

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.

