna w dachu fabryki, co przyczyniło się do zmniejszenia zużycia energii elektrycznej. Za jasność w pomieszczeniach odpowiada automatyczny system włączania i wyłączania, który dezaktywuje oświetlenie, gdy wewnątrz fabryki jest dostatecznie oświetlone światłem naturalnym. Ponadto w obiekcie zastosowano scentralizowany system sterowania klimatyzacją i oświetleniem, co w pewnym stopniu zapobiega marnotrawstwu energii. Działania te są częścią strategii wdrażania planu minimalizacji emisji dwutlenku węgla – jest ona realizowana we wszystkich fabrykach Brother w Japonii i poza nią. W roku 2013 udało się osiągnąć prawie 27-procentową redukcję emisji CO<sub>2</sub> w porównaniu z rokiem 2006. Był to cel, który wyznaczono na 2020 rok, zatem udało się go osiągnąć siedem lat wcześniej.

Brother zmniejsza także rozmiar opakowań swoich produktów, poprawiając tym samym wydajność transportu

i zmniejszając obciążenia dla środowiska naturalnego. Przykładowo opakowania drukarek HL-2270DW (od 2013) i HL-L2365DW (od 2014) cechują się o 5% mniejszą objętością. Firma Brother deklaruje, że dzięki temu każdego roku w czasie ich transportu do atmosfery trafia o 550 ton CO<sub>2</sub> mniej. Równie ważną kwestią jest recykling materiałów eksploatacyjnych, np. kartridży. Dzięki systemowi automatyzacji recyklingu można je odnawiać redukując tym samym ilość wytwarzanych odpadów.

## Stora Enso dąży do obniżenia emisji gazów

Skandynawski koncern zobowiązał się do ograniczania emisji dwutlenku węgla i innych gazów cieplarnianych w należących do niego zakładach produkcyjnych i w całym łańcuchu dostaw. Plany Stora Enso zakładają obniżenie do 2030 roku emisji gazów cieplarnianych o 31% na każdą tonę wyprodukowanej celulozy, papieru i kartonu. Cele te są zgodne z inicjatywą Science Based Targets oraz wytycznymi tzw. Porozumienia Paryskiego, które zakłada redukcję globalnego ocieplenia o 2°C.

Aby obniżyć emisję gazów w całym łańcuchu dostaw, Stora Enso zamierza selekcjonować dostawców tak, aby 70% z nich stanowiły firmy niewykorzystujące włókien pierwotnych. Co więcej, skandynawski koncern ma zamiar skłonić swoich partnerów biznesowych (przede wszystkim przedsiębiorstwa transportowe) do wyznaczenia i zrealizowania ich własnych celów związanych z ograniczeniem emisji gazów cieplarnianych przed rokiem 2025, a w czasie kolejnych pięciu lat – do roku 2030 – do wdrożenia ograniczeń zgodnych z wytycznymi Science Based Targets.

Inicjatywa Science Based Targets ma skłaniać przedsiębiorstwa z całego świata do ustalania własnych celów (opartych na badaniach naukowych) zakładających ograniczanie emisji dwutlenku węgla i innych gazów cieplarnianych w ich działalności. Partnerami w tym przedsięwzięciu są: CDP (Carbon Disclosure Project), United Nations Global Impact, Światowy Instytut Zasobów (WRI), World Wide Fund for Nature (WWF) oraz jeden z działów koalicji We Mean Business. W ramach Science Based Targets definiowane są, a następnie promowane najlepsze praktyki w zakresie wyznaczania celów związanych z proekologicznymi aspektami prowadzonej działalności. Firmy mogą tu również uzyskać wiedzę i wsparcie przy podejmowaniu własnych działań tego rodzaju. Wytyczne Science Based Targets służą też jako punkt odniesienia dla celów i założeń przyjmowanych przez poszczególne przedsiębiorstwa. Więcej informacji na ten temat można znaleźć na stronie [sciencebasedtargets.org](http://sciencebasedtargets.org).



[www.akademia-wiedzy.eu](http://www.akademia-wiedzy.eu)