

# Nie tylko TransPromo

*Rozmowa z Peterem Szonnem, Director Area Managerem, który od trzech i pół roku pracuje w głównej siedzibie firmy Océ, w Poing (Niemcy), gdzie rozwijane i wytwarzane są wszystkie produkcyjne systemy drukujące na papier ciągły. Jest odpowiedzialny za obszar Polski, Norwegii, Szwecji, Danii, Finlandii, Szwajcarii i Włoch.*



**Świat DRUKU:** Podczas targów Ifra firma Océ zaprezentowała zwojowe urządzenia z serii JetStream (1400/3000) i ColorStream 3500, przeznaczone do druku gazetowego. System produkcyjny JetStream pracuje też od lipca w Londynie dla firm prasowych, Stroma i Newspaper Aboard. Widać, że druk gazetowy to ważne zastosowanie urządzeń Océ, które przekształcają ten rynek. Jak dzisiejsze zastosowania drukujących urządzeń zwojowych różnią się od wcześniejszych i jaka jest ich przyszłość?

**Peter Szonn:** Zwojowe urządzenia drukujące mieliśmy w ofercie od jakichś trzydziestu lat. Były one głównie czarno-białe i wykorzystywały technologię druku tonerem. Jak ewoluowały ich zastosowania? Przelomem były targi drupa w 2008 roku, gdy do systemów produkcyjnych wprowadziliśmy technologię atramentową. Dziś zmiana polega głównie na większym użyciu koloru i zdecydowanej poprawie produktywności, co sprawia, że urządzenia cyfrowe stały się konkurencją dla offsetowych. Druk TransPromo i direct mailing to najważniejsze zastosowania urządzeń produkcyjnych. Największy udział w rynku druku cyfrowego ma właśnie stuprocentowy cyfrowy druk transakcyjny oraz direct mailing. W obszarze poligrafii bardzo ważny jest druk gazet



Peter Szonn

oraz książek. Na całym świecie widać tendencję do zmniejszania nakładów, co jest kompensowane przez większą niż dziesięć lat temu różnorodność tytułów. Dzięki temu zamówienia na druk nie maleją. To furka dla druku cyfrowego. Gdy chodzi o przyszłe zastosowania urządzeń na papier ciągły, to moim zdaniem jest to druk katalogów promocyjnych. Dziś opaste tomy kierowane są do wszystkich odbiorców, w przyszłości to się zmieni. Drugie bardzo ważne zastosowanie,

do którego coraz bliżej, to cyfrowy druk opakowań. Produkty będą coraz bardziej zindywidualizowane; ich opakowania również. Dzięki krótkim seriom drukowanym cyfrowo będzie to opłacalne.

**ŚD:** Skoro na rynku dostępne są tak szybkie i wydajne urządzenia kolorowe, jaka jest przyszłość czarno-białych systemów zwojowych typu VarioStream?

**PS:** Niemal 95% druków transakcyjnych na współczesnym rynku

jest czarno-białych i mimo że część z nich, by poprawić komunikację z klientem, wykorzystuje kolor, duży obszar rynku TransPromo i tak pozostanie czarno-biały. Taki też jest druk dziełowy, np. powieści. Urządzenia monochromatyczne mają ten atut, że są bardzo szybkie i wydajne – produkują wiele milionów stron miesięcznie. Gdy jednak patrzymy na rynek jako na całość, decydującym czynnikiem jest druk kolorowy. Stanowi siłę napędową, a jego udział w rynku druków transakcyjnych i direct mailingowych rok rocznie wzrasta od 30 do 40%.

**ŚD:** Jak zatem mogą wyglądać druki transakcyjne i jakie możliwości dają?

**PS:** Podzieliłbym je na cztery grupy. Pierwsza to druk czarno-biały bazujący na białym papierze, druga to druki w kolorze i przeprojektowane (re-designed) czy raczej inny projekt dokumentów, trzecia to druki określane mianem „smart communication” (inteligentna komunikacja) i wreszcie czwarta – cross-media. Przejrzyście ilustrują to różne przykłady. Niech będą to rachunki niemieckiego dostawcy energii, których wstępny zadruk tradycyjnie był wykonywany w technologii offsetowej. Efekt końcowy wyglądał jak wykonany na maszynie do pisania. Miał więc bardzo zachowawczą formę, nie odpowiadającą innowacyjnemu charakterowi przedsiębiorstwa. Druk cyfrowy bazujący na białym papierze wizualnie był niewiele lepszy. Jego atutem było jednak to, że oszczędzał czas i koszty. Dopiero druk w kolorze i zmieniony projekt (re-designed) sprawił, że klienci byli zadowoleni, bo ich rachunki stały się bardziej czytelne. W ten sposób technologia cyfrowa pomogła firmie tworzyć więź z klientem i budować lojalność.

Smart communication – można ją pokazać na przykładzie ulotek reklamowych kierowanych do konkretnych odbiorców. Część zawartych na wydruku informacji jest standardowa, reszta jednak jest adresowana bezpośrednio do klientów i jej rozmiary są ściśle uzależnione od potrzeb i rozmiarów bazy danych. Spersonalizowane dokument i koperta powstają w jednym przebiegu. Jest to możliwe dzięki zastosowaniu odpowiednich rozwiązań do obróbki końcowej. „Inteligencja”



takiej komunikacja polega na tym, że doskonale wiadomo, jakie produkty interesują danych klientów, co pozwala dopasować ofertę do indywidualnych potrzeb lub niewielkich grup.

Ostatni model, cross-media, jest najbardziej interaktywny. To spersonalizowany dokument z kodem kreskowym lub kodem QR. Daje możliwość przejścia ze świata papieru do rzeczywistości wirtualnej. Odbiorca skanuje kod i przechodzi bezpośrednio do miejsca w sieci, gdzie znajduje się przygotowana dla niego oferta lub odpowiednia informacja. Nadawca komunikatu dostaje zaś informację zwrotną na temat preferencji swoich klientów.

**ŚD:** Co jest zatem potrzebne do druku transakcyjnego?

**PS:** Zwój białego papieru, Océ PRISMAproduction Server i urządzenie produkcyjne, np. Océ ColorStream 3500. Mamy urządzenie czarno-białe (Océ VarioStream 7100 i Océ VarioStream 7000/8000) i kolorowe (Océ JetStream 1500/2200/3000, Océ JetStream 2800/3300, Océ JetStream 3500 – bazujące na technologii atramentowej) oraz propozycję dla tych, którzy chcą przejść do druku w kolorze w technologii tonerowej (Océ ColorStream 10000 Flex).

W ten sposób można wykonać wstępny zadruk, personalizowane wyciągi bankowe czy wrzutki – szybko, łatwo, bez błędów i w zrównoważony sposób.

**ŚD:** Jak polski rynek różni się od pozostałych rynków, za które Pan odpowiada?

**PS:** Ma duży potencjał. Dużą jego część obsługuje offset, z pewnością więc wiele zleceń „przewędruje” do

druku cyfrowego. Gdy idzie o kwestie komunikacji, nie ma różnicy między Polską i resztą Europy. Firmy starają się wejść w bliski kontakt z klientami, by móc szybko reagować na zmieniające się potrzeby rynku i w efekcie osiągać większy dochód. W Polsce mamy wiele instalacji i spodziewam się wielu sukcesów w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

**ŚD:** Océ to nie tylko maszyny, ale również oprogramowanie.

**PS:** Tak. To od trzydziestu lat ważną część biznesu Océ. Wymagania co do IT w druku TransPromo są bardzo duże, mamy więc ok. 1800 inżynierów pracujących nad nowymi oprogramowaniami. Oprogramowanie z rodziny Océ Prisma jest tak dobrym software'em dlatego, że nadąża za najszybszymi z naszych systemów drukujących, które drukują 'w locie' personalizowane prace. Nie tylko dotrzymuje im kroku, ale i gwarantuje wysoki poziom automatyzacji oraz niezawodność dzięki punktom kontrolnym wysyłającym komunikaty ostrzegawcze. W swojej ofercie Océ posiada również oprogramowanie umożliwiającej składanie zamówień za pośrednictwem Internetu. Takie rozwiązanie web-to-print pozwala drukarzowi poszerzyć profil działalności o rynek internetowy. Tak więc Océ to nie tylko maszyny, ale i zaawansowane oprogramowanie.

**ŚD:** Dziękujemy za rozmowę i czekamy na nowości, które Océ pokaże podczas targów drupa.

[www.oce.com.pl](http://www.oce.com.pl)

artykuł promocyjny