

Digitální tisk v Tigrisu

Většina polygrafických podniků v ČR je vůči novým technologiím dosti nedůvěřivá a rovněž velice opatrná při investicích do nového vybavení. Pokud se však najde v českých luzích a hájích z tohoto pohledu bílá vrána, má pak před ostatními nezanedbatelnou konkurenční výhodu a zajištěný příliv zajímavých zakázek i nových zákazníků.



První, kdo se o nový produkční stroj bizhub PRO C65hc firmy Konica Minolta začal na českém trhu velice zajímat, byla tiskárna Tigris s.r.o. se sídlem ve Zlíně, které se aktivní přístup k novým polygrafickým trendům vyplácí již po řadu let... Ať to byla nová digitální tisková zařízení, nebo pokročilá technologie CTP pro ofset. Mimo to nabízejí grafické práce, reklamní předměty, řešení výstavních expozic či webových stránek. Vždy byli mezi prvními, kteří se do zavedení nové technologie bez váhání pustili. Před dvěma lety spustili digitální tisk na stroji Konica Minolta bizhub PRO C6500. A od začátku letošního roku přemýšleli, jak postupovat dál v této oblasti produkčního digitálního tisku. Když byl v květnu představen nový bizhub PRO C65hc, ihned projevil zájem a po vyzkoušení kvalit barevného podání v oblasti rozšířeného gamutu blízkého prostoru sRGB, stroj zakoupili a v srpnu slavnostně nainstalovali.

Tato instalace je velice zajímavá i tím, že je to v Česku první provozovatel, který umí připravit data zákazníkům na dvou různých strojích a ukázat jim rozdíly v barevnosti mezi standardním CMYKem a výraznější sytostí barev v prostoru sRGB – záleží jen na uvážení zákazníka, kterou technologii si vybere...

O novém digitálním produkčním zařízení Konica Minolta bizhub PRO C65hc ve strojovém parku zlínské polygrafické společnosti Tigris jsme hovořili s jejími lidry Ing. Pavlem Maňáskem a Jiřím Vaňkem, majiteli tiskárny.

Kdy jste poprvé stroj viděli a vyzkoušeli?

O tom, že přijde nový typ stroje na trh, jsme věděli nějakou dobu dopředu, protože společnost Konica Minolta nás jako svého dobrého partnera o připravovaných novinkách informuje. Viděli jsme ho poprvé na jeho prvním oficiálním představení ve firemním brněnském showroomu.

Co vás na jeho parametrech a výtiscích především zaujalo?

V první řadě to byla možnost více se přiblížit přímým Pantone barvám. Jde o veliký posun oproti klasickému CMYK soutisku při simulaci Pantone, byť některé odstíny nejsou 100% stejné jako při tisku ofsetem. Někdy se přiblížíme skoro úplně, někdy tam rozdíl zůstává. Je to na konkrétním odstínu barvy. A taky o tom, jak klient barvu definuje.

Kdy jste se rozhodli stroj pořídit a jak probíhal nákup a instalace?

Jelikož se jedná o první instalaci v ČR a díky našim nadstandardním vztahům s Konica Minolta, jsme se dohodli na testovacím režimu stroje u nás, na základě kterého pak provedeme vyhodnocení. Je to jakási i zpětná vazba pro výrobce, aby byly reálné zkušenosti z praktického provozu. A ten je v naší tiskárně vskutku náročný. Přesvědčili se o tom i pánové z ústředí Konica Minolta, přímo z Tokia, když byli u nás před několika dny na návštěvě. Měli jsme si o čem povídat. Nás zajímá, kam jde technologický vývoj, kolegy z KM zase zkušenosti z reálného využívání technologie.

Co bylo impulsem rozšířit vaši (už docela širokou) nabídku o tento digitál?

V době, kdy jsme tento stroj instalovali, byla u nás akutní potřeba dalšího stroje jak z hlediska zálohy stávající kapacity expresního digitálního tisku, tak také zájmu nabídnout zase něco víc, než jen klasický CMYK. U nás se snažíme nabídnout klientům vždy něco navíc, co nás odlišuje od konkurence.

Jak stíháte tak pestrou nabídku služeb (tisk, reklamu, mailing, grafiku atd.)?

Firma je na trhu od roku 1994. Za těch více jak patnáct let v oboru jsme toho absolvovali docela

dost. Na ofsetovém tisku jsme vyrostli, jen teď promítáme tyto zkušenosti dále. Organizačně (i prostorově) jsme rozděleni na část agenturní a studiovou, a dále na část, kde se právě řeší expresní tisk. Z tohoto důvodu děláme jak pro koncové klienty, tak i pro další agentury a tiskárny. Vše je na bázi seriózního přístupu a hlavně respektu ke klientům těchto agentur.

A stíhat se to prostě musí. Znáte v naší branži jinou možnost? Naše krédo je dodržet maximálně 24hodinové výrobní lhůty u běžných zakázek a doručit vzdálenějším klientům službou Obchodní balík nebo EMS také do 24 hodin. Samozřejmě větší náklad nebo náročnější dokončovací práce (lamino, výsek, knihařina, apod.) čas dodání klientovi o něco prodlouží.

Jak řešíte marketing? Rozdíly barevnosti ukazuje leták Nový prostor pro barvu...

Snažíme se vyvarovat skutečnosti, kdy „kovářova kobyla chodí bosa“. V tisku je možnost rozšířit barevnost od „zajetého“ CMYKu k mnohem bohatšímu sRGB opravdu mimořádnou výzvou. A abychom prezentovali dobrý tisk, musíme v první řadě sami vědět, jak připravit podklady a jak tisknout. Naše marketingové materiály musí jasně ukázat, co bizhub PRO C65hc umí a co může nabídnout po stránce obsahu, grafického zpracování i studiového řemesla. Pak následuje tisk, kde byla jedním z důvodů pro volbu technologie firmy Konica Minolta právě schopnost přiblížit se vzhledově běžnému barevnému ofsetu u digitálním CMYKu, nejenom u technologie High Chroma (sRGB). Laik by rozhodně neměl poznat na pohled rozdíl od ofsetu. Tisk se neleskne, barva nedělá typickou elektrografickou vrstvu. Má-li naše studio tyto technologické možnosti, může tvořit a vymýšlet...

Co nabízíte v digitálním tisku pro běžné zákazníky (fotoknihy, oznámení apod.)?

Pro laiky v první řadě servis s přípravou, protože zde narazíme na základní neznalost technologií a postupů. Ale od toho jsme tady. Takže, pokud to lidi nechtějí „z gruntu předě-



Produkcce na stroji Konica Minolta bizhub PRO C65hc je předurčena pro barevně náročné zakázky.

lat“, třeba kvůli času, nebo cenovému navýšení, snažíme se alespoň v tisku vytáhnout z daných podkladů reálné maximum. Na „digitálu“ také lépe vychází tisk z office programů než v běžném ofsetu. Také je možnost okamžitě barevné korekce po shlédnutí prvního výtisku. To ofset nemůže. Takže teď se jedou hodně kalendáře, PF přání atd. Samozřejmě i fotobooky. Dokážeme vyrobit i publikace v malém nákladu, když si chce udělat někdo knihu pro kamarády, známé...

A co pro firmy (vizitky apod. s přímou barvou, CI manuály, obaly, vzorníky)?

Zde je rozptýl sortimentu opravdu veliký. Co nás nejvíc omezuje, je formát. Takže tiskneme všechno, co se vejde na tiskový arch (A3++). Než vyjmenovávat běžný merkantil, řeknu rovnou, že od vizitek až po krabičky či knihy. A na knihy, obzvláště ty barevné a náročné na reprodukci, se chceme specializovat v projektu s názvem Tiskový express hned od příštího roku.

Jaké máte odezvy na výraznější a sytější barevnost?

Barevnost dosažená pomocí nové patentované technologie High Chroma je větší, ale bourá doposud zavedené a zažitá postupy i návyky lidí v designu a předtiskové přípravě v tom, co je vlastně možné dosáhnout. Léta se tu všichni učili správně se trefit do pořádně udělaného CMYKu. Nechtějte hned po nich, aby se překloupili ze dne na den do sRGB. Tento systém využijete nejvíce u přímých barev, kde se používají

CI prvky jako loga, firemní barvy atd. Je velkou výhodou, že přímé barvy obsažené v gamutu bizhubu se dají přímo vytisknout v grafickém manuálu. Dnes větší část produkce tvoří prostě denní chleba všech digitálů. Budete-li chtít udělat fotografickou knihu, ano(!), máte jedinečnou možnost zde dosáhnout více barevnosti, než klasicky CMYKem, ale kdo má zrovna takový projekt rozdělaný? A hlavně, ještě ne- převedený do CMYKu. Odezva je zatím největší „v tichém dumání grafiků“.

V čem se liší návrh a příprava dat, jakých chyb se mají grafici vyvarovat?

Abych tak řekl – „zpět na stromy“. U InDesignu v první řadě přestavit prostor pro sloučení průhlednosti z přednastaveného CMYK do RGB. U ostatních software toto řešit při tisku nastavením RGB výstupu. Je jedno, jestli použijete sRGB, nebo Adobe RGB (myšleno u obrázků a fotek), hlavně je musíte používat jednotně, tedy nikdy nekombinovat. Buď vše v jednom, anebo v druhém režimu.

A největší chyba? Tradičně je to uložení PDF exportem přímo z aplikace. Daleko vhodnější je generovat PostScript s následným zhotovením PDF přes Adobe Distiller, kde vznikne opravdu mnohem kvalitnější a spolehlivější PDF. Ale to je, jako kdybych na stěnu hrách házel – vždyť víte, grafici... :)

Na obchodní aspekty nákupu, podmínky provozu a servisního zabezpečení digitálních tiskových produkčních strojů společnosti Konica

Minolta jsme se informovali u Martina Böhma, obchodního ředitele společnosti.

Jaké nabízíte pro stroj bizhub PRO C65hc smluvní a servisní podmínky?

Především záleží na tom, s jakým tiskovým pokrytím daná firma tiskne – veškeré prodeje produkčních strojů jsou „šité na míru“ zákazníkovi. Ten pak s námi uzavírá servisní a materiálovou smlouvu, ve které má ošetřeno i cenu výtisku a sám se rozhoduje, zda preferuje vyúčtování buď ve formátu A3 nebo A4 podle toho, ve kterém formátu tiskne více. Se zákazníkem řešíme dané ceny individuálně, dohodneme smluvní objem a pokud se nějak jeho produkce změní, jsme samozřejmě schopni dohodnout příslušné úpravy smlouvy.

Výhodu našich servisních a materiálových smluv vidíme v tom, že máme stroje vybaveny komunikačním modulem. Ten našemu servisnímu technikovi hlásí, v jakém stavu jsou spotřební materiály či jaké má problémy. Technik pak přijíždí v případě potřeby sám, aniž by jej bylo nutno objednat. A pokud dojde k opotřebení či poruše nějakého dílu, stroj nahlásí číslo součástky a technik přijíždí už s novým dílem. To přináší velkou optimalizaci času jak našich techniků, tak i zákazníků.

Konica Minolta prosazuje ideu, že zákazník by měl efektivně tisknout a tisknout... Starosti se strojem nebo spotřebním materiálem jdou zcela mimo něj – to je výhradně naše starost.

Rozhovor připravil V.