



Świat **DRUKU** 20<sup>LAT</sup>  
The World of Printing

Świat **DRUKU**  
The World of Printing

**20** LAT



## Drodzy Czytelnicy i Przyjaciele,

oddajemy w Państwa ręce tę wyjątkową publikację przygotowaną z okazji jubileuszu naszego Wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o. i czasopisma „Świat DRUKU”.

To już dwadzieścia lat i trochę! Nasza spółka została zarejestrowana 22 grudnia 1992 roku, a pierwszy numer „Świata DRUKU” ukazał się w marcu 1993. W ostatnich dwudziestu latach dokonała się znacząca transformacja rynku i szybki postęp techniczny w wielu dziedzinach, w tym także w przemyśle poligraficznym, zarówno w Polsce, jak i na świecie. A ponieważ każda rocznica skłania nas do refleksji nad przeszłością, publikacja ta zawiera szkic historii naszej działalności i refleksje na temat rozwoju polskiej poligrafii autorstwa komentatorów z branży, sympatyczne listy, które otrzymaliśmy od Państwa i trochę zdjęć z naszego archiwum.

Nasze czasopismo zawsze podejmowało próby, aby prezentować możliwie szerokie spektrum zagadnień i aktualnych informacji dotyczących przemysłu poligraficznego i pokrewnych. Mieliśmy szereg okazji do spotkań z Państwem podczas różnych imprez branżowych w Polsce i za granicą. Jesteśmy bardzo wdzięczni za życzliwe zainteresowanie naszymi problemami i za współpracę. Mamy nadzieję na jej kontynuację w przyszłości – liczymy na Państwa rady i przyjacielskie wsparcie, które zawsze tak wysoko sobie ceniliśmy.

Drodzy Czytelnicy i Przyjaciele, w imieniu własnym i całego naszego zespołu chciałabym podziękować Państwu za gratulacje i życzenia. My także życzymy Państwu wszystkiego najlepszego – mamy nadzieję obchodzić z Państwem wiele kolejnych rocznic!

Nasz jubileusz jest dla mnie również okazją, aby podziękować wszystkim Pracownikom naszego Wydawnictwa, którzy pracowali tutaj w latach poprzednich i którzy są ze mną obecnie – to dzięki Wam to, co wydawać by się mogło niemożliwe, staje się możliwe. Dziękuję za Wasze wsparcie oraz zaangażowanie i życzę Wam wszelkiej pomyślności w życiu prywatnym i sukcesów zawodowych!

*Jolanta Steunele - Pruszyńska*



## Szanowni Państwo,

za nami dwie dekady redagowania „Świata DRUKU” – wydaliśmy w tym czasie ponad dwieście numerów tego pisma. W imieniu własnym i obecnych, dawnych, także i przyszłych redaktorów naszego miesięcznika chciałabym zapewnić, że robimy wszystko, aby publikowane w nim teksty były poprawne, ciekawe i wartościowe dla czytelników. Poligrafia to trudna i zarazem fascynująca dziedzina. Trudna zwłaszcza dla osób z wykształceniem humanistycznym, a do takich należą ja i wielu innych zmagających się z wyzwaniem redakcyjnym i translatorskim „Świata DRUKU”. To dobrze, że mamy wokół siebie poligrafów, którzy chętnie służą nam radą i konsultacjami. Mamy nadzieję, że nasza praca przydaje się Państwu, że sprawdzamy się jako przekaźnik wiedzy o poligrafii, o rozwijanych w jej ramach technologiach, o działalności firm i postaci z nią związanych, a także o rzeczywistości współczesnych mediów. Cieszą nas głosy z branży świadczące o tym, że często nam się to udaje.

Z okazji naszego jubileuszu życzymy sobie i Państwu wiele cierpliwości, pomyślności – i żeby świat druku, zapoczątkowany w czasach Gutenberga, nigdy nie zniknął. Póki co – nasza przygoda z polografią trwa.

*Joanna Hiziorkowa*

## Mecenas publikacji

Agfa Graphics  
 Akcydens  
 Alstor  
 Bobst  
 Emerson  
 Fujifilm  
 Goss  
 Grafikus – Systemy Graficzne  
 Heidelberg  
 manroland  
 Multifol  
 Speedmail  
 Weilburger  
 Wink

## Spis treści

Nasze 20-lecie	3
Nasz zespół	11
O polskiej poligrafii – komentarze	
<i>Jacek Hamerliński</i> – Dwadzieścia lat później	12
<i>Bernard Józwiak</i> – Dwadzieścia lat, a może wcześniej...	15
<i>Herbert Czichon</i> – Moja 50-letnia przygoda z polską polografią	16
<i>Wiesław Cetera</i> – Poligrafia to obszar wielkich zmian	17
<i>Tadeusz Chęsy</i> – Polska poligrafia – organizacja i integracja	18
<i>Wojciech Barabasz</i> – Branża fleksograficzna zabierze wiele prac technologiom konkurencyjnym	19
Dziękujemy za gratulacje i życzenia	21
<i>Andrzej Nowicki</i> – Na dwudziestolecie „Świata Druku”	30
Nasze 20-lecie – fotoreportaż	31
Reklamy Mecenasów publikacji	40-53

Wydawca: Polski Drukarz sp. z o.o.  
 Adres: ul. Obywatelska 115, 94-104 Łódź  
 tel. 42 687 12 92, 42 688 79 49, fax: 42 687 12 99

**biuro@swiatdruku.eu**

**www.swiatdruku.eu**

Dyrektor wydawnictwa: Jolanta Ziemiak-Ronke  
 Redakcja: Joanna Więckowska – z-ca redaktora naczelnego  
 Karolina Drożdż – redaktor  
 Justyna Sarna – współpraca

**redakcja@swiatdruku.eu**

Dział marketingu i sprzedaży:

Michał Jakubiszyn – marketing i reklama

Jarosław Gawel – reklama i prenumerata

**marketing@swiatdruku.eu**

**prenumerata@swiatdruku.eu**

**reklama@swiatdruku.eu**

Księgowość: Elżbieta Porczyńska

Projekt graficzny okładki:

IZABELA JURCZYK

**www.jurczykdesign.com**

Layout, skład i łamanie:

Studio Graficzne Agaty Sobiepańskiej

**www.sgas.pl**

Uszlachetnienie okładki:

MULTIFOL Janusz Kuziota Spółka Jawna

**www.multifol.com.pl**

Druk:

AKCYDENS Zakład Poligraficzny

Adam Cichocki i Synowie Spółka Jawna

**www.akcydensdruk.pl**

Papier dostarczyła firma ARCTIC PAPER POLSKA Sp. z o.o.  
 (okładka: Arctic Silk+ 250 g/m<sup>2</sup>, wewnątrz: Arctic Silk+ 115 g/m<sup>2</sup>)

**www.arcticpaper.com**

Redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń i artykułów promocyjnych oraz nie zwraca materiałów niezamówionych. Zastrzegamy sobie prawo skracania i adyustacji tekstów oraz zmiany ich tytułów. Przedrukowywanie materiałów lub ich części – tylko za pisemną zgodą redakcji.

Wspólnie tworzymy

Świat Druku  
 The World of Printing



Jolanta  
Ziemiak-Ronke



Elżbieta  
Porczyńska



Joanna  
Więckowska



Karolina  
Drożdż



Justyna  
Sarna



Jarosław  
Gawel



Michał  
Jakubiszyn

Polski DRUKARZ  
 SPÓŁKA Z O.O.

Członek  
Polskiej Izby Druku  
Członek Wspierający  
Stowarzyszenia Poligrafów Pomorskich

Sponsor Założyciel  
Fundacji Rozwoju Kadr Poligraficznych

Członek Polskiego Stowarzyszenia  
Sitodruku i Druku Cyfrowego

Członek Polskiej  
Izby Fleksografów

Partner programu  
Solidni w Biznesie

Partner Klastra  
Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie





20

# Nasze 20-lecie

To już drugi nasz okrągły jubileusz. Jesteśmy razem z Państwem już dwadzieścia lat. Wspólnie obserwowaliśmy, jak zmieniał się rynek poligraficzny zarówno w Polsce, jak i na całym świecie – widzieliśmy, jak te zmiany wpływały na rodzime przedsiębiorstwa, które wykorzystywały najnowsze zdobycze techniki, aby jak najlepiej dopasować się do ogólnoswiatowych tendencji w branży. Byliśmy z Państwem przy wprowadzaniu na nasz rynek coraz to nowych i bardziej innowacyjnych urządzeń, materiałów, rozwiązań, towarzyszyliśmy pierwszym pokazom i instalacjom, opisywaliśmy Państwa sukcesy na arenie krajowej i międzynarodowej. Spotykaliście nas na imprezach branżowych na całym świecie – wychodziliśmy Wam naprzeciw i dzięki temu staliśmy się rzetelnym i wiarygodnym źródłem informacji, zarówno dla producentów oraz dostawców urządzeń i aplikacji wykorzystywanych w całym łańcuchu produkcyjnym – w przygotowaniu, w druku i obróbce po druku, jak i dla odbiorców końcowych, którzy na naszych łamach mogli znaleźć inspirację do wykorzystania nowości w swoich firmach. Wspólnie przetrwaliśmy okres spowolnienia gospodarczego, który przyniósł dla światowego przemysłu poligraficznego wiele zmian; razem szukaliśmy i nadal szukamy odpowiedzi na pytanie, jak będzie kształtować się przyszłość branży.



W minionych dwudziestu latach przemysł poligraficzny nieustannie się zmieniał, a my zmienialiśmy się razem z nim – staraliśmy się dotrzymać mu kroku, aby dla naszych czytelników comiesięczne otwarcie „Świata DRUKU” otwierało nową furtkę do rozwoju i odnalezienia kolejnych pomysłów na biznes.

\*

Wydawnictwo Polski Drukarz sp. z o.o. istnieje od 1993 roku. Jesteśmy członkiem Polskiej Izby Druku, członkiem wspierającym Stowarzyszenia Poligrafów Pomorskich, Sponsorem Założycielem Fundacji Rozwoju Kadr Poligraficznych, członkiem Polskiego Stowarzyszenia Sitodruku i Druku Cyfrowego, członkiem Polskiej Izby Fleksografów (powstała jesienią 2012 ze Zrzeszenia Polskich Fleksografów, do którego również należeliśmy), członkiem Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych i partnerem Programu Solidni w Biznesie. Wydajemy miesięcznik branży poligraficznej „Świat DRUKU”. Czytają go właściciele firm, kadra menedżerska, pracownicy drukarni, studiów graficznych, agencji reklamowych oraz dostawcy



nowych technologii. Do współpracy pozyskaliśmy największych krajowych specjalistów w dziedzinie poligrafii. Naszym atutem jest zachowanie zdrowych proporcji między treściami informacyjnymi i reklamowymi. Miło nam, że środowisko poligraficzne to zauważa. Jesteśmy dumni z tego, że w 2006 roku „Świat DRUKU” otrzymał od Sekcji Poligrafów SIMP dyplom za aktywność w krzewieniu postępu technicznego i wiedzy z zakresu poligrafii.

Uzupełnieniem drukowanej wersji pisma jest strona internetowa [www.swiatdruku.eu](http://www.swiatdruku.eu) – nowa jej wersja, dająca możliwość oferowania atrakcyjnych treści i produktów reklamowych, została otwarta 1 stycznia 2011 roku. Mamy też „e-gazetę” – na ekranie komputera można przeglądać poszczególne wydania „Świata DRUKU”. Chętni, za opłatą, otrzymują dostęp do całych wydań lub do wybranych artykułów w wersji elektronicznej (w formacie PDF). Oczywiście wszyscy prenumerujący drukowanego czasopisma mają taką możliwość bez dodatkowych opłat. Cotygodniowo wysyłamy newsletter, dzięki którym czytelnicy mają dostęp do najświeższych informacji.

Prowadzimy także stronę internetową w języku angielskim,

z sekcjami News i Arcticles (artykuły i wywiady), w których staramy się publikować informacje dotyczące przede wszystkim rynku krajowego i Europy Wschodniej.

Jak Państwo zapewne wiedzą, nasze wydawnictwo nie tylko wydaje miesięcznik, ale powołało również „Akademię Wiedzy” – w celu organizacji konferencji, seminariów i spotkań branżowych, której zadaniem jest stymulowanie wymiany doświadczeń oraz informacji na tematy związane z branżą poligraficzną, marketingową i reklamową. W 2010 roku uruchomiliśmy portal internetowy [www.akademia-wiedzy.eu](http://www.akademia-wiedzy.eu), przedstawiający organizowane przez nas szkolenia, konferencje, seminaria i warsztaty.

\*

A oto krótki przegląd wybranych wydarzeń, które zorganizowaliśmy, lub w których wzięliśmy udział:

W 2002 roku podczas targów Poligraf-Produkt w Poznaniu odbyła się zorganizowana przez nasze wydawnictwo konferencja „Papier i inne media – zastosowania artystyczne”. Konferencja, na której swoje osiągnięcia prezentowali wybitni twórcy z całej Polski, przyciągnęła wielu gości i zyskała bardzo dobre opinie fachowców. Przez towarzyszącą

konferencji wystawę kreacji „Papierowa sfera” przewinęły się tłumy zwiedzających. W czasie targów Taropak we wrześniu 2002 dużym powodzeniem cieszyła się konferencja i wystawa „Pakosfera – Efektywne wykorzystanie opakowań w procesie budowania tożsamości marki”.

Od kilku lat w ramach Akademii Wiedzy wydawnictwo organizuje cykliczne konferencje: „Etykiety samoprzylepne – najnowsze technologie”, „Innowacyjne Opakowania”, „Tektura falista – najnowsze technologie”, „Akademia Zarządzania Barwą”, a także warsztaty: „Color Management w praktyce”, „Color Management w opakowaniach”, „Opakowania od A do Z”, „Reklama w wielkim formacie”, „Poligrafia w marketingu”. Większość z tych przedsięwzięć zorganizowaliśmy we współpracy z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi oraz z ekspertami reprezentującymi kluczowe firmy z naszej branży.

W minionych latach byliśmy także organizatorem „Szkoły mobilnego marketingu” – pokazów oklejania samochodu, pokazów drukowania na siedemnastowiecznej prasie typograficznej pod hasłem „Druk dawnych wieków”, konferencji „Opakowania przeznaczone do kontaktu z żywnością – projektowanie, druk, uszlachetnianie”, ekspozycji specjalnych, jak Magazyn Papieru i Tektury czy Poligrafia RETRO (na targach Poligrafia), konferencji „Druki zabezpieczone w produkcji poligraficznej – najnowsze tendencje”, konferencji „Dlaczego druk cyfrowy – innowacyjne rozwiązania na dziś i jutro” i „Druk cyfrowy sposobem na realizację efektywnych działań marketingowych” oraz współorganizatorem konferencji Euro-Poligrafia (wspólnie z Ośrodkiem Edukacyjnym FORUM i Centralnym Ośrodkiem Badawczo-Rozwojowym Przemysłu Poligraficznego).

Wydawnictwo sprawuje patronaty medialne nad imprezami organizowanymi przez firmy i instytucje branżowe, a także stowarzyszenia społeczne (np. akcje „Przytulanie za darmo” w 2009 i 2010 roku). Jesteśmy stałym patronem medialnym takich cyklicznych imprez branżowych, jak: seminaria poligraficzne organizowane przez Instytut Papiernictwa i Poligrafii Politechniki Łódzkiej, Konfrontacje Poligraficzne organizowane przez Stowarzyszenie Absolwentów Instytutu Poligrafii Politechniki Warszawskiej, obchody Dnia Drukarza, organizowane przez Stowarzyszenie Poligrafów Pomorskich, Ranking drukarni dzieciowych prowadzony przez miesięcznik „Wydawca”, Letnie Konferencje Poligraficzne odbywające się najpierw w Kołobrzegu, potem na Mazurach i obecnie w Krynicy Morskiej oraz Zimowe Konferencje Poligraficzne w Bukowinie Tatrzańskiej – oba cykle organizowane przez Szczecińską Agencję Edukacyjną, Międzynarodowe Targi Maszyn, Materiałów i Usług Poligraficznych Poligrafia, Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych Euro-Reklama, Międzynarodowe Targi Techniki Pakowania i Logistyki Taropak, Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego Pakfood, Międzynarodowe Targi Reklamy i Poligrafii RemaDays, targi Packaging Innovations, Targi Sprzętu Fotograficznego, Filmowego, Audio i Video, oraz najważniejszych targów zagranicznych: drupa i Ipx, viscom, Labelexpo, World Publishing Expo (dawniej Ifra).

\*

Na początku lat dziewięćdziesiątych zachodziły wielkie zmiany na rynku wydawniczym i poligraficznym, odbywały się przeobrażenia własnościowe, powstawały setki nowych firm, produkcja wzrastała, handel kwitł. To był dobry czas dla naszej branży, polski przemysł poligraficzny był w fazie dynamicznego rozwoju. I w tym też czasie, a konkretnie 29 grudnia 1992 roku, została formalnie zawiązana spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, która do tej chwili działa pod nazwą Polski Drukarz sp. z o.o. i jest wydawcą czasopisma branżowego „Świat DRUKU”. Pomysłodawcą czasopisma był Andrzej J. Gosk, właściciel firmy Scorpio sp. z o.o., która została założycielem wydawnictwa.

Pierwsza nasza siedziba mieściła się w Łodzi przy ul. Gdańskiej 121, w budynku wynajmowanym od Instytutu

Celulozowo-Papierniczego, prawie naprzeciwko Drukarni Wojskowej (przez pewien czas zresztą „Świat DRUKU” właśnie tam był drukowany). Kolejny adres, od grudnia 1999 r., to była Karolewska 54 (najpierw zajmowaliśmy mały, parterowy budynek, potem przeprowadziliśmy się do innego, większego, na pierwsze piętro). Od 2008 roku mamy siedzibę przy ul. Obywatelskiej 115 w Łodzi.

Inaugurujący „Świat DRUKU” numer ukazał się w marcu 1993 roku. Po raz pierwszy oddaliśmy go do rąk Czytelników w Poznaniu, podczas targów poligraficznych. Pismo było wówczas dwumiesięcznikiem. W artykule redakcyjnym powitała czytelników Maria Żubrzak, pierwszy redaktor naczelny. Następnym tekstem w numerze był wywiad z Adamem Grzelakiem, który kilka miesięcy wcześniej rozpoczął pierwszą kadencję prezesa powołanej właśnie Polskiej Izby Druku. Ponadto w wydaniu znalazły się m.in. artykuły: Jerzego Hoppe pt. „Kod kreskowy”, Andrzeja Hulpowskiego-Szulca „Fleksografia a polskie opakowania”, Inezy Kwiatkowskiej „Przemysł poligraficzny a środowisko naturalne” i pierwsza część tekstu Józefa Kurka „Zostań doskonałym przełożonym”. Była także prezentacja historii i dorobku Łódzkich Zakładów Graficznych oraz wizytówki kilku firm produkujących urządzenia i materiały dla poligrafii. Wśród wydarzeń odnotowano konferencję poligraficzną we Lwowie, w której uczestniczyli przedstawiciele Instytutu Papiernictwa i Maszyn Papierniczych Politechniki Łódzkiej. Na stronach poświęconych aktualnościom ze świata zaprezentowano osiągnięcia przemysłu poligraficznego w Australii, kolejne udoskonalenia w maszynach offsetowych japońskiej firmy Komori; wspomniano też konferencję i wystawę Concepts' 93 na Florydzie, podczas której omawiane były współczesne technologie obróbki obrazu i wytwarzania form drukowych.

Skład pierwszego numeru „Świata DRUKU” (wówczas pisaliśmy jeszcze: „Świat Druku”, wersję z wersalikami wprowadziliśmy kilka lat później) powstał w programie Xerox Ventura 3, w firmie Wers w Łodzi. Potem skład został związany z redakcją (w numerze





trzecim znajdujemy informację, że wykonano go z wykorzystaniem programu Aldus PageMaker 5). Od kilku lat skład i łamanie naszego miesięcznika wykonuje, w programie Adobe InDesign łódzkie Studio Graficzne Agaty Sobiepańskiej.

Pierwsze trzy numery były drukowane w drukarni Roma Print w Gdańsku Stogach, kilka następnych – w Wojskowej Drukarni w Łodzi, dalsze – w łódzkiej Drukarni Prasowej, w drukarni Firet Druk w Łodzi i w Pabianickich Zakładach Graficznych (tam drukujemy się do dziś). Na zeszyt pierwszy wykorzystany został papier dostarczony przez firmę Nitech. Papier do druku numerów drugiego i trzeciego pochodził od Jakonu. Potem stopniowo pojawiali się inni dostawcy.

Pierwszy numer liczył 56 stron. Jeszcze skromniejsza była objętość następnych: drugi 52 strony, trzeci 48. Obecnie zeszyty naszego pisma liczą przeważnie 72, 80 lub 88 stron. Zdarzało się, że liczba reklam i artykułów sponsorowanych pozwalała zwiększyć objętość wydań targowych do 120 stron (jak np. nr 3/1998 czy 3/2006), a pomiędzy kartek wysypywało się dziesięć różnych wkładek (np. nr 3/1996 złożył się i srebrzył od papierów Chromolux).

W 1993 roku egzemplarz „Świata DRUKU” kosztował 25 tys. zł, a roczna prenumerata – 125 tys. zł. Cena reklamy całostronicowej wynosiła 7370 tys. zł (450 dolarów), cena reklamy na pierwszej stronie okładki – 19 600 tys. zł (1200 dolarów). Z początkiem 1994 roku cena egzemplarza wzrosła do 40 tys. zł. Po denominacji, od stycznia 1995 roku wynosiła 4 zł. Obecnie egzemplarz kosztuje 15 zł (w tym 8% VAT).

„Świat DRUKU” był dwumiesięcznikiem przez pierwsze półtora roku swego istnienia. W winiecie numeru 4/1994 po raz pierwszy pojawiło się słowo „miesięcznik”. Jeżeli chodzi o layout pisma, poszukiwanie własnego stylu trwało kilkanaście miesięcy. Wszystkie numery pierwszego rocznika mają niebieską okładkę z wmontowaną grafiką i dzisiejszą winietę w zupełnie innych kolorach: niebieskie litery na jasnokremowym tle. Wkrótce potem zostały wprowadzone obecne „kolory firmowe” – litery bordo



na tle „piaskowym”, a następnie modyfikacji uległa winieta: dodano do niej nazwę miesiąca. Kolejną zmianą było, po kilku latach, wprowadzenie pod polską nazwą jej angielskiej wersji: The World of Printing.

Do współpracy z redakcją pozyskaliśmy największych krajowych specjalistów w dziedzinie poligrafii, naukowców i praktyków. Lista autorów jest bardzo długa i nie da się jej tu pomieścić – jesteśmy im wdzięczni, bez nich to pismo nie mogłoby istnieć, cieszymy się, że wspólnie tworzymy „Świat DRUKU”.

Jeśli chodzi o poczytność, w pierwszych latach istnienia naszego miesięcznika przebojem był cykl artykułów poświęconych wykrojnikom. W latach 1995–1997 czytelnicy gromadzili kolejne odcinki „Słownika fleksograficznego”. Potem, przez kilkanaście miesięcy, rozpoczynali lekturę od tabeli ofert giełdowych Branżowej Giełdy Wierzytelności, publikowanej na ostatnich stronach naszego miesięcznika. Najczęściej sprawdzali, czy w wykazie nie znalazła się ich własna firma... Pierwsza tabela ofert ukazała się w numerze 10/98. W kolejnych latach wielkim powodzeniem cieszyły się cykle: „Lettera Magica”, felietony psychologa, artykuły o zarządzaniu działem handlowym, artykuły o barwie, barwometrii i o tajemnicach sterowania barwą, o standaryzacji reprodukcji w druku offsetowym, o konstrukcji maszyn offsetowych i fleksograficznych, o przygotowaniu form do fleksografii i o druku flekso, publikowana w odcinkach książka na temat rozwoju mediów, relacje z organizowanych przez nasze wydawnictwo (wspólnie z partnerami) konferencji i wiele innych publikacji – nie sposób w tym miejscu przytoczyć wszystkich.

Mamy też w naszym piśmie „lżejsze” tematy, poruszane w felietonach. Pierwszy felieton ukazał się w 1999 roku – po nim kolejnych kilkanaście tekstów podpisanych A.Z. i dotyczących tematów z życia branży. Następnie wprowadziliśmy dwa inne cykle felietonów: psychologa Andrzeja Kuśmierczyka oraz specjalisty z zakresu bhp i prawa pracy Piotra Paszkowskiego. Pierwszy z cykli ukazywał się w latach 2001–2011. Teksty te zawierały







elementy komizmu, satyry, analizy zjawisk społecznych i politycznych, krytyki obyczajów i prowokacji, wielokrotnie budziły emocje – tak było w przypadku m.in. felietonów: „Korporacje – nowe plemiona”, „Dlaczego zdradzamy”, „Powszechne lęki. O lataniu” czy „Pożegnania” – kończącego się kontrowersyjnym na pierwszy rzut oka stwierdzeniem „Jak kiedyś powiedział Arnold Mindell, umieranie jest bardzo zdrowe”. Cykl drugi jest kontynuowany do dziś.

Wyodrębniony dział „Aktualności” po raz pierwszy pojawił się w numerze 4/1994. Odtąd „Aktualności” były zamieszczane zawsze na początku numeru i drukowane na papierze barwionym w masie. Początkowo były publikowane wraz z ilustracjami. Obecnie dział ten nosi krótszą nazwę: News i składa się tylko z tekstów. Przez kilka lat „Aktualności” były łamane na cztery łamy (co nie zawsze wychodziło na dobre tytułom notatek, a poza tym utrudniało czytanie). Od numeru 4/2001 mieszczą się w dwóch łamach.

W 2009 r. wprowadziliśmy nowy dział: Topics News, w którym zamieszczamy informacje związane z tematami przewodnimi danego wydania; jest to część ilustrowana.

Dział „Główny” naszego pisma zawiera artykuły z dziedzin takich jak: DTP, prepress, techniki druku,

najnowsze technologie, maszyny i urządzenia, materiały, obróbka wykończeniowa, opakowania, a także szkolnictwo poligraficzne, analizy rynku, ochrona środowiska, bezpieczeństwo i higiena pracy. Regularnie publikujemy sondaże, wywiady, relacje z targów, konferencji i innych wydarzeń w branży. W 2000 r. zagościł na naszych łamach cykl „Sylwetki”, poświęcony prezentacji pozazawodowych pasji ludzi związanych z poligrafią – miał zarówno zwolenników, jak przeciwników – w końcu zrezygnowaliśmy z niego, ale to nie znaczy, że nigdy nie powrócimy do tego modelu prezentacji.

Szczególny nacisk kładziemy każdorazowo na tematy przewodnie – inne dla każdego wydania – publikując

zazwyczaj, prócz informacji w dziale Main Topics News, kilka większych tekstów z nimi związanych. Tematy przewodnie dotyczące procesów poligraficznych, jak np. offset czy fleksografia, obejmują: technologie, maszyny, urządzenia, materiały, przygotowanie wstępne, obróbkę końcową. Niektóre z etapów procesu, np. prepress czy introligatornia, są wyszczególnione osobno i same stanowią jeden z tematów przewodnich danego numeru. Prócz tego proponujemy tematy ogólniejsze, jak np. digitalizacja procesu poligraficznego, tendencje na rynku papierniczym, projektowanie i produkcja opakowań, najsilniejsze marki na polskim rynku, poligrafia reklamowa, technologie przyszłości, rozwiązania proekologiczne. Materiały związane z tematyką przewodnią są oznaczone kolorową paginą (inny kolor w każdym wydaniu).

„Świat DRUKU” miał kilka wydań specjalnych. Pierwsze z nich ukazało się wiosną 1995 roku z okazji targów Poligrafia w Polsce i drupa w Niemczech. Był to dodatek nienumerowany, polsko-angielski; niektóre teksty zostały przetłumaczone także na język niemiecki. Co roku przygotowujemy jedno wydanie polsko-angielskie, będące wizytówką polskiej poligrafii, które jest obecne na znaczących krajowych i zagranicznych imprezach branżowych. Wydaliśmy też





specjalny, trójjęzyczny, polsko-angielsko-niemiecki numer na targi drupa 2004. Mamy w dorobku również wydanie specjalne w języku rosyjskim, „Mir Pieczati” (2003), przygotowane na targi PolygraphInter w Moskwie. Do naszego portfolio należy także publikacja „TOP. Tektura, opakowania, papier”, która obecna była na jubileuszowych, XX targach Poligrafia 2005.

W 2003 roku, podczas kwietniowych targów Poligrafia w Poznaniu, wspólnie z naszymi partnerami, klientami i sympatykami świętowaliśmy jubileusz 10-lecia. Z tej okazji wydaliśmy

okolicznościową publikację, w której prócz relacji z pierwszej dekady naszych dokonań były także listy z gratulacjami od naszych klientów.

Co roku do numeru lipcowo-sierpniowego dołączamy dodatek. Dotąd ukazały się zeszyty: „Papier, karton, tektura – tworzywa niewyczerpanych możliwości” (2004), „Świat farb i lakierów – nieograniczone pole dla wyobraźni” (2005), „Barwy świata, barwy druku – zarządzanie barwami w poligrafii” (2006), „Poligrafia przyszłości” (2007), „Gwiazdy targów drupa 2008 (2008), „Poligrafia – branża przyjazna środowisku” (2009), katalog

„Poligrafia w twoim regionie” (2010, 2011), „Gwiazdy targów drupa” (2012).

W latach 2000–2003 w piśmie publikowaliśmy teksty autorstwa znanego typografa, grafika i projektanta Krzysztofa Tyczkowskiego pod wspólnym tytułem „Lettera Magica”. Teksty te były również zebrane w trzech częściach w dodatkach specjalnych do miesięcznika, opublikowanych kolejno w latach 2001, 2002 i 2003. W dobie, gdy coraz więcej osób ma dostęp do coraz doskonalszych narzędzi projektowania, poświęcenie specjalnego zeszytu zagadnieniom typografii okazało się wydawniczym strzałem w dziesiątkę. Zeszyty „Lettera Magica” rozchodziły się błyskawicznie. Zainteresowanie, jakie publikacje te wzbudziły wśród czytelników, skłoniło nas do wydania całości w formie książkowej. Przewodnik po sztuce typografii, w twardej oprawie, wydany w 2005 i wydrukowany przez Łódzką Drukarnię Dziełową, jest wciąż w ofercie naszego wydawnictwa i do dziś przychodzi do nas zamówienia na tę pozycję.

W kwietniu 2002 roku wydaliśmy dodatek „Reklama” przygotowany pod kątem targów Poligraf-Produkt i Euro-Reklama w Poznaniu. Był to pierwszy krok wydawnictwa





w kierunku poszerzenia tematyki publikacji, a gdy się powiedziało „a”... Na kolejne trzy edycje targów Euro-Reklama przygotowaliśmy magazyn poświęcony zagadnieniom reklamy, marketingu i public relations nadając mu tytuł „Świat Reklamy” (2003, 2004, 2005). Natomiast w kwietniu 2006 roku Polski Drukarz wydał pierwszy numer dwumiesięcznika pt.: „Pro-KREACJA” (reklama, media, marketing), który kontynuował i rozwijał tematykę „Świata Reklamy”. „Pro-KREACJA”, z nowoczesnym, kolorowym layoutem, była adresowana do pracowników agencji reklamowych i PR, domów mediowych, działów marketingu, oraz do wszystkich osób zainteresowanych tymi obszarami. W czasopiśmie była obecna tematyka dotycząca fotografii i grafiki reklamowej, najciekawszych kampanii marketingowych i najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych służących uatrakcyjnieniu przekazów marketingowych, psychologii i języka reklamy. Pismo zawierało informacje o aktualnych wydarzeniach branżowych, nowościach wydawniczych z dziedziny reklamy, marketingu i PR. Pierwszy numer „Pro-KREACJI” był dystrybuowany podczas targów Euro-Reklama w Poznaniu i podczas V Ogólnopolskiego Kongresu



Public Relations w Rzeszowie. Ponadto magazyn trafił w wysyłce docelowej do agencji reklamowych i PR, domów mediowych oraz do działów marketingu większych firm. Od drugiego numeru czasopismo było dostępne w wolnej sprzedaży w salonach prasowych EMPiK i RUCH oraz w prenumeracie. Pierwszy rok działalności „Pro-KREACJI” to pięć numerów magazynu oraz dodatek w języku rosyjskim w postaci biuletynu informacyjno-reklamowego na Targi Advertising&Media we Lwowie. W 2007 roku wyszło sześć numerów dwumiesięcznika, w 2008 kolejne sześć i dwa dodatki tematyczne: do

nr 1/2008 – „Upominki reklamowe”, i do nr 5/2008 – „Outdoor Indoor. Nowa Komunikacja”, jako wydanie polsko-angielskie. 2009 rok to ponownie sześć numerów „Pro-KREACJI” i dodatek tematyczny: „Outdoor/Indoor”, łączony grzbietem z nr 6/2009. W marcu 2009 zostały zmienione logo, winieta i szata graficzna magazynu, nieco przemodelowana także jego zawartość merytoryczna. Pierwszy numer czasopisma z nowym logo został wydany na targi Euro-Reklama 2009. Zmianie uległa też częstotliwość wydawania „Pro-KREACJI” – z dwumiesięcznika na miesięcznik, od pierwszego numeru (styczeniowego) 2010 roku. Niestety, zmiany te nie pomogły czasopismu w utrzymaniu się na rynku, który, w dobie kryzysu, okazał się zbyt trudny dla młodego czasopisma o takim profilu. Miesięcznik wychodził w 2010 roku do wydania łączonego (7/8) z dodatkiem „Outdoor/Indoor”. Z dniem 1 września została zawieszona działalność związana z tym tytułem. Numer 9/2010 magazynu był ostatnim. Tę przygodę edytorską możemy podsumować aforyzmem Paulo Coelho: „Trzeba umieć walczyć o swoje marzenia, ale trzeba też wiedzieć, które drogi są nie do przebycia i zachować siły na przejście innymi ścieżkami”.



Ogłoszenia reklamowe na łamach naszego miesięcznika jednych przyciągają pomysłowością i kolorami, innych natłok reklam odpycha. Jedni szukają w reklamach kontaktu do producentów czy dystrybutorów, innym przeszkadzają one w lekturze tekstów. Dbamy o to, by zadowolić jednych i drugich. Różnorodność reklam drukowanych w numerze oraz wkładek i wkładek jest bardzo duża: było już tłoczenie srebrem i złotem na okładce (mocno uciierpiała reklama na odwrocie), były wklejki wykonane z materiałów pokryciowych do produkcji okładek, były wykroje pudełek do składania, wkładki z papierów samoprzylepnych, z etykietowych papierów metalizowanych oraz wklejone na stronę mrugające hologramowe oko. Jedną z oryginalniejszych wkładek była tekturowa podkładka pod szklanę. Do najatrakcyjniejszych wkładek należały podkładka pod myszkę komputerową, trójwymiarowa podkładka z motylem (mogła być pod kubek) czy wkładka z papieru magnetycznego Magnecote. W grudniu 2001 świątecznemu wydaniu „Świata DRUKU” towarzyszył nasz reklamowy CD-ROM, w którym prócz oferty firm z branży m.in. przedstawiliśmy zespół wydawnictwa.

Czytelnicy od dawna przyzwyczajeni są, że otrzymują „Świat DRUKU” regularnie – nasz cykl wydawniczy zakłada, że jest to koniec miesiąca. Jednak na początku naszej działalności pojawiały się problemy. Zła przygoda spotkała jedno z pierwszych wydań – prawie gotowy numer „zniknął” z komputera, a kopii bezpieczeństwa nie było. Z kolei lipcowy numer z 1996 roku trafił do rąk czytelników dopiero we wrześniu. Przyczyną była poważna awaria maszyny w Drukarni Siostr Loretanek w Rembertowie, gdzie nasz miesięcznik był wówczas drukowany. Przyczyną awarii zaś – uderzenie pioruna w budynek zakładu krótko przed rozpoczęciem drukowania. Na skutek uszkodzenia w układzie elektrycznym pięciokolorowa maszyna Miller odmówiła posłuszeństwa.

Przebieg trwał około czterech tygodni. Polscy specjaliści nie zdołali usunąć awarii. Zrobił to dopiero przybyły w tym celu z Niemiec serwisant producenta.

Teraz takie historie już się nie zdarzają. Długie terminy oznaczają utratę klientów. Liczy się czas, szybkość procesów produkcji, czemu sprzyja postępująca informatyzacja i automatyzacja. Niektóre redakcje pamiętają jeszcze wyklejanie makiety na papierze, sprawdzanie ozalidów przyniesionych z drukarni... Obecnie mamy komputery, skład cyfrowy, technologię CtP. Warto tu przypomnieć, że byliśmy jednym z pierwszych w Polsce czasopism poligraficznych drukowanych w technologii z komputera na płytę (pierwszy numer z wykorzystaniem CtP ukazał się w październiku 2002 roku).

Ukazujemy się zatem regularnie i głównie regularnie prezentujemy się na targach. Co roku jesteśmy obecni w Poznaniu, swoje ekspozycje mieliśmy też na krajowych targach poligraficznych, poligraficzno-reklamowych i reklamowych w Warszawie, Krakowie, Łodzi, Lublinie, Bydgoszczy. Przedstawiciele redakcji odwiedzają międzynarodowe targi poligraficzne w wielu krajach Europy, a bywa, że i poza naszym kontynentem. „Świat DRUKU” był oficjalnym partnerem medialnym największych targów poligraficznych drupa 2008 i drupa 2012. Byliśmy obecni na wielu imprezach targowych, m.in. drupa w Düsseldorfie, Ecoprint w Berlinie, Embax w Brnie,

#### Redaktorzy naczelni

1993–1994 Maria Żubrzk

1994–1995 Marek Jakubowski

1995–1998 Andrzej Gębarowski

1998 Elżbieta Sokołowska

1998–2005 Elżbieta Włodarczyk

Od września 2005 obowiązki redaktora naczelnego pełni Jolanta Ziemiak-Ronke.



Fespa w Berlinie i Monachium, Grafitalia w Mediolanie, Ifra Expo w Wiedniu, Ipx w Birmingham, Labelexpo w Brukseli, PolygraphInter w Moskwie, Print w Chicago, World Publishing Expo w Berlinie i innych. Na zlecenie Stowarzyszenia Sitodruku i Druku Cyfrowego przygotowaliśmy specjalny Katalog Polskiego Pawilonu „Print with us” na targi Fespa 2007.

\*

Już dwie dekady jesteśmy z Państwem. Szukamy nowych tematów, nowych form aktywności, realizujemy coraz to nowe przedsięwzięcia. Dziękujemy wszystkim naszym czytelnikom autorom, klientom, dostawcom, przyjaciółom i znajomym, a także byłym pracownikom i współpracownikom za wieloletnią współpracę! Potrzebujemy dalszej Państwa obecności, współdziałania z nami – bo, parafrazując sentencję: nikt nie jest samotną wyspą, nikt nie walczy sam. Jakiegokolwiek byłyby jego zamiary, zawsze potrzebuje innych ludzi\*.

Dziękujemy za nadesłane gratulacje i życzenia. My także życzymy Państwu wszelkiej pomyślności, mając nadzieję, że będziemy razem jeszcze przez długie lata.

Redakcja

\* Paulo Coelho

(opr. JW, z wykorzystaniem tekstu E. Włodarczyk „Nasz pierwszy jubileusz”, zamieszczonego w naszym wydawnictwie okolicznościowym „Świat DRUKU” 1993–2003)



**JOLANTA ZIEMNIAK-RONKE**

właściciel i prezes zarządu Polski Drukarz sp. z o.o., dyrektor wydawnictwa i redaktor naczelny „Świata DROKU”; pracuje w wydawnictwie od 2001 roku.

**JOANNA WIĘCKOWSKA**

zastępca redaktora naczelnego, w wydawnictwie od 2000 roku.

**JAROSŁAW GAWĘŁ**

menedżer ds. klientów kluczowych (Key Account Manager), w wydawnictwie od 2003 roku.

**MICHAŁ JAKUBISZYN**

menedżer ds. marketingu (Marketing Manager), w wydawnictwie od 2005 roku.

**KAROLINA DROŹDŹ**

redaktor, w wydawnictwie od 2011 roku.

**JUSTYNA SARNA**

redaktor w latach 2008–2011, obecnie stały współpracownik.

**ELŻBIETA PORCZYŃSKA**

księgowa, pracuje w wydawnictwie od 1999 roku.



## Dwadzieścia lat później

Jacek Hamerliński

**T**ak się składa, że i ja zaczynałem swoją przygodę z poligrafią mniej więcej dwadzieścia lat temu. To był świat zupełnie inny – drukarnie (Zakłady Graficzne) były przedsiębiorstwami państwowymi, PostScriptowa naświetlarka filmów była cudem techniki, a wielozespołowe maszyny drukujące – kosztowną ekstrawagancją. Większość książek wysokiej jakości drukowano wtedy na Słowacji lub w Hongkongu. Dziś trudno sobie też wyobrazić, że nie było Internetu, a telefony komórkowe dopiero raczkowały – pierwsze dostępne egzemplarze kosztowały krocie i były wielkości małej walizeczki... Z drugiej strony jednak telewizja nadawała filmy zamiast reklam, a gazety i czasopisma dało się jeszcze czytać zamiast oglądać. Skądinąd nikt zresztą nie zwracał wówczas specjalnej uwagi na estetykę i opracowanie graficzne wydania książki popularnej – zdarzały się książki złożone Courierem z ręcznymi korektami (drukowane z fotografii maszynopisu?), albo złożone w Chiwriterze (czy ktoś pamięta taki edytor tekstu?) Polskie znaki w tekstach komputerowych sprawiały mnóstwo problemów, ponieważ istniały trzy popularne, za to wzajemnie niezgodne standardy ich kodowania.

Choć w pewnych wydawnictwach skład komputerowy był już stosowany w latach 80. XX wieku, to jednak jego szerokie upowszechnienie dopiero się zaczynało. Z tego względu większość prac trzeba było przepisywać z maszynopisu (albo wręcz z rękopisu). Przy czym skład komputerowy niekoniecznie musiał oznaczać systemy DTP – równie popularne były przecież w niektórych drukarniach (bo przygotowanie było wówczas częścią drukarni!) systemy typu Cyfroset, a w największych działały maszyny do fotoskładu albo skanowania oryginałów i tworzenia analogowej kopii na filmie. Żadna drukarnia offsetowa nie mogłaby sobie poradzić bez montażu filmów oraz fotoreprodukcji. W niektórych

nawet presensybilizowane płyty offsetowe były wówczas nowością – powszechnie stosowano przecież wirówki do przygotowania emulsji światłoczułej, wlewane na blachę cynkową bądź aluminiową. Drukowanie wielobarwne było rzadkością – większość czasopism barwnych drukowano wówczas w technice wkłesłodrukowej; notabene żadna z ówczesnych drukarni tego typu już nie istnieje...

Czy ktoś pamięta, że format PDF też ma dwadzieścia lat? Ale na początku był to format wyłącznie prezentacyjny; w tamtych czasach w przygotowalni korzystano się wyłącznie z PostScriptu (dobrze, jeśli Level 2), mozolnie obliczając, w jakiej rozdzielczości trzeba naświetlić film, aby dało się wydrukować zdjęcia z rastrem 133 linie na cal. Anglosaskie miary także do nas przysły wraz z DTP – większość drukarzy liniaturę określała wówczas (starzy drukarze robią to do dziś) w liniach na centymetr. Podobnie zresztą PDF, też nie od razu przedarł się do poligrafii, bo dopiero jego wersja 3 została uznana za wystarczająco uniwersalną, aby około roku 1996–97 trafić do systemów poligraficznych.

Komputer, na którym dwadzieścia lat temu przygotowywano prace do druku, miał moc obliczeniową mniejszą niż dzisiejszy tablet (mógł mieć też podobnej wielkości 9-calowy ekran), ale działały na nim Adobe Photoshop (wersja 2) i Illustrator (wersja 3) oraz np. QuarkXPress (wersja 3). Komputery pracowały w sieci opartej na okablowaniu telefonicznym, co w zupełności wystarczało. Jakim wielkim wyzwaniem technologicznym okazywały się wtedy filmy odtwarzane w minirozdzielczości 160 na 120 pikseli! Jak wiele pracy szło na marne, gdy ktoś zapomniął dołączyć fontów do pliku PostScript albo nie załadował ich do pamięci drukarki czy naświetlarki! A jak wiele czasu trwało oczekiwanie na to, kiedy pasek postępu procesu

rasteryzacji dojdzie do 100%! (bywało, że po sześciu godzinach wyskakiwał błąd braku pamięci...) Wówczas komputery w poligrafii były równie egzotycznym i tajemniczym bytem, jak dziś systemy wyszukujące w Internecie osoby dzięki rozpoznawaniu twarzy. Na marginesie: pierwsze systemy fotografii cyfrowej właśnie wtedy raczkowały i nikt nie wierzył, że film fotograficzny może być kiedyś zbędny – stąd olbrzymia popularność skanerów do slajdów i negatywów. Czy dziś jeszcze z nich korzystamy?

Nie tylko procesy technologiczne, ale i materiały stosowane w ówczesnych drukarniach były inne niż dziś. Oprawa prosta (klejona) korzystała w najlepszym razie z klejów termotopliwych, przez co wiele ówczesnych książek dziś nie nadaje się już do czytania – stanowią bowiem luźny zbiór kartek. Nikt najpewniej nie zakładał, że będą one potrzebne tak długo, ponieważ papier też często żółkł i wyglądał jakby miał ze sto, a nie dwadzieścia lat. Trzeba jednak pamiętać, że wówczas papier produkowały polskie firmy... Produkowano zresztą nie tylko papier, ale i farby graficzne, jak też wiele środków pomocniczych. Dziś po takiej produkcji pozostały głównie wspomnienia – jeśli wejdziemy do dowolnej drukarni, zobaczymy na paletach, beczkach i puszkach etykiety największych światowych dostawców, tych samych, co w innych krajach.

Dwadzieścia lat temu nikt jeszcze nie myślał, że drukowanie cyfrowe może w ogóle nadawać się do celów „prawdziwej” poligrafii. W 1993 na targach Ipx pokazano pierwsze maszyny Indigo (jeszcze nie HP) i Chromapress (robiony przez Xeikona dla Agfy). Stanowiły wówczas niewiele więcej niż ciekawostkę. Historia zatacza koło: Benny Landa dziś znów ma pomysł, który powinien zrewolucjonizować poligrafię. Po drodze jednak nie doszło do zmarginalizowania klasycznych technologii drukowania, co jeszcze

w roku 2006 było niemal dogmatem: szefowie firmy Xerox zakładali, że do roku 2014 drukowanie będzie odbywało się na takich maszynach, jakie najlepiej spełniają wymagania danego zamówienia klienta, który w ogóle nie będzie nic wiedział o technologii. Ciągłe jest to utopia – ciągle trzeba inaczej przygotować pracę dla fleksografii i dla drukowania cyfrowego, choć coraz częściej kontrola i dobór odpowiednich ustawień należy do programów komputerowych. Drukowanie cyfrowe wyparło za to analogowe systemy sporządzania wydruków próbnych, jak też zdominowało niemal całkowicie rynek reklamy zewnętrznej; zapewne nikt nie wyobrażał sobie dwadzieścia lat temu, że potężne maszyny drukujące na podłożu ośmiometrowej szerokości można będzie zasilać danymi cyfrowymi.

Trzeba jednak dla porównania przypomnieć także rozwiązania, które wyglądały obiecująco, ale stały się szybko niepotrzebne. Maszyny drukujące DI (z naświetlaniem form w maszynie), skanery do skanowania wyciągów barwnych i rekombinacji danych do naświetlania, poliesterowe formy offsetowe do drukowania niskonakładowego – dziś to wszystko możemy traktować jako technologie przejściowe, odchodzące w przeszłość na równi z gorącym składem. Skanowanie przestało być potrzebne, gdy wszystkie potrzebne zdjęcia i dane zaczęto przechowywać w postaci cyfrowej. Podobnie też przestało się opłacać archiwizowanie form offsetowych, bo szybciej i taniej można dziś naświetlić nową formę wprost z danych cyfrowych. Offsetowe formy fotodyfuzyjne (srebrowe), dobre, choć kapryśne, nie wytrzymały w końcu konkurencji technologii termicznych i fotoutwardzalnych (polimerowych) – tym bardziej, że pojawiły się rozwiązania ograniczające potrzebę obróbki chemicznej po naświetleniu. Specjalizowane, zamknięte systemy cyfrowej przygotowalni ustąpiły też miejsca systemom otwartym,

pozwalającym na łatwą komunikację pomiędzy poszczególnymi urządzeniami i współpracę z rozwiązaniami pochodzącymi od różnych dostawców. Po drodze pojawiły się nawet różne pomysły na standaryzację takiej współpracy – jednak format JDF, który nawiasem mówiąc ma już ponad 10 lat, także nie zawojował jeszcze świata: korzysta z niego niewiele ponad 1 procent firm poligraficznych.

Już dwadzieścia lat temu pojawiły się pierwsze obawy o upadek sztuki drukarskiej: skoro każdy mógł w własnym domu złożyć i wydrukować broszurę, czy potrzebna była jeszcze wiedza poligraficzna? Pod koniec lat 90. zewsząd słychać było narzekania na niską jakość pracy „domorośłych” specjalistów, wspomaganym przypadkowymi ustawieniami automatycznej obróbki w programach graficznych oraz bezmyślnym kopiowaniem zasobów z Internetu (bez zastanowienia się, jak zamienić przestrzeń barw RGB na CMYK). Właściwie dzisiaj takie obawy i narzekania powinny być powszechne – na szczęście rozpowszechnienie standardu PDF pozwoliło także na rozpowszechnienie standardowych metod kontroli pracy przed drukowaniem (preflight), a wiedza o zarządzaniu barwą jest konieczna do prawidłowego korzystania z cyfrowych wydruków próbnych czy softproofingu. Na szczęście także procesy przygotowania do druku po początkowej rewolucji związanej z DTP zaczęły powoli wracać do drukarni – dziś jednak coraz chętniej korzysta się z narzędzi do współpracy zdalnej i przesyłania plików przez Internet.

Internet, który dwadzieścia lat temu służył informatykom do wymiany poczty elektronicznej w postaci tekstowej, dziś już zrewolucjonizował komunikację w takim stopniu, że zagraża poligrafii jako metodzie wytwarzania nośników informacji – obecnie mamy już telefony służące do czytania książek

i przeglądania serwisów z bieżącymi wiadomościami. Co jakiś czas ogłasza się kolejny nieprzekraczalny termin śmierci klasycznych gazet i czasopism, choć podobnie jak wszystkie inne media, raczej nie zginą one, lecz zajmą własną niszę – tak jak teatr, kino i telewizja. Szeroka dostępność informacji online sprawia także, że coraz rzadziej sięgamy po publikacje encyklopedyczne i katalogi – miejsce Encyclopedia Britannica zajęła dziś Wikipedia, a w miejsce katalogów chętniej korzystamy ze sklepów internetowych czy porównywarek cen. Ale nie oznacza to wcale, że klasyczna książka nie jest już wcale potrzebna – skoro tak, to nadal trzeba rozwijać technologię oprawy dziełowej, w tym także dla niskich nakładów (bo nagle potrzebujemy całkowicie nowego produktu: albumu z własnoręcznie wykonanymi fotografiami cyfrowymi...)

Dwadzieścia lat temu praca w poligrafii była na pewno trudniejsza niż dziś. Jednak dwadzieścia lat później nadal potrzebna jest wiedza – i to wiedza nie tylko w zakresie chemii bądź mechaniki, ale coraz częściej informatyki, elektroniki, języków obcych (bo jak inaczej sprawdzić, czy prawidłowo wydrukowaliśmy zlecenie dla zagranicznego partnera?), zarządzania jakością i ekologii. A jednocześnie trzeba pamiętać, że poligrafia to nie tylko media – to także, a może nawet przede wszystkim, technika wytwarzania. Drukowanie etykiet IML to już bardziej przemysł niż „czarna sztuka”, a przecież maszyny drukujące mogą służyć nie tylko do drukowania etykiet: na tej samej folii można wydrukować baterię, czujnik temperatury, ogniwo słoneczne czy tranzystor. Dwadzieścia lat temu kolorowy monitor komputerowy był ekstrawagancją, stosowaną głównie przez profesjonalistów – dziś gotowe są technologie produkcji ekranów elastycznych i e-papieru. Personalizowana reklama zewnętrzna z użyciem elastycznego ekranu i telefonu komórkowego z modułem Near Field Communication (NFC)

technicznie mogłaby zostać zrealizowana już dziś. W takiej rzeczywistości być może poligrafowie sprzed dwudziestu lat nie potrafią się już odnaleźć. Ale wizja, że człowiek nie będzie już do niczego potrzebny, ciągle jakoś nie może się sprawdzić.

Bo w istocie za tymi wszystkimi zmianami stoją ludzie. Tacy ludzie jak Steve Jobs, którzy potrafili zrewolucjonizować rynek elektroniki konsumenckiej – ale i tacy jak Benny Landa, który ciągle przecież wierzy, że drukowanie ma przyszłość. I że nadal będzie polegać na precyzyjnym nanoszeniu farby na papier, który potem ktoś będzie musiał przekształcić w gotowy wyrób. Także wielu mniej lub bardziej anonimowych innowatorów – zawdzięczamy im choćby ciągle doskonale oprogramowania poligraficznego, narzędzi pomiarowych i metod kontroli jakości. A przede wszystkim całe rzesze odbiorców i użytkowników: opakowania z nadrukiem ciągle są potrzebne, podobnie jak książki, ulotki i wizytówki. Nawet jeśli ich produkcja wygląda całkiem inaczej niż dwadzieścia lat temu, to jednak rola tych wyrobów nie uległa zmianie i zapewne także nie zmieni się w ciągu kolejnych lat. Opakowanie inteligentne zadrukowane nanofarwą i zawierające czujnik mierzący stan wyrobu zapakowanego ciągle musi powstać w takich samych procesach jak kiedyś. Wprawdzie oznacza to, że poligrafia wciąż jeszcze musi się zmieniać, tak jak zmieniała się przez te dwadzieścia lat – ale zmiany takie nie spowodują, że będzie to zupełnie inny rodzaj przemysłu niż dziś. A warto przy okazji pamiętać, że książek nie drukujemy już w Hongkongu, wręcz przeciwnie – to do nas trafiają zlecenia z innych krajów; polscy drukarze i polskie drukarnie nie odstają od światowej czołówki. To także zasługa ludzi, którzy przez te dwadzieścia lat decydowali o obliczu i kierunkach zmian polskiej poligrafii.

**Jacek Hamerliński**



# Dwadzieścia lat, a może wcześniej...

...Zaczęła się era cyfrowa w poligrafii, która najpierw była błogosławieństwem, a wielu wieszczy, że może stać się przekleństwem poligrafii. Zmiany w poligrafii w ostatnim dwudziestoleciu przebiegały w kilku płaszczyznach, miały różny zakres oraz dynamikę, ale cyfryzacja, moim zdaniem, jest najważniejsza i najbardziej brzemienna w skutki.



Komputery, informatyka, automatyzacja, a w szczególności cyfryzacja spowodowały, że poligrafia zmieniła się w ostatnim okresie pod każdym względem. Inne są: technologia, technika, materiały, kompetencje pracowników, jakość, organizacja współpracy pomiędzy uczestnikami procesów wydawniczo-poligraficznych, pracy w samej drukarni itd. Obszarem, w którym „zaczęło się”, był obszar szeroko rozumianej przygotowni. Rozwój systemów DTP spowodował likwidację „składu gorącego”, a w polskich drukarniach rozbudowane wcześniej działy przygotowni form drukowych skurczyły się do kilku osób.

Proces zmian nastąpił w całej poligrafii światowej, nie tylko polskiej – tu nawet opóźnienie było niewielkie. To, co było uznawane wcześniej za profesjonalne, nagle okazało się zbędnymi umiejętnościami. Całe zastępy fachowców będących elitą zawodu poligrafa, o specjalnościach: zecer, linotypista, montażysta, fotograf reprodukcyjny, retuszer, maszynista typograficzny, przestali być potrzebni w drukarniach. Pojawiła się potrzeba nowych zawodów związanych z fotoskładem, później technologią CtP, montażem elektronicznym, drukiem cyfrowym itd. Nie wszyscy pracownicy z racji wieku i przywykłych zawodowych nadawali się do przeszkolenia lub chcieli brać udział w uczeniu się nowych umiejętności. Pojawiła się luka kompetencyjna oraz braki ilościowe wyszkolonej kadry. Nowe rozwiązania zwiększały wydajność pracy, ale przez pewien czas dobrzy fachowcy w przygotowni byli na wagę złota.

A potem cyfryzacja poszła dalej, do druku, zmieniając maszyny i organizację, pojawiło się słowo wytrych – innowacja. Wszystko musiało być innowacyjne – pomocna była możliwość korzystania z dofinansowania unijnego po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. W pierwszym okresie funkcjonowania różnego rodzaju programów unijnych to firmy poligraficzne uzyskały najwięcej dofinansowania na podstawie składanych wniosków. W kolejnych latach programy wspierały innowacyjne rozwiązania, a polskie drukarnie wyposażyły się w najnowocześniejsze technologie cyfrowe.

Ale zawsze jest „coś za coś”. Cyfryzacja w szybkim tempie „minęła” polografię i weszła do innych mediów z produktami, które do tej pory były uznawane za poligraficzne. Dotyczy to przede wszystkim książek, czasopism i gazet. Spowodowało to kłopoty drukarni i dużą niepewność co do dalszego losu poligrafii – nie tylko w Polsce, ale i na świecie. Polska poligrafia przeżywa te same problemy i dylematy związane ze spadkiem czytelnictwa oraz rozwojem e-mediów.

Mam nadzieję, że za dwadzieścia lat napiszę kolejny komentarz w podobnym tonie, tylko z innym znaczącym w mijającym okresie czynnikiem. Wierzę, że będzie to dalszy ciąg rozwoju poligrafii, polskiej poligrafii.

**Bernard Jóźwiak**

# Moja 50-letnia przygoda z polską poligrafią

**L**ata 50. ubiegłego wieku dla polskiej poligrafii były bardzo trudne. Stosowano technologie przedwojenne, a ze względu na ograniczenia importu brakowało wielu materiałów do produkcji. Należało więc w własnym zakresie opracować potrzebne materiały i uruchamiać ich produkcję. W wielu zakładach strzeżono technologii. Tuż po zatrudnieniu zapytałem fotografa o skład chemiczny stosowanego wywoływacza. Odpowiedział, że skład zna tylko majster, który wywoływacze przygotowuje przy zamkniętych drzwiach. Bardzo był zdziwiony, gdy przyniosłem mu wywoływacz przygotowany w laboratorium zakładowym – lepszy i wydajniejszy. Wtedy uruchomiłem w Bydgoskich Zakładach Fotochemicznych produkcję tego wywoływacza – w postaci proszku był dostarczany do zakładów. (...)

Do kopiowania używano warstw z gumą arabską i dwuchromianem amonowym. Roztwór gumy arabskiej był stosunkowo nietrwały, więc przygotowywano go w poszczególnych zakładach. W wyniku przeprowadzonych badań opracowałem metodę zwiększenia trwałości roztworu gumy arabskiej i uruchomiłem jego centralną produkcję. Roztwór ten oraz roztwór wywołujący i zatrawiający produkowano przez wiele lat. Równocześnie ustaliłem optymalny skład lakieru offsetowego, który znacznie podwyższył wysokość nakładów uzyskanych przy jego stosowaniu. Technologia ta została wyparta dopiero przez aluminiowe płyty presensybilizowane w latach 80. Po przemysłowym uruchomieniu produkcji tych płyt okazało się, że offset jest tańszy, szybszy i bezpieczniejszy, na dodatek umożliwia uzyskanie



odbitek o podobnej jakości jak przy drukowaniu wypukłym. Technologia offsetowa całkowicie zastąpiła druk wypukły z form metalowych. W tej sytuacji podjęliśmy prace nad uruchomieniem produkcji polskich płyt presensybilizowanych. Razem z dr M. Czichon opracowaliśmy dwie nowe warstwy światłoczułe do kopiowania pozytywowego i negatywowego; wraz z inż. Bartnickim i Zespołem „Silesii” wdrożono je do produkcji przemysłowej metodą arkuszkową. Produkcję tych płyt przerwało dopiero otwarcie się rynków zagranicznych.

(...) Technologia fleksodrukowa w latach 50. była stosowana zaledwie w kilku zakładach w Polsce. Formy drukowe wykonywano przez matrycowanie form wypukłodrukowych, a z wykonanych matryc wykonywano formy gumowe metodą tłoczenia w podwyższonej temperaturze. Proces był stosunkowo długotrwały, jakość wykonanych form nie była zbyt wysoka, a stosowane farby anilinowe miały niską światłotrwałość.

Przełom nastąpił wraz z wprowadzeniem w latach 70. form fotopolimerowych, które umożliwiły drukowanie wielobarwne z form rastrowych, co zapoczątkowało ogromny skok jakościowy. Pojawiły

się coraz to lepsze płyty fleksodrukowe. Szeroko wprowadzono cylindry dozujące, które na swej powierzchni mają małe wgłębienia o jednakowej objętości, umożliwiające równomierne przekazywanie farby na formy drukowe. Poprawiono też jakość farb, zwiększając ich przyczepność i światłotrwałość. Wprowadzono tuleje, pozwalające na szybkie przygotowanie maszyny do drukowania kolejnego nakładu, a także zamknięte komory rakłowe, które ograniczają parowanie rozpuszczalników, umożliwiając uzyskanie odbitek o powtarzalnej jakości.

Na targach drupa 95 przedstawiono po raz pierwszy laserowo-fotochemiczną technologię od komputera do formy drukowej, w roku 2000 wprowadzono technologię bezpośredniego grawerowania fleksodrukowego. Maszyny fleksodrukowe są obecnie w dużym stopniu zautomatyzowane, umożliwiają drukowanie z niewielkim dociskiem („kiss printing”), co pozwala na uzyskiwanie odbitek o wysokiej jakości. Rosnące zapotrzebowanie na opakowania przy intensywnym postępie technicznym doprowadziło do szybkiego rozwoju fleksodruku. Obecnie w Polsce jest już ponad 300 zakładów fleksodrukowych, specjalizujących się zwłaszcza w opakowaniach.

(...) chciałbym zaznaczyć, że mimo czarnych przepowiedni, które już od wielu lat mówią o spodziewanym upadku poligrafii, obserwuje się wciąż jej rozwój i nowe zastosowania, np. do wykonywania elementów elektronicznych. Bardzo jestem ciekaw, co nowego jeszcze mnie w poligrafii zaskoczy.

**Herbert Czichon**

(dłuższa wypowiedź prof. Czichona na temat zawarty w tytule – w wydaniu 5/2013 „Świata DRUKU”)

# Poligrafia to obszar wielkich zmian

**P**rzez czterdzieści pięć lat PRL-u poligrafia była branżą reglamentowaną. Po nacjonalizacji zakładów drukarskich, wprowadzenie cenzury stało się kolejną barierą narzuconą prywatnej przedsiębiorczości drukarzy. Niemniej jednak poligrafia w PRL-u miała się nieźle. Jej stosunkowo dobra kondycja była pochodną zwiększających się nakładów drukowanych wydawnictw. Bez wątplenia był to okres, kiedy książki „trafiły pod strzechy”. Były to wprawdzie publikacje, które wcześniej starannie przeczytała cenzura, jednak ich lektura miała swój udział w likwidacji przedwojennego analfabetyzmu. Książki stały się trwałym elementem polskiej edukacji. Z drugiej strony, poligrafia cierpiała z powodu utrudnionego dostępu do najnowszych technologii poligraficznych i z czasem jakość druku wzbudzała coraz większe zastrzeżenia. Były jednak przedsiębiorstwa, które nie tylko szczyły się wielkością nakładów, ale i jakością druku.

Dziś poligrafia jest obszarem wielkich zmian. Nowe technologie wkraczają do samej poligrafii, jak również pojawiają się w jej otoczeniu. Postęp techniczny i innowacje zmieniają poligrafię. Producenci prześcigają się w zwiększaniu wydajności maszyn, skracaniu czasu przygotowania do produkcji, a co za tym idzie zmniejszaniu kosztów pracy. Z drugiej zaś strony wysiłkom tym towarzyszy dbałość o jakość, komfort pracy i środowisko naturalne. Zmiany w sektorze poligraficznym determinuje również jego otoczenie.

Od ponad dwudziestu już lat do polskiego sektora poligraficznego bez przeszkód mogą trafiać najnowsze technologie. Polski drukarz potrafi już naprawdę dużo. Jednakże w rynkowej gospodarce udana absorpcja nowych technologii jest dopiero początkiem drogi do sukcesu. Pomimo to, większość dyskusji o przyszłości poligrafii sprowadza się do prognoz technologicznych. Zmiany zachodzące w bezpośrednim otoczeniu poligrafii, rozwój mediów elektronicznych

i globalizacja, to tylko niektóre czynniki wpływające na przyszłość sektora.

Ponadto poligrafia jako jedna z licznych dziedzin działalności gospodarczej odczuwa zmiany generowane przez technologie informacyjne. Chodzi tu nie tylko o nowoczesne rozwiązania techniczne, np. wydajne maszyny drukarskie, czy elektroniczne technologie przygotowania druku, ale też o zmieniające się zapotrzebowanie na usługi poligraficzne. Media elektroniczne skutecznie zmieniają formę przekazu informacji – i nie jest to ich ostatnie słowo. Właśnie te procesy determinują zmiany w sektorze poligraficznym w Polsce. Ponadto uczestniczymy w procesie zmian, które np. w Europie Zachodniej zachodziły przez okres blisko pięćdziesięcioletni, zaś w Polsce wypełniły niespełna dwadzieścia lat.

W centrum tych zmian znajdują się małe i średnie przedsiębiorstwa poligraficzne, które stanowią zdecydowaną większość sektora. Umiejętność dostosowywania się do zmian technologicznych i nowych potrzeb rynku zdecydowanie wpłynie na przyszłość polskiej poligrafii. Tym bardziej, że planowanie przyszłości nie może być oparte jedynie na doświadczeniach innych krajów, ale w dużej części podstawą planów muszą być własne doświadczenia i umiejętność kreowania przyszłości. Stąd też niezwykle ważny dla przyszłości poligrafii jest przedsiębiorca, właściciel, menedżer, którego innowacyjność i kreatywność zdecyduje o przyszłości w obliczu kryzysu gospodarczego i zmian technologicznych w sektorze i jego otoczeniu.

Obecnie to dostawcy urządzeń i technologii są najpoważniejszym źródłem innowacji w MŚP poligraficznych. Współpraca z nimi wpływa na procesy innowacyjnej, jak i organizacyjnej. To właśnie dostawcy technologii są największymi



beneficjentami przemian w sektorze poligraficznym.

Niestety menedżerowie zakładów poligraficznych w zasadzie nie współpracują z instytucjami naukowymi i innymi jednostkami badawczymi. Stan ten ma negatywny wpływ na rozwój kierowanych przez nich przedsiębiorstw. To źle, że w planowaniu innowacji menedżerowie zawierają głównie dostawcom technologii. W szybko zmieniającej się rzeczywistości brak wiedzy dotyczącej perspektyw rozwoju sektora i wiarygodnych prognoz może być przyczyną poważnych problemów. Natomiast pozytywnym zjawiskiem jest sięganie przez przedsiębiorców po innowacyjne rozwiązania bezpośrednio do instytucji naukowych – Zakład Technologii Poligraficznych (Politechnika Warszawska) oraz Zakład Technologii Poligrafii i Maszyn Poligraficznych (Politechnika Łódzka) sprzedały kilkadziesiąt projektów innowacyjnych technologii.

Tymczasem z badań koniunktury w sektorze poligraficznym wynika, że w ponad połowie przedsiębiorstw poligraficznych odnotowano spadek popytu na świadczone usługi, jednocześnie spadły ich ceny. Poza tym aż w 75% przedsiębiorstw przewiduje się zmniejszenie zatrudnienia.

Biorąc pod uwagę aktualny stan sektora poligraficznego powinniśmy oczekiwać zaangażowania instytucji okołobiznesowych w aktywne wspieranie przedsiębiorczości. Niestety, zdaje się, że to otoczenie nie wkroczyło jeszcze w okres transformacji. Wciąż wolimy budować muzea niż wspierać kreowanie przyszłości, bliższe są nam rauty niż seminaria.

**Wiesław Cetera**

# Polska poligrafia – organizacja i integracja

**M**inione 20 lat w poligrafii to prawdziwa rewolucja technologiczna. Tempem zmian przewyższyła poligrafię tylko telefonia komórkowa i Internet. A wszystko to za sprawą zmian procesu przygotowywania form drukowych oraz nośnika informacji z analogowej na cyfrową.



20 lat temu zaczęły upadać wielkie drukarnie, państwowe „molochoy”. Zlikwidowano Zrzeszenie Poligrafów. W obliczu braku jakiegokolwiek wsparcia z zewnątrz przedstawiciele największych drukarni w Polsce wraz z Centralnym Ośrodkiem Badawczo-Rozwojowym Przemysłu Poligraficznego, drem Jerzym Hoppe, oraz Sekcją Poligrafów SIMP, ze śp. doc. drem inż. Kazimierzem Stępniewskim, postanowili utworzyć własną reprezentację. Do rozmów zaproszono również całe środowisko poligraficzne, jak i przedstawiciele dostawców maszyn i surowców.

W roku 1992 powstała Polska Izba Druku z prezesem Adamem Grzelakiem na czele. Organizacje społeczne związane z poligrafią skupione wokół Polskiej Izby druku były niezależne i każda z nich realizowała różne cele, wspólne dla całej branży. Największymi problemami dla poligrafii były wówczas różnice cen papieru, VAT na usługi poligraficzne oraz szkolnictwo zawodowe.

W 1999 roku zorganizowano Kongres Poligrafów we Wrocławiu, który wniósł potężny zastrzyk optymizmu i wiary w polepszenie kondycji branży poligraficznej. Sukcesem kongresu była jedność w działaniu wszystkich organizacji związanych z branżą oraz wielkie zaangażowanie dra Janusza Cymanka, prezesa Zarządu Michael Huber Polska. Wszystkie te i inne zmiany filozofii druku, jego transformacja technologiczna, były i są obserwowane oraz relacjonowane na organizowanych przez branżę konferencjach.

W 2002 roku na inowrocławskiej konferencji pt. „Polski przemysł poligraficzny w perspektywie przystąpienia do Unii Europejskiej” chcieliśmy odpowiedzieć sobie na pytanie, jakim wymogom musimy sprostać, aby móc efektywnie konkurować z drukarniami Wspólnoty po wejściu do Unii. Niewiele innych branż stawiało sobie wówczas to pytanie.

Ponadto mieliśmy okazję uczestniczyć w kilku ważnych spotkaniach branżowych, takich jak konferencje Policon organizowane przez Korporację Poligrafów Poznańskich

pod kierownictwem śp. Janusza Ignaszczaka, obradowano na licznych Forach Poligraficznych w Instytucie Papiernictwa i Poligrafii Politechniki w Łodzi.

Wielkim sukcesem była również konferencja pt. „Kierunki rozwoju polskiej poligrafii i opakowań z nadrukiem”, która odbyła się w dniach 8–9 kwietnia 2010 roku na terenie Targów Poznańskich. Głównym organizatorem konferencji był dr Jerzy Hoppe. Konferencja ta organizacyjnie zintegrowała całe zaplecze badawcze i naukowe oraz dwie Izby: poligrafii i opakowań.

Dużym zainteresowaniem cieszyła się Międzynarodowa Konferencja Poligraficzna pt. „Sektor poligraficzny gospodarki Polski, Czech i Niemiec – transformacja i perspektywy” w Kliczkowie, zorganizowana z inicjatywy Sekcji Poligrafów SIMP. Podczas konferencji prelegenci wraz z uczestnikami próbowali odpowiedzieć sobie na pytanie: co dalej z poligrafią?

Światłem w tunelu okazał się opracowany za sprawą Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga przez KPMG i zaprezentowany na targach drupa 2012 przez kanclerza Jacka Kuśmierczyka raport „Rynek poligraficzny w Polsce”.

Ostatnim z sukcesów integracyjnych branży poligraficznej była wspólnie zorganizowana w 2012 roku uroczystość 60-lecia Sekcji Poligrafów SIMP oraz 20-lecia Polskiej Izby Druku uwieńczona Konferencją Naukową w Inowrocławiu.

Zarząd Sekcji Poligrafów SIMP przedstawił w materiałach konferencyjnych „Opracowanie monografii Sekcji Poligrafów z okazji 60-lecia”, natomiast Oddział Sekcji Poligrafów SIMP w Inowrocławiu wydał na tę okoliczność monografię pt. „Drukarnie i drukarze inowrocławscy”.

„Świat DRUKU” na swych łamach przez cały ten okres systematycznie towarzyszył naszym poczynaniom, wnikliwie i obiektywnie oceniając naszą pracę.

**Tadeusz Chęsy**



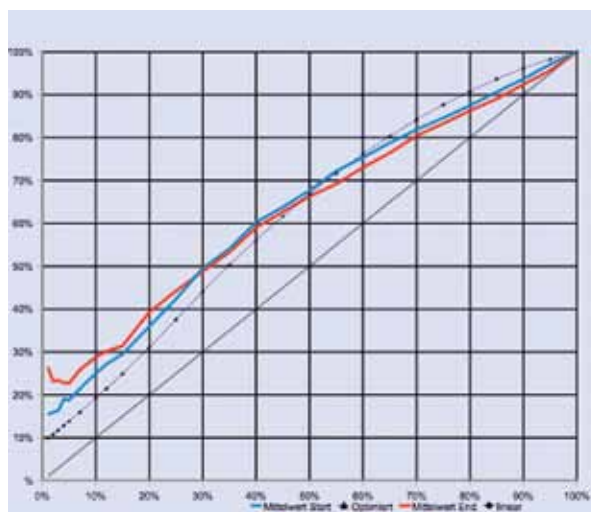
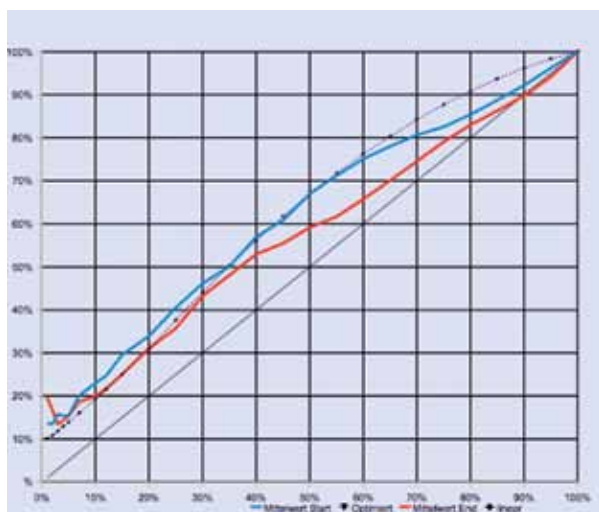
# Branża fleksograficzna zabierze wiele prac technologiom konkurencyjnym

Wojciech Barabasz

Jeszcze pod koniec XX wieku do druku CMYK stosowano w większości drukarń wałki rastrowe o liniaturach ca. 220 l/cm. Taki wałek miał pojemność farbową w granicach 3–4 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>. Te parametry umożliwiały stosowanie form drukowych o gęstości rastru rzędu 48 l/cm.



W tamtych czasach możliwość stosowania takich parametrów stanowiła dla drukarzy ogromny krok naprzód, ponieważ rezultaty druku przewyższały wszystko to, co w technice fleksograficznej było dotychczas możliwe. Kolejne lata to dalszy wzrost wymagań co do jakości druku. Początek naszego stulecia przyniósł szerokie zastosowanie wałków rastrowych o liniaturach 315–340 l/cm. Dzięki temu można było uzyskać lepsze podparcie najmniejszych punktów na formie drukowej i znacznie poprawić jakość. Reakcją rynku było dalsze podwyższanie poprzeczki w oczekiwaniu możliwości zastąpienia technologii wkłesłodrukowej czy offsetowej drukiem fleksograficznym. Oznaczało to konieczność uzyskiwania znacznie wyższych gęstości optycznych i możliwość uzyskiwania głębokich przejść tonalnych od apli aż w światła. Zmuszało to producentów wałków rastrowych do łączenia wysokich liniatur z dużymi pojemnościami. W ten sposób liniaturze 340 l/cm zaczęła towarzyszyć pojemność 5,5 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>, a do przejść tonalnych pojawiły się wałki rastrowe o ekstremalnych parametrach, jak 300 l/cm z poj. 7 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>, 280 l/cm z poj. 9 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> itd. Nadal jednak istniały ograniczenia w możliwości zwiększenia gęstości rastru na formie drukowej. Dlatego producenci form drukowych i technologii ich obróbki prowadzili intensywne prace rozwojowe. W końcu, niedawno temu, pojawiły się formy drukowe pozwalające drukować z gęstościami rzędu 60, 70, a nawet 80 l/cm. Tego rodzaju wydrukom nadano nazwę HQ – druków wysokiej jakości. W zasadzie dysponując takimi parametrami współczesna fleksografia dogoniła poziom gęstości stosowanych we wkłesłodruku i offsecie. Nie oznacza to jednak, że już dzisiaj można bez problemów zastąpić druki wykonywane w tych technologiach drukiem fleksograficznym. Na przeszkodzie stoi nadal niedoskonałość dozowania farby we fleksografii oraz szereg negatywnych efektów powstających na styku wałek rastrowy dozujący farbę a forma drukowa. Problemy te wiążą się z niedoskonałością transferu farby



Krzywe przyrostu punktu. Porównanie: wałek rastrowy konwencjonalny 510 l/cm i wałek GTT; kolor niebieski – wartość średnia na starcie, kolor czerwony – wartość średnia na końcu, linia kropkowana – optimum)

na formę, co owocuje brudzeniem i przyrostem punktów, a przez to niemożliwością osiągnięcia długich, stabilnych jakościowo nakładów. Tutaj wiele do zrobienia mają producenci wałków rastrowych. I rzeczywiście, zasypywani jesteśmy informacjami, że oto pojawiła się nowa technologia, która pozwala uzyskać znakomite efekty w druku wysokiej jakości. Niestety w praktyce są to jedynie modyfikacje klasycznej heksagonalnej siatki rastrowej lub próby wykorzystania tak czy inaczej zmodyfikowanych struktur rastrów liniowych. Tak naprawdę, żeby podeprzeć najmniejsze punkty, musielibyśmy już dzisiaj dysponować wałkami rastrowymi o liniaturach zdecydowanie ponad 500 l/cm, a dla wyższych gęstości – ponad 600 l/cm. Konwencjonalne technologie osiągnęły koniec możliwości rozwoju i trudno oczekiwać, że uda się oszukać prawa fizyki i z określonej struktury zamkniętej uzyskać duży transfer przy jednoczesnym dobrym podparciu punktów rastrowych. Duże nadzieje budzi technologia GTT. Tutaj dzięki wykorzystaniu prostych praw przyrody i wprowadzeniu ich w świat mikro, uzyskano zupełnie nowy sposób dozowania farby, który przy zastosowaniu otwartej esowej struktury kanalików

pozwała uzyskiwać wysoki transfer zapewniając jednocześnie znakomite podparcie punktów. Teoretycznie nowoczesne formy drukowe i wałki GTT dają już możliwość uzyskania długich nakładów ze stabilną jakością (patrz ilustracja). Pozostaje jeszcze dobór parametrów farb. Przed drukarnią, która chce osiągnąć jakość HQ, stoi jednak szereg dalszych zadań i problemów. Chociażby jakość tutej do montażu form, czy precyzja montażu, nie wspominając o stanie technicznym samych maszyn. Niezmiernie istotne stają się też zagadnienia związane z pielęgnacją elementów dozujących farby. Ponad tym wszystkim stoi ekonomia. Klienci chcieliby uzyskać wzrost jakości wydruku, ale niekoniecznie związany z podwyżką cen produktów. Nowe technologie zaś są drogie. Z drugiej strony, jeżeli nie podejmiemy trudu podwyższenia jakości, zostaniemy wyeliminowani przez konkurencję. W morzu różnych, nie do końca sprawdzonych technologii, bardzo łatwo popełnić błąd i ponieść znaczne koszty, które nie przyniosą efektu. Śład obserwujemy dużą powściągliwość i ostrożność drukarni. Jednak czas robi swoje, odbiorcy druków dowiadują się o nowych możliwościach i żądają, aby ich produkty miały również najwyższą jakość.

Drukarni fleksograficznej, która chce rozpocząć drogę ku wzrostowi jakości druku, radziłbym w pierwszej kolejności dokonać uporządkowania tego, czym obecnie dysponuje, tak aby narzędzia, którymi pracuje, nie były przypadkowe, np. kupione taniej, bo ktoś zaoferował. Musimy być pewni, że to, czym dysponujemy, daje pewne i powtarzalne wyniki. Potrzebne jest ustalenie sposobu i czasookresu pielęgnacji maszyny i jej elementów oraz zaprowadzenie racjonalnej gospodarki elementami zużywającymi się. Jest to w pewnym sensie rozpoczęcie procesu standaryzacji. Osiągnięcie równowagi w tym podstawowym zakresie pozwoli w sposób uporządkowany wprowadzić do procesu druku nowe formy drukowe, nowe wałki dozujące, dostroić do nich farby i dopracować proces druku.

Mam nadzieję, że najbliższe lata będą okresem dynamicznego wzrostu branży fleksograficznej, która zabierze wiele prac technologiom konkurencyjnym.

Życzę powodzenia wszystkim, którzy odważą się zmierzyć z tym wyzwaniem.

**Wojciech Barabasz**



Z okazji 20-lecia istnienia na rynku Redakcji „Świat Druku” życzymy kolejnych dekad z rosnącym gronem czytelników, wielotysięcznymi nakładami i zaufanymi reklamodawcami. Dziękujemy za profesjonalizm i kreatywne podejście do prowadzonego biznesu.

**3M Poland**

„Świat Druku” kończy 20 lat – dla branżowego czasopisma to niemal epoka. Dwie dekady, podczas których zdążyło dorosnąć nowe pokolenie, także w branży poligraficznej, a sama branża wykonała nie jeden, ale kilka skoków technologicznych. Dość przypomnieć, że w 1993 roku pokazano pierwsze na świecie cyfrowe maszyny kolorowe, a technologia CtP dopiero za kilka lat miała stać się przebojem rynkowym.

Dla czasopisma branżowego to nie tylko okazja do podsumowań, wspomnień i retrospekcji, ale też powód do dumy. W tych trudnych czasach dla prasy, również specjalistycznej, powiedzieć o sobie „Istniejemy już 20 lat” naprawdę brzmi dumnie. Co więcej, szanowny Jubilat nie tylko ma się dobrze, ale rozwija nowe obszary działalności, w których jako Agfa Graphics mamy przyjemność aktywnie uczestniczyć.

Profesjonalnie i ciekawie redagowany magazyn drukowany, stale aktualizowane strony internetowe, cotygodniowy newsletter z najświeższymi informacjami z kraju i z zagranicy, liczne konferencje, warsztaty i szkolenia, obecność na najważniejszych imprezach branżowych w Polsce i poza nią. To „Świat Druku” w telegraficznym skrócie.

Jest nam niezmiernie miło współpracować z tak fachowym pod każdym względem wydawnictwem. Zwłaszcza, że od lat kilku współpraca ta jest niezwykle bliska – Agfa Graphics jest od początku partnerem organizowanej przez wydawcę „Świata Druku” Akademii Zarządzania Barwą, która zyskała już własną markę na rynku.

Jubilatowi życzymy kolejnych „dwudziestek”, tysięcy zadowolonych czytelników, wielu reklamodawców, a przede wszystkim – szacunku u odbiorcy, który dzięki takim periodykom jak „Świat Druku” ma szansę na pozyskanie istotnych informacji, wzbogacenie swojej wiedzy, a tym samym podniesienie fachowych kwalifikacji.

Dziękujemy za minione dwadzieścia lat i czekamy na kolejne!

**Agfa Graphics**



Z okazji jubileuszu 20-lecia istnienia wydawnictwa „Polski Drukarz” oraz czasopisma „Świat Druku” składamy na ręce Pani Prezes Jolanty Ziemiak-Ronke, wszystkim założycielom, dziennikarzom, pracownikom redakcji, a także osobom współpracującym byłym i obecnym, wyrazy uznania oraz najlepsze życzenia. Życzymy kontynuowania owocnej działalności i dalszego wkładu w rozwój polskiej branży poligraficznej.

Właściciel i pracownicy firmy Akon gratulują wytrwałości we współpracy ze środowiskiem poligraficznym i życzą wszelkiej pomyślności w życiu osobistym oraz działalności wydawniczej i społecznej.

**dr inż. Konrad Fedyna, Prezes  
mgr inż. Wojciech Rodak, Dyrektor Handlowy  
Akon**



Chciałabym na Twoje ręce złożyć gratulacje z okazji 20-lecia „Świata Druku”. Nasze firmy współpracują ze sobą od prawie dekady. Z biegiem lat relacje biznesowe zmieniły się w stosunki koleżeńskie, co nie byłoby możliwe, gdyby nie profesjonalizm i pełne zaangażowanie Twoje oraz Twojego zespołu. Jest mi niezmiernie miło, iż również Alstor miał swój minimalny udział w budowaniu Waszego sukcesu. Od samego początku jesteśmy Partnerem i członkiem rady programowej konferencji Akademia

Zarządzania Barwą, która stała się jednym z najważniejszych punktów w kalendarzu polskiego rynku poligraficznego.

Jeszcze raz gratuluję i życzę dalszych sukcesów

**Karolina Trojanowska  
Kierownik Działu Marketingu  
Alstor**

Z okazji przypadającego w tym roku jubileuszu 20-lecia „Świata Druku” składamy najserdeczniejsze gratulacje, życząc kolejnych dekad owocnej i profesjonalnej działalności oraz rosnącej liczby czytelników.

**Zarząd i pracownicy firmy  
Atrium Centrum Ploterowe**



Przypadający w tym roku jubileusz 20-lecia istnienia wydawnictwa i miesięcznika „Świat DRUKU” jest okazją do złożenia najserdeczniejszych gratulacji oraz wyrazów uznania wszystkim Pracownikom Państwa firmy.

Jesteśmy związani ze „Światem DRUKU” od początku jego istnienia i na przestrzeni wielu lat przekonaliśmy się, że siła miesięcznika tkwi nie tylko w rzetelnej informacji dziennikarskiej. Jako czytelnicy

wiemy, że „Świat DRUKU” to głos nas wszystkich skupionych w branży poligraficznej – mówi o naszych problemach na tle dynamicznie zmieniających się realiów rynkowych. To skuteczny i drożny kanał komunikacji z naszymi klientami. Na łamach pisma wciąż na nowo poszukujemy oceny swojej pracy, jak również cennych informacji dotyczących branży poligraficznej.

Szczególnie doceniamy wkład redakcji w cykliczne organizowanie konferencji poligraficznych. Stanowią one wartościową platformę wymiany doświadczeń oraz źródło wiedzy o nowych trendach w branży.

Z reakcji rynku możemy również wnosić, że reklamy umieszczane na łamach pisma znajdują żywy oddźwięk i w oczywisty sposób przekładają się na wzrost zainteresowania ofertą firmy Avargraf.

Do gratulacji dołączamy gorące Życzenia, aby „Świat DRUKU” w wielu następnych latach był pismem co najmniej tak lubianym i szanowanym jak dotychczas. Dziękując za bardzo dobrą, wieloletnią współpracę życząc rosnącego z dnia na dzień grona czytelników i aby nigdy nie zabrakło ciekawych tematów do opisanie. Niech kolejne lata przyniosą Waszej firmie nowe osiągnięcia, a Pani Prezes i Pracownikom wiele satysfakcji zawodowej i osobistej.

**Sławomir Kugaudo  
Avargraf**



W imieniu firmy Awih Torby i Opakowania składam serdeczne gratulacje z okazji jubileuszu 20-lecia miesięcznika „Świat DRUKU”.

Z wielką przyjemnością czytam zawsze „Świat Druku”. Miesięcznik jest dla mnie niezwykłą encyklopedią branży poligraficznej. 20 lat wydawnictwa to „historia” 20-stu lat poligrafii w Polsce.

Życzę wszelkiej pomyślności i satysfakcji z pracy, aby włożony w nią trud owocował rozwojem firmy i zarazem był bogatym wkładem w rozwój polskiej poligrafii. Z całego serca pozdrawiam Zarząd firmy oraz wszystkich pracowników. Dziękuję za profesjonalne i przyjacielskie relacje między naszymi firmami.

**Zbigniew Zieliński**  
Awih

Jest mi niezmiernie miło pogratulować Wam z okazji jubileuszu 20-lecia działalności. W tym okresie Wasze pismo dało się poznać jako istotny i widoczny stimulator rozwoju nowoczesnych technik poligraficznych w naszym kraju. Należy tu podkreślić zarówno tematykę czasopisma, gdzie można spotkać szereg nowatorskich, profesjonalnych artykułów, jak również oddziaływanie na środowisko poligraficzne organizowanych przez Was ciekawych konferencji. Dzięki rzetelności i profesjonalności dla wielu ludzi związanych z polografią jesteście środowiskiem opiniotwórczym.

Życzę wielu kolejnych lat równie udanej działalności.

**Wojtek Barabasz**  
Barney

“Świat DRUKU” has long been one of the most influential media vehicles in Europe, bringing the ‘world of printing’ to graphic arts professionals and decision makers in Poland. As such, the magazine and its associates have played an important role for Bespoke over the years, applying their technical and local expertise to best present news and updates from our clients, key industry suppliers, to the Polish market. We value highly the 20-years contribution of “Świat DRUKU” to the industry. We congratulate the team on reaching this tremendous milestone, and wish them well for continued success.

**Ben Dodson**  
Deputy Managing Director  
Bespoke



Każdy jubileusz skłania do refleksji, Jubileusz 20-lecia czasopisma branżowego „Świat Druku” skłania do wielu refleksji. Najważniejsza jest ta, która wynika z sukcesu wydawniczego Państwa czasopisma w okresie minionych lat, ale niemniej ważna jest ta, która dotyczy przyszłości Państwa czasopisma i całej branży poligraficznej.

Cenimy Państwa udział w rozwoju polskiego przemysłu poligraficznego poprzez zamieszczanie na łamach czasopisma istotnych informacji technologicznych i technicznych oraz działalności szkoleniowej i konferencyjnej. Z okazji Waszego Jubileuszu Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Przemysłu Poligraficznego gratuluje dotychczasowych osiągnięć oraz życzy powodzenia w realizacji nowych inicjatyw i dalszej owocnej działalności w rozwoju nowoczesnych środków komunikacji międzyludzkiej.

Wszelkiej pomyślności dla „Świata Druku” i jego Pracowników!

**Dyrektor i Pracownicy**  
Centralnego Ośrodka  
Badawczo-Rozwojowego  
Przemysłu Poligraficznego

Z okazji XX rocznicy istnienia „Świata Druku” składamy całemu Zespołowi serdeczne gratulacje. Doceniamy Wasz wkład w propagowaniu nowoczesnych technologii, poprzez ciekawe artykuły oraz relacje z wszelkich imprez i konferencji.

Życzymy dalszego rozwoju Waszego Czasopisma i coraz więcej czytelników. Ponadto całemu Zespołowi życzymy zdrowia, zapału i optymizmu.

**Dr Maria Czichon**  
Prof. Herbert Czichon

Szanowna Redakcjo, z ogromną satysfakcją odnotowujemy Państwa 20-letnią „równieżniczą” nam, obecność na rynku mediów i druku w Polsce. Razem „dorastaliśmy” na tym rynku, a Państwa profesjonalna prezentacja informacji o naszych, wyprzedzających czas, produktach jest dla nas zawsze pomocna.

Życzymy Państwu powodzenia i satysfakcji z działania przez kolejne dziesięciolecia.

**W imieniu zespołu Dickson Coatings Franca**  
**Xavier Christophe, General Manager**  
**Fabien Regudy Graphic, Market Manager**  
**Barbara Wieczorek, Agent Handlowy**

Z okazji jubileuszu 20-lecia „Świata Druku”, firma Digiprint Sp. z o. o. składa serdeczne gratulacje i szczerze wyrazy uznania.

Od dwudziestu lat jesteście Państwo obecni w życiu polskiej poligrafii. Nie tylko towarzyszyście wszystkim wydarzeniom i zmianom, jakie zachodzą na rynku, ale również macie w nich swój znaczący udział. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, iż jesteście Państwo prawdziwym autorytetem i wiarygodnym źródłem informacji. Ugruntowaniu takiej opinii posłużyły profesjonalnie opracowane materiały redakcyjne, będące prawdziwą kopalnią wiedzy o rynku. Dobór tematów, jakie prezentujecie Państwo na łamach „Świata Druku”, doskonale obrazuje tendencje, jakie występują zarówno w Polsce, jak również na rynkach światowych. Takie całościowe ujęcie wspomnianych trendów, z pewnością pomogło wielu firmom w podjęciu dobrych decyzji biznesowych.

Gratulując ogromnego dorobku i trwałego wpisania się w historię poligrafii w Polsce, składamy najlepsze życzenia dalszego rozwoju i zachowania obecnego wysokiego poziomu publikowanych treści.

**Digiprint**  
**Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością**

Firma DM System życzy Redakcji magazynu dalszych sukcesów w krzewieniu i popularyzacji wśród swoich czytelników wiedzy z zakresu technologii poligraficznej, a także dalszego prężnego rozwoju na trudnym i szalenie konkurencyjnym rynku edytorskim. Nasza firma współpracuje ze „Światem Druku” od co najmniej 10 lat i zawsze chwali sobie tę współpracę, a szczególnie bardzo dobre relacje z Redaktor Naczelny Wydawnictwa p. Jolantą Ziemiak-Ronke.

**Jacek Napruszewski**  
DM System

Happy birthday to “Swiat Druku” and its team! How fast time has gone by. Allow us to take the opportunity and thank the whole “Swiat Druku” team for their professional, objective and always friendly cooperation. Your proactive approach has turned the publication into a key news source in Poland for the graphic arts industry and will continue to do so for many more years. So best happy birthday wishes and warm regards from the whole duomedia team! Enjoy the party!

**Maya Staels**  
Duomedia

On the occasion of "Świat DRUKU" celebrating their 20<sup>th</sup> anniversary in May, I would like to congratulate Polski Drukarz and their very professional team on behalf of everyone at EFI. The way they bring our news makes our company look like a star, but at the celebration today, it is Polski Drukarz who are the stars of the Polish publishing market.

**Marc Verbiest**  
International Public Relations Manager  
EFI (Electronics for Imaging)

Ostatnie 20 lat to ogromne zmiany, czy nawet rewolucja w technikach i technologiach druku. „Świat Druku” cały czas im towarzyszy będąc rzetelną platformą informacyjną i edukacyjną dla – śmiało można powiedzieć – pokolenia szeroko rozumianych „ludzi druku”. W imieniu własnym i całego zespołu Epson w Polsce życzymy dalszego rozwoju pisma i wszelkich sukcesów, a jako aktywny twórca nowych technologii druku obiecujemy, że będziemy regularnie dostarczać wielu ciekawych rozwiązań dla jak najszerzej rozumianej branży drukarskiej, czyli czytelników „Świata Druku”.

**Tomasz Kuciński**  
Pro Graphics Account Manager  
Epson Europe BV Oddział w Polsce

Happy Birthday "ŚWIAT DRUKU", best wishes for the next 20 years and good successes for the future. It is interesting to see the last years what happens in the graphic industry in Poland. And we will hope, that this industry will get more success than in the past.

Again, best wishes, good success from all our EUKALINers from Eschweiler, Germany and specially from me.

**Jürgen Schulz-Wachler**  
Eukalin

W imieniu wszystkich pracowników firmy Fano pragnę złożyć na ręce całej redakcji oraz współpracowników najserdeczniejsze życzenia z okazji okrągłego jubileuszu. Każda rocznica, a tym bardziej tak liczna w minione lata, jest powodem do refleksji oraz zastanowienia się nad naszymi osiągnięciami, a tych z pewnością Jubilatowi nie brakuje. Przez tych długich dwadzieścia lat mogliśmy czerpać wiedzę, śledzić rozwój rynku poligraficznego, poznawać wszelkie nowości, jak również brać osobisty udział w kolejnych, coraz lepszych i bardziej profesjonalnych wydaniach „Świata Druku”.

Dziękujemy za możliwość podnoszenia naszej wiedzy dzięki konferencjom Akademii Wiedzy, jak również za Newsletter, który jest źródłem bieżących informacji. Wspólnie zrealizowaliśmy wiele ciekawych projektów, za co jestem bardzo wdzięczny i pragnę przy tej okazji również serdecznie podziękować.

Na przyszłość drogi Jubilacie, życzę kolejnych 20 lat dynamicznego rozwoju, ciekawych tematów i wielu inspiracji. Jestem przekonany, że dotychczasowy wysoki poziom publikacji gwarantuje pozycję wiodącego pisma opiniotwórczego na naszym rynku. Wszystkiego najlepszego na kolejne 20 lat!

**Bolesław Jasinowicz**  
Wiceprezes Fano Sp. z o.o.



On behalf of the FESPA Board, Management and Staff, I would like to convey our heartfelt congratulations on the 20<sup>th</sup> Anniversary of "Świat DRUKU" (The World of Printing). We have been privileged to witness the fantastic advancement your magazine has made in that time.

"Świat DRUKU" (The World of Printing) has been managed by far-sighted leaders and supported by a dedicated team, resulting in a valuable publication. My best wishes for a continued and successful development of "Świat DRUKU" (The World of Printing)!

**Nigel Steffens**  
Chief Executive Officer  
Fespa Ltd.

Congratulations "Świat DRUKU" on your 20<sup>th</sup> anniversary special edition. Twenty years is undoubtedly a significant achievement given the challenging times our industry has experienced, particularly in recent years. Throughout this period, "Świat DRUKU" has maintained its position as one of the most influential voices in the Polish printing market, performing a vital role in bringing the latest graphic arts news and developments to readers in the region. A huge "well done" to all at Polski Drukarz and to everyone who has been involved in the success of "Świat DRUKU" over the years. Here's to the next 20 years in print!

**Eric Bell**  
Marketing Services Director  
Goss International

Od kilku lat mamy przyjemność współpracować ze „Światem Druku”, będącym obowiązkową lekturą zarówno dla nas, jak i dla naszych klientów. Z okazji jubileuszu 20-lecia magazynu chcielibyśmy przekazać Państwu wyrazy uznania i gratulacje oraz podziękowania za dotychczasową fantastyczną współpracę. Dziękujemy za wspólne targi Druk Expo w Lublinie i mamy nadzieję na ponowne połączenie sił ze „Światem Druku” w nadchodzących latach. Życzymy kolejnych sukcesów, nieustannego zainteresowania czytelników i wszystkiego dobrego dla całego zespołu „Świata Druku”.

**Magda Fabrowska-Zubrzycka**  
i **Konrad Zubrzycki**  
właściciele firmy Grawart



W imieniu firmy Heidelberg Polska z okazji jubileuszu 20-lecia istnienia magazynu „Świat Druku” chciałbym złożyć najserdeczniejsze życzenia dalszych sukcesów, pomyslności i realizacji wszystkich planów zawodowych jak i osobistych.

Chciałbym również przekazać wyrazy uznania i pogratulować tych osiągnięć, które stały się udziałem pisma pod Pani kierownictwem.

**Tomasz Pawlicki**  
Dyrektor Marketingu  
Heidelberg Polska



Z okazji pięknego Jubileuszu 20-lecia działalności Wydawnictwa składamy serdeczne gratulacje oraz życzenia dalszych sukcesów.

„Świat Druku” zajmuje szczególną pozycję na polskim rynku wydawniczym. Wyjątkowo staranna szata graficzna oraz interesujące materiały, nie tylko dotyczące innowacyjnych rozwiązań technologicznych i technicznych, ale również spraw ważnych z punktu widzenia

kultury oraz gospodarki kraju, zjednały temu czasopismu liczne grono wiernych czytelników.

Cenimy sobie wysoko współpracę z Państwem oraz wymierną pomoc udzielaną naszym studentom i pracownikom, a także działania podejmowane na rzecz promocji Instytutu, przy patronowaniu medialnym organizowanych seminariów, działalności studenckich Kół Naukowych, jak i umożliwienie uczestnictwa w Państwa konferencjach w ramach Akademii Wiedzy.

Jesteśmy przekonani, że współpraca między naszymi Jednostkami będzie się rozwijać z pożytkiem dla obydwu stron.

**Konrad Olejnik**  
**Dyrektor Instytutu Papiernictwa i Poligrafii**  
**Politechniki Łódzkiej**  
**i Krzysztof Stępień**  
**Kierownik Zakładu Technologii Poligrafii**  
**i Maszyn Poligraficznych**

*The Ipex 2014 team would like to offer our sincere congratulations to "Świat Druku" on this landmark occasion. Having worked closely with the publication team over many years we are delighted that you go from strength to strength and look forward to the next twenty years. As the industry continues to change Ipex will remain more relevant and in-tune with the global printing industry, and look forward to working with "Świat Druku" that similarly continues to reflect these changes.*

Best wishes

**Trevor Crawford**  
**Director – Print & Media Group**  
**Ipex 2014**  
**Informa Exhibitions**

Technologie poligraficzne oraz stosowane nośniki zmieniają się bardzo szybko. Informacja o tych zmianach dociera do nas przedsiębiorców, jak wynika z badań PARP, głównie ze źródeł rynkowych. A więc od naszych dostawców, którzy stale aktualizują swoją ofertę, od naszych klientów, którzy ciągle zwiększają swoje oczekiwania, oraz od naszych konkurentów, których podglądamy, żeby zabezpieczyć się przed przejściem przez nich naszych klientów. Te same badania w drugiej kolejności wymieniają m.in. branżowe czasopisma specjalistyczne. „Świat DRUKU” spełnia nasze oczekiwania w zakresie dostarczania wiedzy o innowacjach w sektorze poligrafii i reklamy. Nie bez znaczenia są także informacje o takich wydarzeniach branżowych jak targi, konferencje, warsztaty etc. Nie wszędzie możemy być – dziękujemy, że jesteście tam za nas. W gospodarce opartej na wiedzy wszyscy musimy stale uzupełniać jej zasoby.

Najważniejsze jednak dla nas i najbardziej motywujące są tak zwane „kejsy”. Piszcie nadal o ludziach kreatywnych, o prawdziwych innowatorach, którzy rozwijają swoje

przedsiębiorstwa, pozyskują nowe rynki i rozwijają technologie. Nie chcemy słuchać i czytać o kryzysie... sami też go przemilczymy. Pokazujcie nam ludzi sukcesu, żebyśmy mogli brać z nich przykład, żebyśmy nie bali się podejmowania trudnych, a ciekawych zadań. Wtedy także z nami bądźcie przez kolejne 20 lat.

Życzymy Państwu ciekawych tematów, niezliczonych czytelników i oczywiście przyzwoitych wpływów z reklam i prenumerat.

**W imieniu Przedsiębiorców i Partnerów**  
**zrzeszonych w Kłodzkiej Poligraficzno-Reklamowej**  
**w Lesznie**  
**Cezary Główna**



Z przyjemnością pragnę przekazać gratulacje Dyrektor Wydawnictwa Jolancie Ziemiak-Ronke i jej współpracownikom z okazji jubileuszu 20-lecia wydawnictwa i miesięcznika „Świat Druku” oraz życzenia samych sukcesów, wszelkiej pomyślności, a także osiągnięć i satysfakcjonującej pozycji na polskim rynku poligraficznym.

Chciałabym podkreślić, iż dotychczasowa, kilkuletnia nasza współpraca układa się wzorcowo. Doświadczenie i wysoki poziom wiedzy pracowników „Świata Druku” pozwala mi polecić Państwa jako profesjonalnego partnera.

**Jolanta Wiśniewska**  
**Dyrektor Zarządzający**  
**Kodak Polska**



Prasa branżowa, której jesteście już 20-letnim przedstawicielem, odgrywa dla firmy Koenig & Bauer AG bardzo ważną rolę. Z Wami i dzięki Wam możemy docierać do środowiska poligraficznego, przekazując aktualne informacje o naszej marce.

W imieniu firmy Koenig & Bauer AG oraz własnym, z ogromną przyjemnością składam na Państwa ręce serdeczne życzenia, gratulacje i wyrazy uznania za Państwa działalność. Życzymy Państwu innowacyjnych pomysłów pozwalających na dalszy rozwój „Świata Druku”, kreatywności, wytrwałości w realizacji zamierzeń, oraz dużo radości i wszelkiej pomyślności w życiu osobistym.

**Jan Korenc**  
**Prezes Zarządu KBA CEE Sp. z o.o.**

Z okazji 20-lecia wydawnictwa i magazynu „Świat Druku” przekazujemy redakcji najserdeczniejsze gratulacje. Życzymy kolejnych wielu lat sukcesów, dalszego dynamicznego rozwoju oraz utrzymania wysokiego poziomu, profesjonalizmu i wiodącej pozycji na rynku poligraficznym.

Dziękujemy za kreatywność i profesjonalne podejście wszystkim pracownikom redakcji.

**Magdalena Rudecka**  
**PR Manager**  
**Konica Minolta**  
**Business Solutions Polska**



Jestem bardzo wdzięczny za możliwość publikowania artykułów z dziedziny konserwacji papieru na łamach „Świata Druku”. W tym krótkim liście chciałbym zwrócić Państwu uwagę na jego wielkie znaczenie we współczesnym świecie. Papier jest najczęściej pojawiającym się materiałem w warsztacie konserwatora zabytków archiwalnych i bibliotecznych, a dla poligrafów jest podstawowym materiałem drukarskim oraz introligatorskim. I oby takim pozostał. Czy przyjdzie kiedyś taki czas, że zostanie zastąpiony całkowicie przez cyfrową wymianę informacji? Trudno wyobrazić sobie braku elektronicznej skrzynki pocztowej, a elektroniczne wersje książek zaoszczędzają miejsca i bardzo pomniejszają koszty zakupu. Awaryjność sprzętu komputerowego czy też szkodliwe oprogramowanie zmuszają nas jednak do refleksji, że lepiej jest ważne pliki wydrukować i zachować. W swojej pracy spotykałem książki i dokumenty po pożarach – z zewnątrz nadpalone, ale wewnątrz... dobrze zachowane wraz z piśmem lub drukami. Wiele ksiąg i dokumentów ręce konserwatorów uratowały bez szwanku po powodziach mających miejsce m.in. w 1997 czy 2010 roku. Papiery wytwarzane przed setkami lat wciąż dobrze mają się w zabytkowych zbiorach na całym świecie. Słowa Wacława Potockiego (1625–1696) przywoływane często przez wielu historyków papieru są wciąż aktualne: „Próżna ufność w marmurze, próżna i w żelazie, to trwa do skonu świata, co na papier wlezie”. Oczywiście nie zawsze papier należy utożsamiać z materiałem o wielowiekowej trwałości. Wyjątkiem był okres XIX w. oraz większa część XX wieku, okres znany z produkcji tzw. „kwaśnego papieru”. Jednakże pomimo zachodzących procesów niszczenia w tych papierach wiele dzieł pozostaje na półkach magazynów już od ponad 200 lat i w każdej chwili można z nich skorzystać! Czy chociaż 20-30 lat przetrwają dane z na płytach CD, DVD, holograficznych bądź jakichkolwiek innych nośnikach danych lub będą urządzenia do ich odtworzenia? Czy jesteśmy w stanie pozostawić dla przyszłych pokoleń informacje zapisane na czymś trwalszym niż papier? Ponadto chciałbym zwrócić Państwa uwagę, że wiele znakomych dzieł literatury, osiągnięć techniki, dokumentów o wielkim znaczeniu historycznym i kulturowym czeka na opublikowanie – rozpowszechnienie w postaci reprintów.

Z okazji dwudziestolecia „Świata Druku” pragnę życzyć Redakcji, wszystkim poligrafom i papiernikom, aby ten niezwykły i „nieśmiertelny” materiał, jakim jest papier, nigdy nie wyszedł z użycia, nigdy nie stał się materiałem drugorzędny czy nawet niepotrzebny, gdyż w przeciwnym razie będziemy stwarzać ulotną wiedzę, którą będzie można bajecznie łatwo usunąć, przyciskając jedynie przycisk „E n t e r”...

**dr Tomasz Koziellec**  
Zakład Konserwacji Papieru i Skóry  
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Z okazji 20-lecia istnienia wydawnictwa i miesięcznika „Świat Druku” składamy najlepsze życzenia całej załodze. Bardzo doceniamy Państwa aktywne uczestnictwo w życiu branży poligraficznej, a także wkład w propagowanie wiedzy o najnowszych technologiach.

Życzymy wielu sukcesów i kontynuacji działalności przez kolejne 100 lat!

**Zespół firmy**  
**Lohmann Polska Sp. z o.o.**

Z okazji jubileuszu Waszego pisma składam na ręce Pani Joli Ziemiak-Ronke najserdeczniejsze życzenia zdrowia, wszelkiej pomyślności oraz utrzymania „Świata Druku” na dotychczasowym poziomie, dla całego zespołu redakcyjnego.

Jako były pracownik Politechniki Łódzkiej bardzo dokładnie poznałem środowisko łódzkich poligrafów i z dużą satysfakcją obserwuję wznoszący lot Waszego pisma, które wspaniale łączy na swoich łamach merytoryczny charakter z funkcją informacji handlowych oraz nadzwyczaj ważnych działań szkoleniowych dla poligrafów na organizowanych konferencjach o zawsze aktualnej tematyce.

**Edward Dreszer**  
Prezes Polskiej Izby Druku  
i Lotos Poligrafii



W imieniu własnym oraz wszystkich pracowników manroland Polska Sp. z o.o. pragnę złożyć najserdeczniejsze życzenia oraz gratulacje z okazji jubileuszu dwudziestolecia powstania magazynu „Świat Druku”. Cieszymy się bardzo, że przez te lata udało się Państwu stworzyć czasopismo o wysokim poziomie merytorycznym, cieszące się uznaniem wśród specjalistów i praktyków branży poligraficznej. Jesteśmy przekonani, że bez zaangażowania oraz wielkiej pasji całego zespołu redakcji, dotychczasowe osiągnięcia oraz przyszły rozwój nie byłyby możliwe.

Życzymy, aby kolejne dziesięciolecia upływały pod znakiem sukcesów.

**Krzysztof Pietrzak**  
Dyrektor Zarządzający  
manroland Polska Sp. z o.o.



NEC Display Solutions Przedstawicielstwo w Polsce przesyła gratulacje z okazji jubileuszu 20-lecia „Świata Druku”. W obecnych czasach tak długie funkcjonowanie na rynku prasowym to naprawdę sukces, który zawdzięczają Państwo swojemu profesjonalizmowi, a przez to wiernym czytelnikom. Dziękując za długoletnią współpracę, życzymy kolejnych owocnych lat funkcjonowania tytułu.

**Mariusz Orzechowski**  
Director Sales & Marketing  
Central East Europe  
NEC Display Solutions Europe GmbH

20 lat mija, jak miesięcznik „Świat Druku” wdarł się przebojem na rynek czasopism związanych z naszą poligraficzną branżą. Staraliście się zawsze być w centrum w centrum wydarzeń – służyliście szybko i merytoryczną informacją, dostarczaliście dużo wiedzy technicznej, organizowaliście i braliście udział w wielu spotkaniach w gronie fachowców. Jednym słowem, zasłużyliście się dobrze naszej branży i integracji środowiska poligraficznego.

Jest nam niezmiernie miło, że od wielu lat czynnie wspieramy Wasz trud wydawniczy drukując miesięcznik „Świat Druku”. Dziś, w trudnych kryzysowych czasach, życzymy Wam nie tylko utrzymania dotychczasowych osiągnięć i dobrej pozycji na rynku wydawniczym, ale i dalszego rozwoju pod każdym względem. Niech Wasza praca przysparza Wam coraz większego grona czytelników.

Z okazji pięknego jubileuszu pracownikom Redakcji życzymy zdrowia, szczęścia i wszystkiego najlepszego w życiu osobistym i zawodowym. Niech wystarczy Wam siła i wytrwałość w zmaganiach z dzisiejszą rzeczywistością.

**Rada Nadzorcza, Zarząd i Pracownicy  
Pabianickich Zakładów Graficznych SA**

Przyznam się, że zostałem nieco zaskoczony, kiedy poproszono mnie o napisanie kilku słów z okazji 20-letniego jubileuszu wydawnictwa i czasopisma „Świat Druku”... Dla mnie to jeszcze dziś brzmi niewiarygodnie, ale to przecież już dwadzieścia lat minęło, kiedy umieściłem na łamach pierwszego numeru czasopisma mój krótki artykuł o wyjeździe delegacji Politechniki Łódzkiej do Ukraińskiej Akademii Drukarstwa we Lwowie!

Przez te dwadzieścia lat byłem świadkiem narodzin i osiągnięcia „pełnoletności” czasopisma, które w błyskawicznym tempie zajęło jedno z wiodących miejsc wśród ogólnopolskich wydawnictw poligraficznych. Biorąc do ręki nowy numer wiedziałem, że znajduję w nim informacje i materiały o nowościach w przemyśle, zmianach technologicznych zgodnie z postępowaniem naukowym oraz inne ciekawe artykuły. „Świat Druku” towarzyszył wszystkim najważniejszym wydarzeniom w polskim przemyśle poligraficznym oraz stał się znany również poza granicami kraju. Niejednokrotnie, podczas swoich wyjazdów służbowych, na prośbę kolegów, woziliłem na Ukrainę i Litwę, do Czech i Słowacji nowe egzemplarze, które wyróżniały się nie tylko treścią, ale i bogatą szatą graficzną oraz pięknym wykonaniem poligraficznym.

Z okazji pięknego jubileuszu 20. lat istnienia wydawnictwa i czasopisma „Świat Druku” składam redakcji, wszystkim współpracownikom oraz czytelnikom czasopisma najserdeczniejsze życzenia wszelkiej pomyślności zawodowej i osobistej!

**Dr hab. inż. Georgij Petriaszwill  
z-ca dyr. Instytutu Mechaniki i Poligrafii PW ds. naukowych**

W związku ze zbliżającą się piękną, już 20! rocznicą obecności czasopisma „ŚWIAT DRUKU” na rynku poligraficznym pozwalam sobie złożyć całemu zespołowi i wszystkim jego współpracownikom jak najserdeczniejsze gratulacje i życzyć dalszych piękniejszych jeszcze Jubileuszy.

Jako autorka, bądź współautorka wielu artykułów opublikowanych na łamach tego Czasopisma, bardzo dziękuję za naszą dotychczasową – mimo zaburzeń i dłuższej przerwy – owocną współpracę. Życzę też zarówno Państwu, jak i sobie, jej zacieśnienia w niedalekiej przyszłości. Tym bardziej, że jeśli chodzi o „robienie” w branży poligraficznej jestem bez mała rówieśnikami. Ja bowiem od 1.12.91 r., czyli od ponad 21 lat – „oczko!” – pracując w IP PW, obecnie ZTP, usiłuję „czeladnikować” w tej branży, jakoś ją „uprawiać”, choć przynajmniej lekko nie jest. Z tego, co wiem – Państwu, znaczy się Czasopismu „ŚWIAT DRUKU” chwilami też „pod górę”, niestety...

Miło wspominać 10-lecie, w którym miałam przyjemność uczestniczyć. Na 15-lecie już „nie zapalałam się” wprawdzie, ale za to teraz tę skromną laurkę mogę popęlić. Raz jeszcze dalszych sukcesów i długich lat funkcjonowania i rozkwitu Czasopismu, Jego Twórcom i Kooperantom, a w życiu osobistym Wszystkim Państwu szczęścia, zdrowia i radości oraz wszelkiej pomyślności!

**dr hab. inż. Halina Podsiadło  
Zakład Technologii Poligraficznych PW**

Czym jest druk? Ktoś powiedział, że sztuką, dzięki której biały papier zaczyna mówić. W przypadku „Świata Druku” ten komunikat trwa już 20 lat. Dużo czy mało? Moim zdaniem dużo, bowiem te dwie dekady to niewiele mniej niż liczy sobie polska prywatna poligrafia.

Wspañia dziennikarska przygoda i wielka odpowiedzialność relacjonować prawie rewolucyjne zmiany i to w sposób zasługujący na szacunek czytelników. Tak, „Świat Druku” trwale wpisał się w rzeczywistość rodzimej poligrafii, co można rozumieć zarówno wprost, jak i w przenośni.

Dzień 20-tych urodzin obok splendoru przynosi jednak również wyzwania. Branża zmienia się! Dominująca, nieco leciwa dama, musi zmienić się w kuzynkę po operacji plastycznej zajmując jedno z wielu miejsc przy stole rodziny mediów komunikacyjnych. To nowy, ekscytujący temat, zmieniający się czytelnicy, trochę inna tematyka, ale nie wątpię, że „Świat Druku” będzie trwał realizując swoją misję, bowiem dobre dziennikarstwo taką właśnie rolę pełnić powinno. Szkoda tylko, że to, co bliskie wydawnictwom branżowym, częstokroć pozostaje nieosiągalne dla prasy codziennej.

W tym miejscu najwyższy czas na życzenia dla Jubilata. Niech w równej dobrej formie pełni swoją posługę wobec czytelników przez następne dekady, niech zespół ludzi tworzący ten projekt doświadcza należącego szacunku za dobrą pracę i wreszcie, niech czytelnicy jutro, tak jak dzisiaj, z przyjemnością i satysfakcją odkrywają wszystkie strony „Świata Druku”.

„Sto lat”, a za dotychczasowych 20 oraz za życzliwość w stosunku do wielu przedsięwzięć, które przyszło nam wspólnie realizować w imieniu Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga serdecznie dziękuję!

**Jacek Kuśmierczyk  
Polskie Bractwo  
Kawalerów Gutenberga**

Z okazji jubileuszu 20-lecia wydawnictwa i miesięcznika „Świat Druku” pragnę złożyć na ręce Pani Prezes Jolanty Ziemiak-Ronke oraz wszystkich pracowników wydawnictwa serdeczne gratulacje, wyrazy największego uznania oraz życzenia dalszych sukcesów i rozwoju firmy.

**Katarzyna Wojniak  
Dyrektor Biura Zarządu  
Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych**

W imieniu władz i wszystkich członków Polskiej Izby Druku, z okazji XX-lecia istnienia periodyku pt. „Świat Druku”, całej redakcji i współtworzącym ten wspañiały i obiektywny miesięcznik branżowy życzymy następnym jubileuszom oraz zachowania pasji i kreatywności, która jest fundamentem Państwa dzisiejszych sukcesów.

**Ryszard Czeakała  
Dyrektor Polskiej Izby Druku**

Z ogromną satysfakcją korzystam z okazji, aby w imieniu członków i kierownictwa Polskiej Izby Opakowań przekazać życzenia i gratulacje z okazji Jubileuszu XX-lecia Wydawnictwa i Redakcji miesięcznika „Świat DRUKU”. Życzymy kolejnych, równie bogatych w dokonania, co najmniej 20 lat działalności. Zaś słowa gratulacji kierujemy z tytułu budzących podziw i uznanie osiągnięć, jakie stały się dziełem dzisiejszych jubilatów.

Polska Izba Opakowań w ostatnich latach blisko współpracuje tak z Wydawnictwem, jak i redakcją czasopisma, w dziedzinie popularyzacji przemysłu opakowań, a w szczególności w upowszechnianiu wiedzy o roli poligrafii (druku) we współczesnych opakowaniach. Wspólnie organizowaliśmy seminaria i warsztaty poświęcone problematyce poligrafii opakowaniowej. „Świat DRUKU” był aktywnym patronem medialnym I. Kongresu Przemysłu Opakowań (październik 2012). Na łamach tego interesującego czasopisma ukazywały się artykuły o współczesnym przemyśle i rynku opakowań oraz o zadaniach i działalności Polskiej Izby Opakowań. Dlatego też jubileusz XX-lecia Wydawnictwa Polski Drukarz i miesięcznika „Świat DRUKU” stanowi dla Polskiej Izby Opakowań szczególną okoliczność do przekazania wyrazów uznania za przebytą, jakże bogatą w konkretne dokonania, drogę.

Zarówno Wydawnictwo, jak i miesięcznik, to prawie równieży Izby. Dzieli nas co do momentu powstania zaledwie rok, bowiem Polska Izba Opakowań będzie świętować jubileusz swojego XX-lecia w roku 2014. Dobrze zatem wiemy, w jakim czasie przyszło funkcjonować (żyć i działać) dzisiejszym jubilatowi. To szczególny czas, dynamicznego rozwoju zarówno przemysłu poligraficznego, jak i opakowań. To czas tworzenia nowej jakości w tych przemysłach – dotyczy to zwłaszcza przemysłu poligraficznego. W tym czasie „Świat DRUKU” był źródłem wiedzy dla właścicieli firm, kadry menedżerskiej, pracowników drukarni, studentów poligrafii, dla agencji reklamowych i dla dostawców nowych technologii. I tak jest do dzisiaj. W trudnych warunkach ekonomicznych funkcjonowania wydawnictwo udaje się naszym Jubilatowi zachowywać zdrowe proporcje pomiędzy misją informacyjną miesięcznika a treściami reklamowymi. Gratulujemy. Wiemy, jak trudno zachować dzisiaj taką równowagę.

W roku jubileuszu życzymy wszystkim, dzięki którym istnieje Wydawnictwo Polski Drukarz i miesięcznik „Świat DRUKU”, powodzenia w realizacji zamierzeń. Wielu wiernych czytelników. Gratulujemy Wam minionych 20 lat i życzymy kolejnych równie owocnych. Warto bowiem pamiętać, że wszelkie instytucje i organizacje tworzą ludzie, i to oni decydują o ich społecznej przydatności. Stąd upoważniony i w pełni zasłużony ukłon w stronę osób stanowiących Wydawnictwo i „Świat DRUKU”.

**Wacław Wasiak**  
Redaktor Naczelny Biuletynu Opakowaniowego  
Dyrektor Polskiej Izby Opakowań



W imieniu członków Polskiego Stowarzyszenia Sitodruku i Druku Cyfrowego, pragnę złożyć serdeczne gratulacje z okazji Jubileuszu 20-lecia powstania wydawnictwa Polski Drukarz oraz miesięcznika „Świat Druku”. Miniony okres to dowód wspaniale wykonywanej pracy nie tylko wydawniczej, ale także aktywnej działalności w zakresie informacyjnym i edukacyjnym dla polskiej poligrafii. Jesteśmy bardzo wdzięczni za zaangażowanie, wysoką jakość

i niegasnący zapał w tworzeniu nowych pomysłów dla czytelników „Świata Druku” oraz słuchaczy seminariów Akademii Wiedzy.

Dziękując za wieloletnią, bardzo dobrą współpracę pragnę złożyć na Pani ręce najserdeczniejsze życzenia wszystkiego najlepszego dla całego zespołu osób tworzących Wasz dzisiejszy sukces, kolejnych wielu lat dobrego prosperowania na naszym rynku, z równie interesującym programem szkoleniowym, który znacząco poszerzać będzie wiedzę przedstawicieli naszej branży.

**Jacek Stencel**  
Prezes PSSiDC

20 lat to dużo czy mało? Ciężkie pytanie, jeżeli nie znamy punktu odniesienia. To jest bardzo dużo, jeżeli chodzi o istnienie czasopisma na rynku informatyczno-poligraficznym, gdzie gwałtownie pojawiają się i znikają wydania, które nie są w stanie zaciekać, zainteresować czytelnika. Rynek poligraficzny w Polsce jest dość mały – więc jest i mało odbiorców, co za tym idzie – trudno uważać miesięcznik „Świat DRUKU” za gazetę, która osiągnęła szczyt popularności w Polsce, ale życzę wydawnictwu i miesięcznikowi „Świat DRUKU”, aby zawsze było młodym, świeżym czasopismem, z nowymi pomysłami i coraz większą liczbą czytelników. Ze swojej strony postaramy się dostarczać państwu młodych czytelników, a możliwe, że i nowych pracowników.

**dr hab. inż. Yuriy Pyr'yev**  
Prof. nzw. PW  
Kierownik Zakładu  
Technologii Poligraficznych IMiP  
Politechniki Warszawskiej

Z okazji 20-lecia Redakcji „Świata Druku” chciałabym w imieniu firmy Reprograf złożyć najserdeczniejsze gratulacje, wyrazy uznania zarówno dla obecnego Redaktora Naczelnego – Pani Jolanty Ziemiak-Ronke, jak i dla wszystkich Pracowników Redakcji. Gratuluję sukcesu, jakim niewątpliwie jest wypracowanie mocnej pozycji na rynku prasowym w branży poligraficznej. Życzę, by w przyszłości nadal z dużym powodzeniem czasopismo „Świat Druku” łączyło w swej treści technologiczne i praktyczne aspekty prezentowanych rozwiązań.

Niech działalność Państwa Redakcji z każdym kolejnym rokiem umożliwi Państwu rozwój firmy, sukcesy i satysfakcję. Życzymy stałego zwiększania liczby Czytelników oraz wielu następnych wspaniałych jubileuszy!

**Jolanta Kurowiak**  
Prezes Zarządu  
Reprograf SA

Życzymy Redakcji „Świata Druku”, jak również całemu zespołowi redakcyjnemu wielu sukcesów redakcyjnych i kolejnych jubileuszy. Jednocześnie dziękujemy za współpracę, licząc, że kolejne lata będą również owocne dla obu stron.

**Beata Grochowicz**  
Dyrektor Administracyjny  
Riset Polska

Z okazji jubileuszu 20-lecia Państwa wydawnictwa przekazujemy najserdeczniejsze gratulacje. „Świat DRUKU” uważamy za rzetelne i wiarygodne źródło informacji na temat branży poligraficznej i zawsze z niecierpliwością czekamy na kolejne wydania.

Życzymy dalszych sukcesów i rozwoju firmy na trudnym rynku prasowym.

**Krzysztof Jasiński**  
Dyrektor Handlu i Marketingu  
Rotadynie Polska Sp. z o.o.

Niezmiernie miło nam jest należeć do grona przyjaciół wydawnictwa „Świat DRUKU”. Jubileusz 20-lecia istnienia to powód do dumy, ale i okazja do podsumowań dotychczasowej działalności.

W dzisiejszych czasach, niełatwych przecież dla rynku wydawniczego, niewiele jest pism, które poszczycić się mogą fachowością, rzetelnością prezentowanych treści i pełną otwartością na współpracę. Przez dwadzieścia minionych lat





sumiennie starali się Państwo, by miesięcznik miał nowoczesną formę i był interesujący, co bywa nietatwe, gdy publikuje się specjalistyczne treści. Ogromnie doceniamy Państwa zaangażowanie i dbałość o trzymanie wysokiego poziomu merytorycznego „Świata DRUKU”.

W imieniu Zarządu firmy Saueressig Polska Sp. z o.o. pragnę złożyć na Pani ręce serdecznie gratulacje z okazji 20-lecia

istnienia wydawnictwa i miesięcznika „Świat DRUKU” oraz życzyć wielu kolejnych lat pełnych sukcesów. Wyrażamy nadzieję, że nasza współpraca nadal przebiegała będzie harmonijnie i owocnie.

**Rafał Zaborowski**  
Saueressig Polska

W imieniu własnym i współwłaścicieli firmy Scorpio chcielibyśmy złożyć na Pani ręce najserdeczniejsze życzenia z okazji 20-lecia działalności Wydawnictwa Polski Drukarz i jego sztandarowego czasopisma – „Świata Druku”. Jako twórcom Polskiego Drukarza jest nam szczególnie miło obserwować ciągly jego rozwój, uczestniczyć w organizowanych przez Pani zespół przedsięwzięciach i zapoznawać się z oferowanymi przez Wydawnictwo branżowymi publikacjami.

Życzymy Pani osobiście i całemu zespołowi redakcyjnemu dużo wytrwałości w kolejnych latach funkcjonowania, wielu kreatywnych pomysłów oraz zadowolenia i satysfakcji z realizacji założonych celów. Oby zawsze dopisywali Wam liczni czytelnicy, bogaci reklamodawcy i uznani autorzy, a kolejne okrągłe rocznice obchodzone były w równie optymistycznej atmosferze i uroczystej oprawie.

Z wyrazami szczerego uznania,

**Barbara Stańczyk i Andrzej J. Gosk**  
Scorpio Sp. z o.o.



Na Pani ręce, z okazji 20-lecia istnienia wydawnictwa Polski Drukarz oraz magazynu „Świat Druku”, chcielibyśmy złożyć najserdeczniejsze życzenia pomyślności oraz samych sukcesów w nadchodzących latach.

**Zarząd i pracownicy**  
firmy Sistrade

Z okazji jubileuszu „Świata Druku” składam najserdeczniejsze życzenia. Życzę kontynuacji działalności wydawniczej oraz nowych, ciekawych inicjatyw. Oby się stale powiększało grono stałych czytelników. Jesteście naszym wiernym partnerem (patronem medialnym) w organizowanych przez nas Poligraficznych Konfrontacjach. Zawsze możemy na was liczyć.

**w imieniu Zarządu**  
Stowarzyszenia Absolwentów  
Instytutu Poligrafii PW  
Maria Kwiatkowska

W imieniu swoim i moich koleżanek i kolegów ze Stowarzyszenia Dystrybutorów Papieru życzymy Ci szanowna Redakcjo równie wspaniałych tekstów co do tej pory przez następne 100 lat! Dziękujemy za Waszą aktywność i wsparcie dla branży poligraficznej i liczymy na Wasze wsparcie również w następnych latach

**Przemysław Januszko**  
Prezes Stowarzyszenia  
Dystrybutorów Papieru  
i Prezes Zarządu Europapier-Impap

Przesyłam wyrazy uznania i serdeczne gratulacje z okazji Jubileuszu 20-lecia działalności wydawnictwa „Polski Drukarz” oraz miesięcznika „Świat Druku”. Pełnią one nader pożyteczną rolę informując szerokie kręgi poligrafów o nowych osiągnięciach i perspektywach postępu w tej bardzo ważnej dziedzinie nauki i techniki. Istotne znaczenie ma również krzewienie wiedzy o historycznej roli drukarstwa w rozwoju cywilizacyjnym nie tylko Europy, ale całego świata. Na podkreślenie i uznanie zasługują również informacje o działalności i osiągnięciach firm poligraficznych na rynku krajowym.

Życzę Kierownictwu i Pracownikom dalszych osiągnięć zawodowych i satysfakcji z rozwoju poligrafii w Polsce.

**Prof. Barbara Surma-Ślusarska**  
Instytut Papiernictwa i Poligrafii  
Politechniki Łódzkiej

Z okazji okrągłego jubileuszu 20-lecia działalności miesięcznika „Świat Druku” oraz wydawnictwa Polski Drukarz składamy na ręce całej Redakcji serdeczne gratulacje oraz powinszowania.

Przez 20 lat udało się Państwu stworzyć solidną, rzetelną firmę. Wydawany przez Państwa „Świat Druku” dotyka wielu innowacyjnych, ciekawych i zawiłych często zagadnień.

Cieszymy się ze współpracy z wiodącym w branży piśmem i życzymy Państwu dalszych sukcesów zawodowych, szerokiej perspektywy rozwoju oraz dużo energii i zapału w spełnianiu założonych celów.

**Paulina Tumiel**  
i **Agnieszka Ertman**

Szanowna Redakcjo „Świata Druku”, miłym zaskoczeniem była dla mnie informacja, że w bieżącym roku mija właśnie 20 lat, odkąd Wydawnictwo Polski Drukarz wraz z miesięcznikiem „Świat Druku” rozpoczęło swoją działalność. 15 lat temu, czyli w roku 1998, zostałem zaproszony do grona współpracujących z Wami autorów. W lipcowym numerze „Świata Druku” ukazał się wtedy mój pierwszy, krótki tekst pod tytułem „Pogoda dla prasy”. Od tej chwili rozpoczęła się regularna współpraca z redakcją „Świata Druku”, w wyniku której napisałem ponad trzydzieści artykułów, poświęconych projektowaniu typografii. Podsumowaniem tej profesjonalnej i przyjacielskiej współpracy było wydanie książki zatytułowanej „Lettera Magica”, w której znalazła się większość moich artykułów opublikowanych wcześniej w „Świecie Druku”. Mam nadzieję, że wiedza zawarta w tej książce do dziś służy młodym adeptom sztuki projektowania.

Serdecznie gratuluję Wydawnictwu oraz Redakcji „Świata Druku” wspaniałego, dwudziestoletniego dorobku i życzę kolejnych lat aktywnej i twórczej działalności. Z wyrazami szacunku i przyjaźni,

**Krzysztof Tyczkowski**

Ze „Światem Druku” znam się nie od dziś. Mam zaszczyt bycia prelegentem na konferencjach i szkoleniach organizowanych przez wydawcę miesięcznika. Kilkukrotnie też na łamach „Świata Druku” były opublikowane moje artykuły. Mam też kontakt z pismem przy okazji działalności Stowarzyszenia Absolwentów Instytutu Poligrafii PW, których „Świat Druku” jest zawsze patronem medialnym. Każda impreza organizowana przez wydawnictwo zostaje ciepło zapisana w mojej pamięci.

Kochany „Świecie Druku”, z okazji Twoich dwudziestych urodzin życzę Ci samych ciekawych tematów do opisywania, udanych konferencji i pasma samych sukcesów!

**Danuta Tyrowicz**



W imieniu własnym oraz wszystkich pracowników pragnę złożyć najserdeczniejsze życzenia oraz gratulacje z okazji wspaniałego jubileuszu 20-lecia Wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o. Cieszy nas, że Państwa firma nieustannie się rozwija i doceniamy wkład, jaki wnosi w rozwój polskiej branży poligraficznej.

Życzymy, by kolejne dziesięciolecia upływały pod znakiem znamienych sukcesów i dalszego rozwoju, a jednocześnie były kontynuacją naszej dobrej współpracy.

**Josef Kurzok  
Prezes Zarządu  
Weilburger Grafik-Polska Sp. z o.o.  
i Violetta Grafik-Polska Sp. z o.o. Sp. k.**



On behalf of the whole company Wink, I send our compliments and congratulations on the 20<sup>th</sup> anniversary of your printing house and magazine. 20 years of succes is really worth a celebration, especially in this very fast developing world of printing. During these two decade, „Świat Druku” has been a key to our succeses on the Polish market. The magazine itself and all its events and academies have been an excellent platform for gaining new contacts and promoting our die-cutting tools in Poland.

We are very thankful for having such a reliable, friendly and professional partner throughout the years. Our best wishes for the future, where print will for sure find its place in a digital world.

**Dr. Andre Gysbers  
wink Stanzwerkzeuge GmbH & Co. K**

Z okazji obchodów Jubileuszu 20-lecia istnienia Wydawnictwa oraz miesięcznika „Świat Druku” Zarząd i pracownicy firmy Wolff Trading pragną serdecznie pogratulować tej pięknej rocznicy i podziękować za długoletnią, owocną i satysfakcjonującą współpracę.

Jako wierni i stali czytelnicy czasopisma żywimy nadzieją, że nasza wzajemna współpraca w kolejnych latach będzie równie udana, przyczyniając się do dalszego rozwoju i wzmocnienia rangi polskiej branży poligraficznej.

Jubileusz 20-lecia jest efektem niezwykle skutecznej działalności wydawniczej prowadzonej przez lata na polskim rynku usług poligraficznych. Fachowość, rzetelność i merytoryczność w prezentowaniu zagadnień z branży to główne cechy wyróżniające miesięcznik „Świat Druku”. Życzymy dalszych sukcesów i wytrwałości w realizacji zadań, jakie przed Państwem stoją.

**Zarząd i pracownicy firmy  
Wolff Trading**

Z okazji jubileuszu 20-lecia działalności „Świata Druku” składamy najserdeczniejsze gratulacje i wyrazy uznania za dotychczasowe osiągnięcia. „Świat Druku” sprawia, że polski kawałek świata poligrafii jest bardziej kolorowy.

Dziękując za bardzo dobrą współpracę życzymy całej redakcji wielu sukcesów.

**ZFP Zakład Foliowania Papieru**

Pragnę przekazać wyrazy wdzięczności za wspólne lata życzliwej współpracy oraz z okazji Waszego Jubileuszu życzyć pomnożenia nakładu i objętości naszego-Waszego pisma.

**Adam Zindulski  
Zinart Systemy Graficzne**

Z okazji 20-lecia pracy „Świata Druku” składamy najszczerze gratulacje, życzymy całej redakcji dalszych sukcesów i rozwoju firmy oraz następnych pięknych jubileuszy.

**AKCYDENS  
Zakład Poligraficzny  
Adam Cichocki i Synowie**

Z okazji XX-to lecia istnienia na rynku prasowym firma Bobst Polska Sp. z o.o. pragnie złożyć na ręce Redakcji „Świata Druku” najserdeczniejsze gratulacje i szczerze wyrazy uznania za wytrwałe dążenie do realizacji zamierzonych celów oraz istotny wkład w kształtowanie świadomości środowisk związanych z przemysłem poligraficznym i opakowaniowym. Życzymy Państwu odważnych i innowacyjnych pomysłów na dalszy rozwój oraz samych sukcesów w przyszłości, z nadzieją, że nasza firma nadal będzie miała w tym swój „niewielki” wkład. Dziękujemy za wieloletnią bardzo owocną współpracę, za Państwa ogromne zaangażowanie i wytrwałość. Oby to nigdy nie uległo zmianie.

**Zarząd i pracownicy  
Bobst Polska Sp. z o.o.**



## Na dwudziestolecie „Świata Druku”

*Andrzej Nowicki*

*ukłonów Pi Shenga  
uśmiechów Jana Gutenberga  
zza światów  
ojców i matek czcionek  
jedynek zer  
nanomatryc  
na świat  
drukujących lal  
dla wyobraźni  
dwóch biegunów  
poli grafii*

*w pracy  
współpracy  
w domu  
foremek do babeczek  
w niebie  
pieczęci  
w sztuce  
wędrujących dookoła góry Fudzi  
w Łodzi  
życzy  
Andrzej od drukującej kuli*



































# Agfa Graphics

– zagrajmy razem









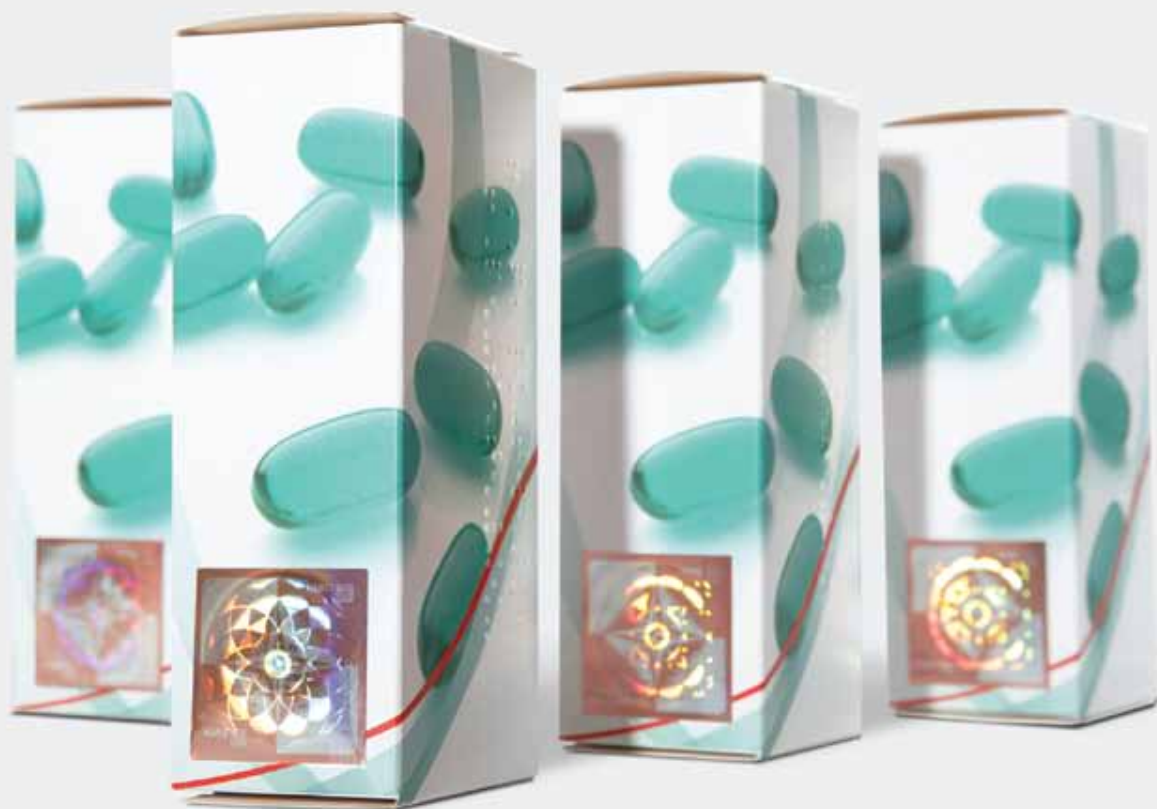
## ColorEdge CG246

# Monitor klasy A według FOGRA

- monitor przeszedł testy organizacji FOGRA, potwierdzające ◀  
możliwość wykorzystania go w systemach softproofingowych
- wbudowany czujnik do automatycznej kalibracji ◀
- szybka stabilizacja obrazu ◀
- kontrola równomierności podświetlenia oraz koloru ◀
- odzworowanie 97% przestrzeni Adobe RGB ◀



# PHARMA SOLUTION



## ŻEBY SIĘ LEPIEJ SPAŁO

W zakresie produkcji opakowań kartonowych dla sektora farmaceutycznego żadna firma na rynku nie oferuje tak wysokiej produktywności oraz szerokiego asortymentu urządzeń najwyższej jakości jak BOBST. Nasza oferta spełnia nawet najwyższe wymagania klientów związane z jakością produkowanych przez nich opakowań. W naszym portfolio znajdują Państwo maszyny do tłoczenia folię na gorąco zapewniające najwyższą ochronę produktów, precyzyjne i wysoce zautomatyzowane urządzenia sztancujące, jak również niezwykle wydajne

składarko-sklejarki z możliwością tłoczenia kodów Braille'a w linii wraz z zaawansowanymi systemami kontroli jakości. Oferujemy również indywidualne rozwiązania dopasowane do produkcji opakowań farmaceutycznych, które pozwolą uzyskać najwyższą wydajność oraz jakość produktu końcowego, a także oszczędzą Państwu wielu nieprzespanych nocy.

**BOBST: Dla nas wydajność i jakość to standard.**

# ...see things differently



Zdefiniuj od nowa swój proces druku **heatsetowego**  
Nowa gospodarka w offsecie rolowym, od maszyny z najszerzą wstęgą na świecie do najlepiej sprzedającej się maszyny 16-stronicowej

Przetestuj granice przy **wydawaniu gazet**  
Technologie, które odkrywają na nowo możliwości produkcji, od pojedynczego do potrójnego formatu

Zrestrukturyzuj produkcję **opakowań**  
"Nowe możliwości - produkcja o wysokiej jakości, wysoka produktywność, produkcja ekonomiczna".

Przemysł jeszcze raz, przedefiniuj cele, odkryj na nowo...  
Dodaj nowych sił swoim urządzeniom dzięki usługom, uaktualnieniom i modernizacjom, stworzonym dla utrzymania maszyn w produkcji

**GOSS** | INTERNATIONAL

...see things differently

# Drukarnia

**EMERSON**

## Emerson Polska Sp. z o.o. S.K.A.

Drukarnia Emerson rozpoczęła swoją działalność w 1992r. Od wielu lat jest liderem w Europie w zakresie produkcji poligraficzno-reklamowych.

Specjalizujemy się w rolowym druku offsetowym, cyfrowym i fleksograficznym, wykonywanym w dowolnej ilości kolorów na szerokiej gamie surowców - offsetowych, powlekanych, samokopiujących, termicznych i samoprzylepnych. Stosujemy specjalne formy zabezpieczenia drukowanych formularzy - mikrodruk, gilosze, farby widzialne w świetle UV, farby luminescencyjne, termochromowe, niekopiowalne, znaki wodne, wybiórcze lakierowanie. Wykonujemy formularze personalizowane mechaniczne (numerator), laserowo oraz w technice Ink Jet.



### Główne produkty drukarni Emerson:

- Kupony loteryjne i zdrapki
- Mailingi promocyjne (direct mail)
- Druki personalizowane
- Ulotki, broszury i inne materiały reklamowe
- Rolki z nadrukiem indywidualnym na papierze offsetowym i termicznym
- Etykiety samoprzylepne na rolkach, w składance i na arkuszu (również z nadrukiem)



### Nasze certyfikaty:

- Zakładowy System Kontroli Pochodzenia Produktu FSC (Forest Stewardship Council)
- Zarządzanie Jakością ISO 9001
- Zarządzanie Środowiskowe ISO 14001
- Zarządzanie Bezpieczeństwem Informacji ISO 27001



## EMERSON Polska Sp. z o.o. S.K.A.

ul. Belzacka 176/178; 97-300 Piotrków Tryb., Polska; tel: +48 44 649-06-50; fax: +48 44 649-06-41 [www.emerson.pl](http://www.emerson.pl)



**Bez wywoływarki,  
chemii, gumy, wody  
i odpadów**

**Nowa PRO-T3  
Nie ma lepszej**

**"Nie potrzebujemy już wywoływarki a więc oszczędzamy na chemii, wodzie i energii którą generowała. Nie jest to tylko najbardziej przyjazny środowisku wybór, ale i najbardziej oszczędny."**

**Alex Greenman,**

Współwłaściciel oraz kierownik sprzedaży, Axis Printing Ltd.

### **Brillia HD PRO-T3**

Najbardziej zaawansowana płyta

Brillia HD PRO-T3 jest najbardziej zaawansowaną płytą na rynku. Produkcja płyt jest prosta i szybka. PRO-T3 nie wymaga wywoływania, chemii, gumy czy wody, a co za tym idzie, nie wytwarza żadnych odpadów. Może pomóc zmniejszyć koszty, zredukować obsługę, przyspieszyć produkcję oraz zminimalizować wpływ na środowisko. Prawdziwie przyjazna środowisku płyta.

Green is good. Nothing is better. PRO-T3.



Aby dowiedzieć się więcej odwiedź

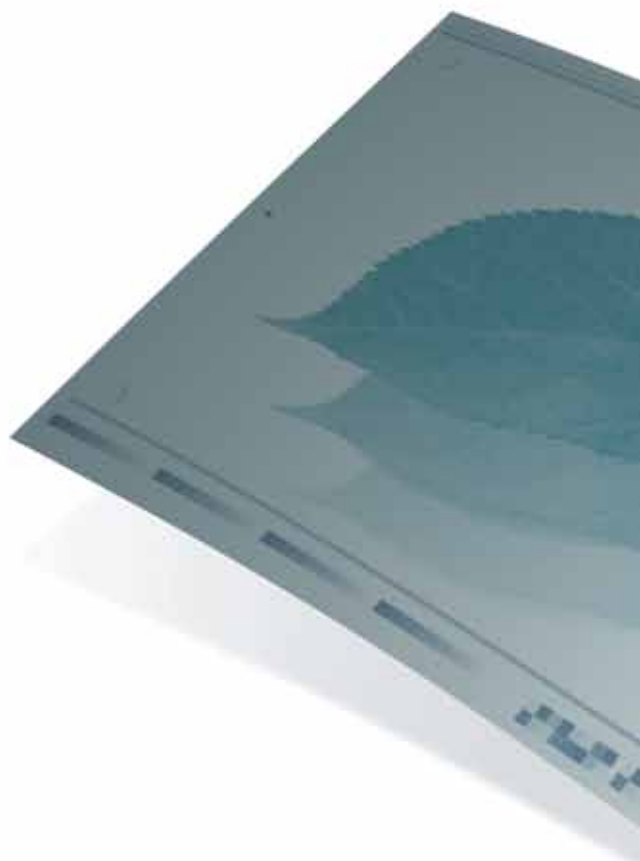
**WWW.PRO-T3.COM/PW**

#PRO-T3

**PRO T3**  
SETTING NEW STANDARDS

POWER TO SUCCEED

**FUJIFILM**



# CRON

## INWESTYCJA W OSZCZĘDNOŚĆ

GRAFIKUS - Systemy Graficzne Sp. z o.o.  
tel. 22 549 09 00  
fax. 22 549 09 40  
e-mail: [ctp@grafikus.com.pl](mailto:ctp@grafikus.com.pl)  
[www.grafikus.com.pl](http://www.grafikus.com.pl)



Szukasz oszczędności w firmie?

Drukujesz?

Masz własną przygotowalnię?

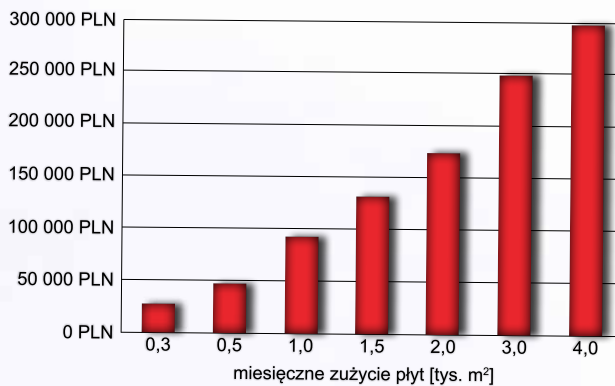
Chciałbyś osiągać większe marże?



### CRON

CTP do płyt konwencjonalnych

### Ile zyskasz rocznie?

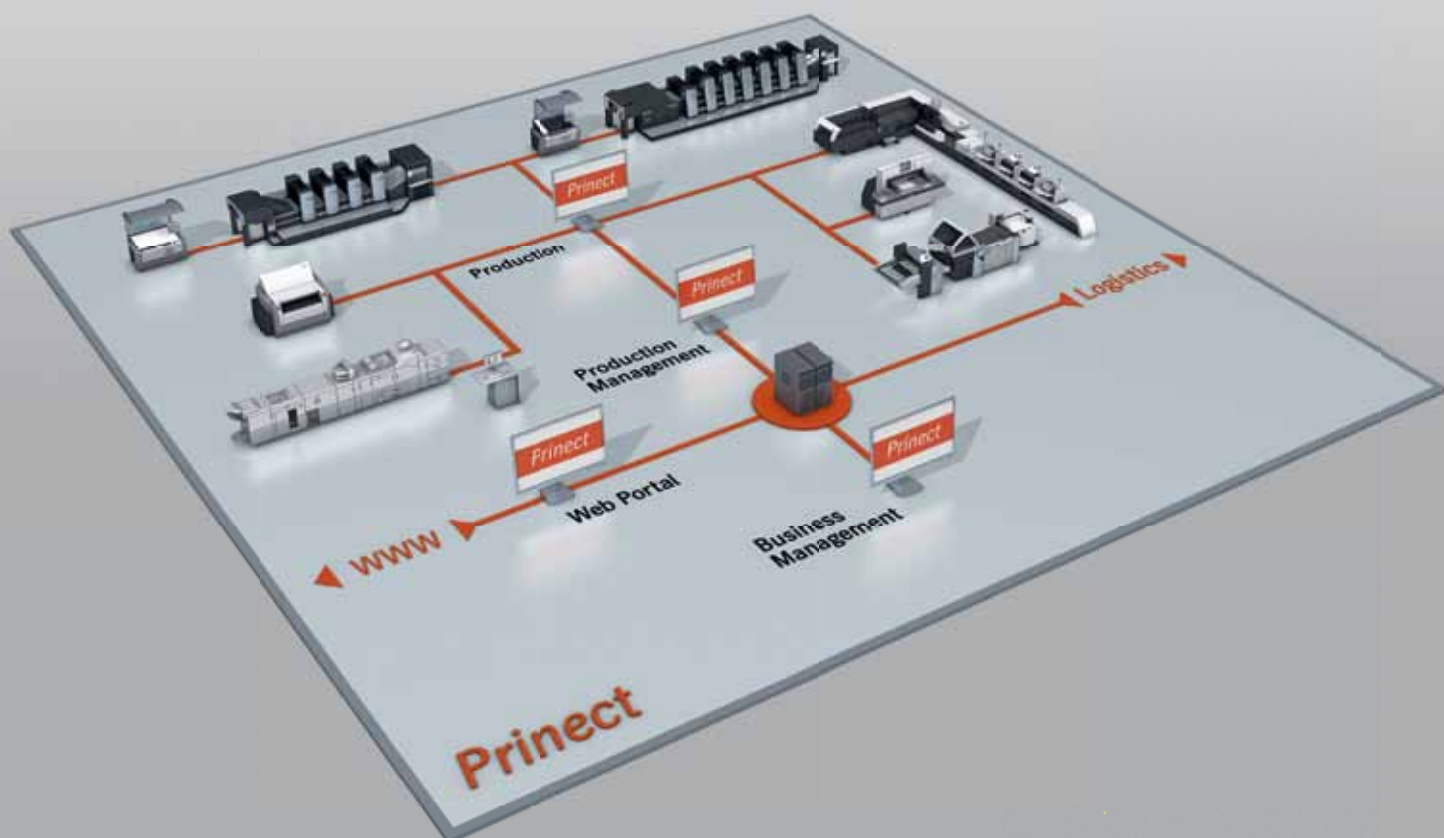


Powyższy wykres pokazuje jak różnica w cenie zakupu płyt UVP w porównaniu do popularnych płyt termicznych wpływa na roczne oszczędności w firmie, w zależności od ilości miesięcznego ich zużycia.

**Koszty Twojej przygotowalni  
mogą być mniejsze nawet o 30%.**

**Jak? Skontaktuj się z nami.  
Dopasujemy indywidualne rozwiązanie.**

# Get Prinected!



Wszystkie procesy muszą być przejrzyste i zrozumiałe, aby Państwa drukarnia była jak najlepiej przygotowana na wymagania rynku. Dlatego też firma Heidelberg opracowała system Prinect, który integruje, steruje i przyspiesza cały proces produkcyjny w drukarni, zapewniając Państwu najwyższą jakość i elastyczność produkcji.

**HEIDELBERG**





# Perfekcyjnie nawet po 500 milionach odbitek.

Nie wszystkie maszyny są jednakowe.

[manroland.com](http://manroland.com)



**manroland**  
sheetfed

WE ARE PRINT.®

**Wszystkie techniki uszlachetniania druku  
i ich perfekcyjne połączenia  
W JEDNYM MIEJSCU!**

# MultiFol

Uszlachetnianie druku

## **ZŁOCENIE DO FORMATU B1**

- foliami metalicznymi -
- foliami dyfrakcyjnymi -

## **LAKIEROWANIE UV**

- wybiórcze -
- po całości -
- brokatowanie -
- zdrapki -
- lakier wypukły 3D -
- lakiery specjalne -

## **FOLIOWANIE DO FORMATU B0**

- foliowanie arkuszy  
z wyciętym okienkiem -
- folią matową -
- folią błyszczącą -
- folią PET metalizowaną -
- folią strukturalną -

## **KALANDROWANIE**

- faktura płótna -
- faktura skóry -

## **WYKRAWANIE**

**Kraków, ul T. Śliwiaka 28  
tel. 12-294-91-36, 500-082-754**

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





- Jesteśmy ogólnopolskim operatorem pocztowym
- Oferujemy naszym Klientom najbardziej optymalne rozwiązania w zakresie wysyłki pocztowej
- Stawiamy na krótki czas doręczenia, bezpieczeństwo każdej przesyłki oraz niskie koszty



**Dzięki nam Twoje listy nabiorą prędkości...**

Speedmail Sp. z o.o.

T +48 44 647 47 47

E [office@speedmail.pl](mailto:office@speedmail.pl)

I [www.speedmail.pl](http://www.speedmail.pl)





# GREBE GROUP

## Innovative Coatings

### WEILBURGER Grafik-Polska Sp. z o.o.

ul. Skośna 8, Batorowo  
62-080 Tarnowo Podgórne

tel. 61 661 70 12  
fax 61 661 70 01  
email: [biuro@weilburger-grafik.pl](mailto:biuro@weilburger-grafik.pl)  
[www.weilburger-grafik.pl](http://www.weilburger-grafik.pl)  
[www.weilburger-graphics.de/pl/start](http://www.weilburger-graphics.de/pl/start)

Jesteśmy jednym z wiodących przedsiębiorstw w dziedzinie uszlachetniania druku w przemyśle opakowań, etykiet i druków akcydensowych.

Dostarczamy produkty dla arkuszowego oraz rolowego druku offsetowego, maszyn lakierujących, a także dla sitodruku i fleksografii. Do naszej oferty należy także organizacja seminariów i szkoleń.

Jesteśmy innowacyjnym i efektywnym partnerem naszych klientów. Stawiamy do dyspozycji szeroki asortyment produktów, doradztwo techniczne, nowoczesne rozwiązania technologiczne oraz fachowy serwis techniczny dla produktów opracowanych na potrzeby naszych klientów i dostosowanych do ich parku maszynowego.

Oferujemy:

- lakiery dyspersyjne
- lakiery UV
- lakiery specjalne – zabezpieczające, antypoślizgowe, impregnujące, termoodporne, blistrowe
- lakiery do efektów twin i hybrydowych
- lakiery z pigmentami Iriodin
- atestowane lakiery dyspersyjne i UV o niskim stopniu migracji przeznaczone na opakowania artykułów spożywczych – seria Food Packaging
- dodatki do lakierów
- kleje do laminowania
- kleje dyspersyjne do składarko-sklejarek
- wodne farby fleksograficzne



#### SENOLITH®-WB

Lakiery dyspersyjne na bazie wody, od matowych po wysoki połysk, lakiery efektowe.



#### SENOLITH®-WB-FP-DC

Certyfikowane lakiery dyspersyjne na bazie wody, od matowych po wysoki połysk, lakiery efektowe – kontakt bezpośredni.



#### SENOLITH®-WB-FP-NDC

Certyfikowane lakiery dyspersyjne na bazie wody, od matowych po wysoki połysk, lakiery efektowe – kontakt pośredni.



#### SENOLITH®-UV

Lakiery utwardzane promieniami UV, od matowych po błyszczące, lakiery efektowe.



#### SENOLITH®-UV-FP

Certyfikowane lakiery UV na opakowania artykułów spożywczych oraz produktów wrażliwych na zapach.



#### SENOSCREEN®-UV

Sitodrukowe lakiery UV, duża różnorodność efektów uszlachetniania.



#### SENOFLEX®-WB

Seria bazujących na wodzie farb i lakierów dla fleksografii.



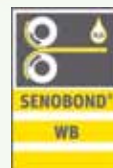
#### SENOSAFE®-BP

Lakiery dyspersyjne i UV służące ochronie marki.



#### SENOSOFT®-WB

Lakiery dyspersyjne charakteryzujące się specjalną haptką.



#### SENOBOND®-WB

Oparty na bazie wody klej do laminowania folią.



#### SENOCELL®

Rozpuszczalniki oraz wodne lakiery i farby, od matowych po błyszczące, duży wybór kolorów.



## CONGRATULATIONS!

Our congratulations to Świat Druku on 20 years of success in the „world of printing“, and many thanks for being such a reliable and helpful partner on the Polish market - and beyond.

Labels, envelopes, tickets, coupons, and many more: Whenever you need perfect die-cutting tools, **wink** is your first choice. Contact us today to learn more about our flexible dies, steel rule dies and rotary cylinders. Our friendly sales team will be happy to assist you.

**You cut, we care.**



**wink Stanzwerkzeuge GmbH & Co. KG**  
Lerchenstr. 12-18, 49828 Neuenhaus, Germany  
Tel.: +49 5941 9270-0 | E-Mail: [info@wink.de](mailto:info@wink.de)  
[www.wink.de](http://www.wink.de) | [www.wink-poland.com](http://www.wink-poland.com)

**wink**<sup>®</sup>  
*You cut, we care.*





Świat **D** **20** YEARS **DRUKU**  
The World of Printing



Świat **DRUKU**  
The World of Printing

**20** YEARS



## Dear readers and friends,

*We have pleasure in presenting you this unique publication prepared on the occasion of the jubilee of our publisher – Polski Drukarz sp. z o.o. and the journal “Świat DRUKU” (The World of Printing).*

*Over twenty years have already passed! Our publishing company was registered on 22<sup>nd</sup> of December, 1992 and the first number of “Świat DRUKU” (The World of Printing) appeared in March, 1993. The last twenty years have witnessed significant transformations and rapid scientific and technical progress in many spheres and, among others, in printing industry all over the world, including Poland. As every anniversary inclines us to reflection on our past, this publication includes an outline of the history on the development of Polish printing presented by the printing branch representatives and observers, some letters we have received from you as well as a number of photos from our archives.*

*Our journal has always made an attempt to present a possibly wide spectrum of issues and the up-to-date information related to printing industry. We have had many opportunities to see you during numerous international and national branch meetings in Poland and abroad. We are very grateful for your kind interest in our problems and for your cooperation. We do hope that this cooperation will also accompany our future activities and you will offer us your advice and friendly support which we have always so highly appreciated.*

*Dear readers and friends, please accept, on behalf of all our staff and myself, deep thanks for your congratulations and good wishes. We also wish you all the best and we are looking forward to many more anniversaries with you.*

*Our jubilee offers me also an opportunity to express my sincere thanks to all our staff members, both those who worked here in the past as well as those who have been working with me. Owing to you and your untiring efforts all that has seemed to be impossible, has turned out to be possible. Thank you for your support and efficient work and I wish you all the best life can offer.*

*Jolanta Steuneke-Roncz*



## Ladies and Gentlemen,

*We left behind two decades of editing „Świat DRUKU” (The World of Printing) – during this time we released more than two hundred issues of the magazine. On behalf of myself as well as present, past, and future editors of our magazine I would like to assure you that we are doing our best to publish texts which are correct, interesting and valuable to our readers. Graphic arts is a difficult and exciting field. Difficult especially for people with a humanistic background, like me and many others who have been struggling with all the challenges of editing and translating texts for “Świat DRUKU”.*

*We are glad there are so many graphic arts experts always ready to share their knowledge with us. At the same time we hope that our work is useful for you and that our magazine is a reliable source of information on the printing industry, innovative technologies, activities of companies and its representatives as well as on the status of modern media. We are very glad to hear the positive responses from the graphic arts industry and the opinions we are doing our job well.*

*On the occasion of our anniversary we would like to wish you – and ourselves too – a lot of patience and success, hoping that the world of printing initiated in the old Gutenberg times will never disappear. So far, our adventure with printing has been going on.*

*Joanna Higienowicz*

## Patrons of the publication

Agfa Graphics  
Akcydens  
Alstor  
Bobst  
Emerson  
Fujifilm  
Goss  
Grafikus – Systemy Graficzne  
Heidelberg  
manroland  
Multifol  
Speedmail  
Weilburger  
Wink

## Spis treści

„Świat DRUKU” – 20th Anniversary	3
Editorial Team	11
Polish Printing Industry – Comments	
<i>Jacek Hamerliński</i> – Twenty Years Later	12
<i>Bernard Józwiak</i> – Twenty Years and Maybe Earlier...	15
<i>Herbert Czichon</i> – My 50-Year Lasting Adventure with the Printing Industry	16
<i>Wiesław Cetera</i> – Great Changes in the Printing Industry	17
<i>Tadeusz Chęsy</i> – Polish Printing Industry – Organisation and Integration	18
<i>Wojciech Barabasz</i> – The Flexographic Industry Will Take a Lot of Jobs from Competing Technologies	19
Our Twenty Years – Photoreport	21

Publisher: Polski Drukarz sp. z o.o.

Address: 115 Obywatelska St., 94-104 Łódź

phone: +48 42 687 12 92, +48 42 688 79 49

fax: +48 42 687 12 99

**biuro@swiatdruku.eu**

**www.swiatdruku.eu**

Managing Director, Editor-in-Chief: Jolanta Ziemiak-Ronke

Editorial office:

Joanna Więckowska – Deputy Editor-in-Chief

Karolina Drożdż – Editor

Justyna Sarna – Cooperation

**redakcja@swiatdruku.eu**

Sales & Marketing Department:

Michał Jakubiszyn – Marketing & Advertising

Jarosław Gawel – Advertising & Subscription

**marketing@swiatdruku.eu**

**prenumerata@swiatdruku.eu**

**reklama@swiatdruku.eu**

Accounting Department: Elżbieta Porczyńska

Cover graphic design:

IZABELA JURCZYK

**www.jurczykdesign.com**

Typesetting and layout:

Studio Graficzne Agaty Sobiepańskiej

**www.sgas.pl**

Cover enhancing:

MULTIFOL Janusz Kuzioła Spółka Jawna

**www.multifol.com.pl**

Print: AKCYDENS Zakład Poligraficzny

Adam Cichocki i Synowie Spółka Jawna

**www.akcydensdruk.pl**

Paper supplied by ARCTIC PAPER POLSKA Sp. z o.o.

(Cover: Arctic Silk+ 250 g/m<sup>2</sup>, inside: Arctic Silk+ 115 g/m<sup>2</sup>)

**www.arcticpaper.com**

Editorial office is not responsible for the content of advertisements and promotional items and does not return materials that weren't ordered. Right is reserved to shorten texts and to adjust them, as well as to change their titles. Reprinting of materials or their parts – only with the written consent of the editorial office.

Together we create



Jolanta  
Ziemiak-Ronke



Elżbieta  
Porczyńska



Joanna  
Więckowska



Karolina  
Drożdż



Justyna  
Sarna



Jarosław  
Gawel



Michał  
Jakubiszyn

Polski  
**DRUKARZ**  
SPÓŁKA Z O.O.

The Member  
of Polish Chamber of Printing



The Supporter  
of Association of Pomeranian Printers



The Founder and Sponsor  
of Educational Foundation for Printing Personnel



The Member of Polish Association  
of Screen & Digital Printing



The Member of PLFTA



The Partner  
of the Program Solid in Business



The Partner  
of Printing & Advertising Cluster in Leszno





20

## „Świat DRUKU” – 20<sup>th</sup> Anniversary

This year we celebrate our second round anniversary – it’s hard to believe that we’ve been together with you for over 20 years. We could observe, how the printing industry was changing not only in Poland, but most of all in the whole world – we could see, how those changes influenced companies in our country – they used the newest technical achievements to fit in the global branch tendencies. We accompanied you when new modern machines, appliances and materials were brought into the market, we were witnesses to their opening demonstrations and installations, we described your successes at home and in the international arena. You could meet us attending branch events in the whole world – we met you halfway, that is why we became thorough and reliable source of information, not only for producers and suppliers of the printing machines and applications used in the whole production chain – in prepress, press and postpress, but also for end consumers, who could find in our magazine a lot of inspirations, how to use novelties in their companies. Together we survived industrial slowdown, that contributed to many changes in the printing branch in the whole world; we’ve been looking for a reliable answer to the question, how the future of the printing industry will look like.



In the past 20 years printing industry has been continuously changing and so have we – we’ve tried to keep up with the changing world of printing, so that our readers, every month in the "Świat DRUKU" (Świat DRUKU) magazine could find inspiration to develop and create their businesses.

The Publishing House Polski Drukarz Ltd was founded in 1993. It is a member of Polska Izba Druku (Polish Chamber of Printing), the supporter of Stowarzyszenie Poligrafów Pomorskich (The Association of Pomeranian Printers), the founder and sponsor of Fundacja Rozwoju Kadr Poligraficznych (The Educational Foundation for Printing Personnel), Polskie Stowarzyszenie Sitodruku i Druku Cyfrowego (Polish Association of Screen & Digital Printing), a member of Polska Izba Fleksografów (Polish Chamber of Flexography), that was founded in 2012 from Association of Polish Flexographers, a member of Polska Izba Artykułów Promocyjnych (PIAP – Polish Chamber of Promotion Articles) and a partner of Program Solidni w Biznesie (SwB – The Solid in Business Program).

We publish monthly magazine for printing industry "Świat DRUKU". It is being read by owners of printing companies, management, workers of printing houses, graphic studios, advertising agencies, deliverers of new technologies. We cooperate with the well known branch specialists. One of the strongest points of the magazine are well-established proportions remaining between informational and advertisement contents. It's really good to know, that the printing industry appreciates our efforts. We are proud of the fact, that in 2006 "Świat DRUKU" magazine received from Sekcja Poligrafów SIMP (SIMP Poligraph's Section) a diploma in propagating technical development and knowledge of printing industry.

Our website [www.swiatdruku.eu](http://www.swiatdruku.eu) is complementary to the printed version of the magazine – it is an additional source of knowledge about printing industry, that together with the printed version of the magazine, makes a complete solution, that is a good example, how to join successfully two apparently different worlds – the world of printing and the world of modern wireless technologies. The new version of our website, that gives a whole range of possibilities to publish different kinds of attractive advertising contents, was launched on the 1<sup>st</sup> of January 2011. We also make available the newest invention for the printing branch – "e-newspaper" – on their monitors our readers can see through particular issues of "Świat DRUKU" magazine. Everyone, who will be interested in having access to the electrical versions of the whole magazine or to the particular articles (as PDF-files), for a small fee will have such a possibility. All the subscribers have a free of charge access.

Every week we are also sending newsletters and thanks to them our readers have the direct access to the latest news from the printing industry.

At our Internet webpage there is also an English sector, where you can find News and Articles sections, where we we publish most of all information about Polish and East European printing markets.

As you probably know Polski Drukarz publishing house is not only publisher the "Świat DRUKU" magazine, but also the organiser of seminars, workshops and conferences connected directly with printing industry, marketing and advertising branch within Akademia Wiedzy (The Knowledge Academy) internet portal ([www.akademia-wiedzy.eu](http://www.akademia-wiedzy.eu)). Polski Drukarz becomes also media patron of many interesting events organised by different companies and branch institutions. In 2010 we set in motion Internet portal [www.akademia-wiedzy.eu](http://www.akademia-wiedzy.eu) where the earlier mentioned seminars, workshops and conferences are presented and described in details.

Below you may find a short list of events, both organised by our publishing house and those, in which we participated.

In 2002, during Poligraf-Produkt trade fair in Poznań we organised a conference "Paper and other media – artistic applications". A lot of outstanding artists from the whole Poland took part in the conference – the event attracted attention of many visitors and was appreciated

by branch experts. A lot of visitors also wanted to see the exhibition "Paper zone", that accompanied the conference. During Taropak trade fair in Poznań, that took place in September 2002, very popular were conference and exhibition: "Pakosphere – effective packaging appliance in the process of branch identity creation".

For many years now within Knowledge Academy we are organising cyclical conferences: "Self-adhesive labels – the latest technologies", "Innovative Packaging", "Corrugated board – the latest technologies", "Color Management Academy", "Packaging from A to Z", "Advertisement in large format printing" and "Graphic Arts in Marketing".

The most of those events we organised in cooperation with Poznań International Fair and specialists representing the key companies involved in printing industry.

In the past years we organised also "The school of mobile marketing" – demonstrations of car wrapping, printing usage and old printing machine from 17<sup>th</sup> century under the banner of "Print of past ages", conferences "Packaging for the food industry – designing, printing and enhancement", special exhibitions like "Paper and Board Store"





or “RETRO Printing Art” (during Poligrafia trade fair), conference “Digital print – innovative solutions for today and tomorrow” and “Digital print – the way to carry out effective marketing campaigns” and coorganiser of Euro-Poligrafia conference (together with Educational Center FORUM and COBRPP – Research & Development Center for the Graphic Arts).

Our publishing house takes media patronage over a lot of branch events organised by different companies, branch institutions and organisations connected with printing industry and also by social societies (e.g. “Hugging for free” in 2009 and 2010). We are media patron of the following cyclical branch events: printing arts seminars organised by The Institute of Papermaking and Printing at the Technical University of Łódź, Poland, Printing Arts Confrontations, The Association of Graduates from Printing Arts Institute of the Technical University of Warsaw, celebrations of Printers Day organised by Association of Pomeranian Printers, the rating of book printing houses published by the monthly magazine



“Wydawca”, Summer Printing Arts Conferences taking place at first in Kotobrzeg, then in Masuria and right now in Krynica Morska and Winter Printing Arts Conferences in Bukowina Tatrzańska – the both cycles are organised by Stettin’s Educational Agency, Poligrafia – International Fair of Printing Machines, Materials and Services, Euro-Reklama – International Trade Fair of Advertising Goods and Services, Taropak – International Trade Fair of Packaging Technology and Logistics, Pakfood – Food Industry Packaging Fair, Advertising and Printing Fairs RemaDays Warsaw, Packaging Innovations Trade Fair, Film Video Photo Fairs, and the most important international trade fair abroad: drupa, Ipex, viscom, Labelexpo, World Publishing Expo (formerly Ifra).

\*

In the beginning of the nineties there were huge changes taking place on the publishing and printing market all around the world, hundreds of new companies were created, production increased, commerce became more and more important. That was a really good time for printing industry, especially in Poland, where the whole market noted a huge progress. In that time, to be more precise, on the 29<sup>th</sup> December 1992 was formally set up a company (Ltd), that became the owner and publisher of “Świat DRUKU” magazine. The author of the idea of creating new magazine for printing industry was Andrzej J. Gosk, the owner of Scorpio sp. z o.o., that became the founder of our publishing house.

Our first headquarters was situated in Łódź, at 121 Gdańska Street, in a building rented from Celluloid-Paper Institute, almost opposite Military Printing House (for some time “Świat DRUKU” magazine was printed there). In December 1999 we moved to 54 Karolewska Street (in the beginning we were renting a small, one story house, then we moved to a bigger office next to in on the first floor). Ince 2008 our headquarter has been situated at 115 Obywatelska Street.

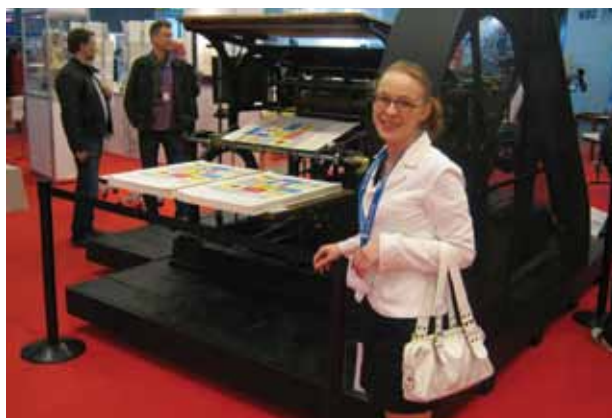




The first issue of bimonthly magazine “Świat DRUKU” was published in March 1993 – the readers could take it into their hand during printing art trade fair then. The first editor-in-chief was Maria Żubrzak, who had the pleasure to welcome readers in the opening article, the next article was an interview with Adam Grzelak, who few months earlier became the chairman of the Polish Chamber of Printing, that was created in that time. Except of those articles in that issue were published following texts: Jerzy Hoppe “Bar codes”, Andrzej Hulpowski-Szulc “Flexography and Polish packaging”, Ineza Kwiatkowska “Printing industry and the natural environment” and the first part of Józef Kurek “How to become a good superior”. There was also published the history and output of Graphic Institute of Łódź and business card of several companies producing machines and materials for printing industry. Among the events there was described printing art conference in Lviv, in which the representatives of The Institute of Papermaking and Printing at the Technical University of Lodz took part. On the pages devoted to worldwide news there were described novelties direct from the Australian printing industry, the next improvements in Komori offset machines; it was also mentioned Concepts’93 conference and exhibition in Florida, during which there were discussed the newest technologies of picture’s corrections and preparing printing plates.

Typesetting of the first issue of “Świat DRUKU” magazine was made using Xerox Ventura 3 program by company Wers from Lodz. Later on it was made by our editorial team, that in the beginning used Aldus PageMaker 5. Since 2008 typesetting is done by Studio Graficzne Agaty Sobiepańskiej from Łódź, that uses Adobe Illustrator.

First three issues were printed in Roma Print printing house in Gdansk Stogi, few next – in Wojskowa Drukarnia, the following – in Drukarnia Prasowa from Lodz, Firet Druk printing house in Lodz and in PZG in Pabianice – “Świat DRUKU” magazine is still being printed there. The first issue was printed on the paper delivered



by the company Nitech. For the next two issues paper was delivered by Jakon. Later on we decided to use paper coming from other companies or producers.

The first issue of “Świat DRUKU” magazine consisted of 56 pages, next issues duly: of 52 and 48 pages. Currently issues in our magazine consist most often of 72, 80 or 88 pages. It also happened, that the number of advertisements and promotional articles let us enlarge the number of pages of the trade fair issues till 120 pages (e.g. 3/1998 or 3/2006), between the pages there were also to find different inserts enhanced with Chromolux papers.

In 1993 one issue of “Świat DRUKU” magazine costed 25 000 zloty and the yearly subscription – 125 000 zloty. The price of full page advert was 7370 000 zloty (\$450), the price of the first cover – 19 600 zloty (\$1200). In the beginning of 1994 the price of one issue increased to 40 000 zloty. After redenomination, from January 1995 one issue costed 4 zloty – right now it costs 15 zloty (including 8% VAT).

“Świat DRUKU” was a bimonthly for the first year and a half of its existence. On the vignette 4/1994 for the first time the readers could find the word “monthly”.



As far as the layout of the magazine is concerned, looking for our own style lasted a few months. Every issue published during the first year of our being on the market had blue cover with some graphics on it and the same vignette as today, but in quite different colours: blue letters on light cream background. Afterwards new “company colours” were chosen – maroon letters on a “sandy” background; the vignette was also modified – it was added the name of the month. The next change was based on putting under

1995–1997 the readers could collect different parts of “Flexographic dictionary”. Next months most of them read the tabel of BGW exchange offers, published on the last pages of each issue – they were just checking, if their company was mentioned in the tabel. The first tabel was published in the issue 10/98. In the next few years the readers were interested especially in the “Letter Magica” cycle, psychological columns, articles about managing commercial works, color management, standarisation in offset

and health and safety at work specialist’s Piotr Paszkowski. The first of those was published between 2001–2011 and contained elemnts of comedy, satire, analisis of social and political phenomena, critic of customs and provocation, that were oft emotive like in following texts: “Corporations – new tribes”, “Why do we cheat”, “Common fears”, “About flying” or “Saying Goodbye”, that ends with apotential controversial sentence: “As once said Arnold Mindell, dieing is very healthy”. The second cycle is still being published.

A seperate four columns “Recent Events” sector appeared for the first time in 4/1994 issue – since then this sector was published in the beginning of each issue on the special, different from the rest part of the magazine, kind of paper. At first those were also illustrated – now this sector of our magazine is called “News” and consist only of texts in two columns.

In 2009 in our magazine was created a new sector – “Main Topics News” – the newest information connected with the main topics of each issue – in this sector some pictures may be published. The main sector of the magazine includes articles from different areas: DTP, prepress, printing techniques, newest technologies, machines and other appliances, finishing, postpress, packaging, and printing arts schooling, market analisis, environmental protection, working higiene and safety. We regularly publish surveys, interviews, trade fair’s reports, conferences and other branch events. In the year 2000 we published a cycle of articles about “Profiles”, in which there were shown private interests and passions of the people connected with printing industry – this cycle had both supporters and opponents – after a while we decided to give up publishing articles of this kind, but it doesn’t mean we will not get back to this idea.



the Polish name of the magazine its English version.

The magazine is being composed in cooperation with the biggest and greatest specialists in printing industry, scientists and experienced representatives of the printing market. The author’s list is very long, that’s why we cannot mention everybody – we really appreciate their effort in building our position on the market – without them our magazine couldn’t exist. We are grateful, that together we create “Świat DRUKU”.

As far as our popularity is concerned, in the beginning readers were interested especially in the cycle of articles about cutters. Between

printing machines, construction of offset and flexo machines, preparing flexo plates, published in episodes book about media development, reports from organised by our publishing house (together with its partners) conferences and other publications – it’s not possible to mention every event in this short publication.

Not only very serious issues are being thematised in our special columns – first article from this series was published in 1999 – after that some other texts signed by A.Z. and concerning some episodes from every day life in printing industry. The next step was publishing two brand new articles’ cycles – psychologist’s Andrzej Kuśmierczyk



Every time we also emphasize particularly the main topic – different for each issue – by publishing illustrated information in the “Main Topic News” sector and several texts connected with it. Main topics are devoted to printing processes, e.g. offset printing or flexography, include: technologies, machines, devices, prepress and finishing processes. Some parts of several processes like prepress or finishing are also treated as main topics. Besides, we also offer more general subjects, such as, for example, digitalization of printing process, tendencies on the paper market, packaging designing and production, the strongest brands on the Polish market, printing art in advertisement, technologies of the future and ecological solutions. All the materials, that are connected with the main topic, are marked with a coloured page header – different colour in each issue.

“Świat DRUKU” magazine had a few special editions – the first one was published in spring 1995 before the Poligrafia trade fair in Poland and drupa trade fair in Germany – this supplement had international character: was bilingual – Polish-

-English, but several articles were also translated into German.

Every year we prepare a special bilingual edition of “Świat DRUKU”, so that we could present the World of Polish Printing to a bigger, English – speaking audience. The magazine is most often being present at the most important for printing industry events in the whole world. In 2008, especially for drupa trade fair in Duesseldorf, we published a special, Polish-English-German issue. One of the special editions of “Świat DRUKU” (2003) magazine was also published in Russian – “Mir Pieczati”, that was prepared especially for PolygraphInter trade fair in Moskau. We have also published e.g. special publication “CPP – cardboard, packaging, papier”, that was presented during jubilee edition of Poligrafia trade fair in Poznań in 2005.

“Świat DRUKU” (The World of Printing) in 2003, during the April Poligrafia fairs in Poznań, together with partners, customers and supporters celebrated its 10th anniversary. On this occasion we published a special issue in which – apart from relation from the

first decade of our existence – you could also find some letters of congratulation we received from our customers.

Every year, together with the summer (July-August) issue of our magazine we publish special supplements. There have already appeared for example: “Paper and cardboard – the source of inexhaustible possibilities” (2004), “Unlimited sphere for imagination – The World of inks and varnishes” (2005), “The colors of the world, the colors of the print – color management in printing industry” (2006), “The Printing of the Future. Tendencies, technologies, machines, appliances, materials” (2007), “The Stars of drupa 2008 trade fair” (2008), “Printing art – an eco printing branch” (2009) and “Printing art in your neighbourhood” (2010, 2011), “drupa stars” (2012).

Between 2000–2003 in our magazine we have published articles written by well-known typographer, graphic artist and designer Krzysztof Tyczkowski entitled “Lettera Magica”. We have also published three parts of a compendium devoted to typography with the same title, where all the articles written in the past year were put together and published as supplement in the





following years: 2001, 2002 and 2003. A summary of this cycle was published 2006 by Polski Drukarz, printed by Łódzka Drukarnia Dziełowa in form of a hard covered book written by Krzysztof Tyczkowski entitled also "Lettera Magica" – in the world, where more and more people need a good source of knowledge about different aspects of designing this publication was shot right on target. It is still to buy from our publishing house.

In April 2002 we published a supplement "Advertisement" prepared especially for Poligraf-Produkt and Euro-Reklama trade fair in Poznań. That was the first step of our publishing house to broaden the amount of themes touched in our publications and when you say "a... For the next three editions of Euro-Reklama trade fair we prepared a magazine devoted to advertisement, marketing and public relations, that was entitled "The World of Advertisement" (2003, 2004, 2005). In April 2006 Polski Drukarz publishing house published the first issue of bimonthly magazine "Pro-KREACJA" (advertisement, media, marketing), where all the topics from "The World of Advertisement". "Pro-KREACJA" with its modern and colorful layout was addressed to PR and advertising agencies, media houses, marketing devices and to all the people interested in those themes. In this magazine there were to find a lot of articles about photography and advertising graphics, and the most important advertising campaigns and newest technological solutions, that make marketing campaigns more interesting, psychology and advertisement language. In the magazine there were a lot of information about branch events, publishing novelties concerning advertisement, marketing and PR. The first issue of "Pro-KREACJA" magazine was distributed during Euro-Reklama trade fair in Poznań and during the 5<sup>th</sup> Nationwide Public Relations Congress in Rzeszów.



It was also send direct to PR and advertising agencies, media houses and marketing departments in the biggest companies of the Polish market. The second issue and all the rest were available in EMPIK and RUCH and in subscription. The first year of "Pro-KREACJA" existence on the market that were 5 issues and a special supplement in Russian prepared especially for Advertising&Media trade fair in Lviv. In 2007 six issues of the magazine were published, the same as in the next year, when also two supplements were published: to 1/2008 – "Advertising gifts" and to 5/2008 – "Outdoor Indoor. New Communication", as Polish-English edition: In 2009 there were also six issues published and a supplement "Outdoor/Indoor" as a part of 6/2009. In March 2009 the logo, vignette and graphic design of the magazine were changed: there were also some changes made in its content. The first issue of the magazine with all the changes implemented was published before Euro-Reklama 2009 trade fair. In 2010 "Pro-KREACJA" became also a monthly magazine. We've implemented all the changes to help the magazine in remaining competitive on the market, but all

our efforts didn't work – in the crisis time for all magazines we had to suspend all the activities connected with "Pro-KREACJA" publishing – the two last issues were: 7/8/2010 banded with the next edition of "Outdoor/Indoor" supplement and 9/2010. This editorial adventure we may sum up with a sentence taken from Paulo Coehlo: "We must struggle for our dreams, but we must also know, that when certain paths prove impossible, it would be best to save our energies to travel others". (Like the Flowing River: Stories, 1998–2005)

Advertisements published in our magazine have not only supporters, but also opponents: they may be interesting because of their design or colors, but for some of readers they may be destructive. For those, who are looking for contact to producers or distributors, those are really useful; for others they may be disturbing by reading articles. We want to satisfy both readers' types.

Variety of advertisements printed in our magazine, same as different kinds of inserts, ensured that there was always something to look at. Our covers were enriched differently (e.g. with gold or silver). Threw all



those years in our magazine there were a lot of inserts different kind to find: boxes to be folded, self-adhesive, colorful and metalized materials inserted or glued into it; there were also cardboard mats, mouse pads, 3d mats with a butterfly or an insert made of magnetic paper Magnecote. In December 2001 there was an advertising CD-Rom added – it included not only advertising information about different companies, but also our readers could find there some extra information about our editorial team.

Our readers are used to the fact, that they receive our magazine regularly – by the end of each month, but in the beginning of our presence on the market there happened some difficulties. Because of bad weather one of the first issues disappeared from the computer – there was no safety copy made; the July issue of the year 1996 was delivered to the readers in September – the reason was a serious breakdown of the printing machine in the printing house, where our magazine was printed then – the building has been stuck by lighting just before the printing began – demurrage lasted more than 4 weeks – Polish specialist weren't able to solve the problem

alone – the machine was fixed by an expert delegated from Germany by the producer. We do not have such problems any more. Long deadlines may cause losing clients. What really counts now is time, production processes speed, informatization and automatization and some of members of our editorial team remember gluing the module to the paper or checking ozalid proofs prepared by the printing house. Right now we may use modern technologies, computers, digital typesetting or CtP technology. It is worth to mention, that we were one of the first printing arts magazines printed in the CtP technology – the first issue was printed in October 2002.

As mentioned before, we are present on the market regularly, the same story is with our presence

#### Editors-in-Chief

1993–1994 Maria Żubrzak

1994–1995 Marek Jakubowski

1995–1998 Andrzej Gębarowski

1998 Elżbieta Sokołowska

1998–2005 Elżbieta Włodarczyk

Since September 2005  
Jolanta Ziemiak-Ronke

at trade fairs different kind. Every year we are present in Poznań – we are also taking part in printing art and advertising events in Warsaw, Krakow, Lodz, Lublin and Bydgoszcz. The members of our editorial office are taking part in international trade fair in many European countries and sometimes at other continents. "Świat DRUKU" magazine was the official media patron of drupa trade fair in 2008 and 2012. We attended a lot of international events, most of all drupa in Duesseldorf, Ecoprint in Berlin, Embax in Bern, Fespa in Berlin and Munich, Graphitalia in Milan, Ifra Expo in Vienna, Iplex in Birmingham, Labelexpo in Brussels, PolygrapInter in Moscow, Print in Chicago, World Publishing Expo in Berlin and others. Together with the Polish Association of Screen and Digital Printing we prepared a catalogue of Polish Pavilion "Print with us" at Fespa 2007.

\*

We've been together with you for 20 years. We're still looking for new topics, new forms of activities and new initiatives.

We would like to thank all our readers, authors, clients, suppliers, friends, colleagues and all the past and present members of our team. We still need you to be with us. Paraphrasing the sentence: no one is a lonely island, no one fights alone. No matter, what are his intentions, he always needs other people.\*

Thank you for all the congratulations and wishes we received. We also wish you all the best hoping, that we will together for many years in the future and we will celebrate other round jubilees.

#### Editorial Team

\* Paulo Coelho

*(prepared by JW, including parts of the text written by E. Włodarczyk „Our first jubilee”, published in the last jubilee publication „Świat DRUKU”1993–2003)*

**JOLANTA ZIEMNIAK-RONKE**

Owner and Chairman of the Board of Polski Drukarz Ltd., Managing Director of the publishing house and Editor-in-Chief of "Świat DRUKU" (The World of Printing) magazine; has been working in the company since 2001.

**JOANNA WIĘCKOWSKA**

Deputy Editor-in-Chief, in the company since 2000.

**JAROSŁAW GAWEL**

Key Account Manager, in the company since 2003.

**MICHAŁ JAKUBISZYN**

Marketing Manager, in the company since 2005.

**KAROLINA DROŹDŹ**

Editor, in the company since 2011.

**JUSTYNA SARNA**

Editor between 2008–2012, stays in cooperation with the editorial team.

**ELŻBIETA PORCZYŃSKA**

Accountant, in the company since 1999.





## Twenty Years Later

It just so happened that I started my adventure with printing also about twenty years ago. It was a completely different world – printing plants (Zakłady Graficzne) were state-owned enterprises, PostScript film imagesetter was a marvel of technology, and multiple unit printing presses – a costly extravagance. Most high-quality books were then printed in Slovakia or in Hong Kong. Today it is hard to imagine that there was no Internet, and mobile phones' technology was just getting started – the first available units costed fortune and were the size of a small suitcase... On the other hand, TV broadcasted movies instead of advertising, and newspapers and magazines could be rather read than browsed. Moreover, no one paid any particular attention to the aesthetics and design of the popular book – there were books laid in Courier with manual adjustments (printed from photographed manuscript?), or submitted in Chiwriter format (anyone still remembers such a text editor?) Polish characters in computer texts caused a lot of problems, because there were three popular, yet mutually incompatible standards of coding.

Although DTP has already been used in the 80's for some publications, it was still not very popular. For this reason, most of the work had to be transcribed from the typesetted (or even from the manuscript) form. And computer typesetting does not necessarily have to mean DTP – still as popular in some plants (as prepress was then part of printing plant!) were Cyfroset systems, and the largest printing houses have had also phototypesetting machines, or systems for scanning the originals and creating an analog film copy. No offset printing plant could work without manual stripping and plate photo reproduction. For some printers even presensitized offset plates were then a novelty – they

were commonly using centrifuges to prepare emulsions, poured on zinc or aluminum plate. Multi-colour printing was a rarity – most of the colour magazines were printed in gravure plants; by the way, none of those plants exists today...

Does anyone remember that PDF is twenty years old too? But in the beginning it was only a presentation format, in those days prepress benefited from PostScript (Level 2 by chance), laboriously calculating what resolution you need for imaging a film with pictures using screen ruling 133 lines per inch. Imperial units came to us with the DTP – for most printers, the ruling was measured in lines per centimetres (old guard is doing it to this day). Similarly, the PDF did not immediately broke through to printing industry, because only the version 3 was considered to be sufficiently versatile in about the year 1996 or 1997 to reach the printing systems.

The computer which was used twenty years ago for prepress had less computing power than today's tablet (could also have a similar-sized 9-inch screen), but had installed Adobe Photoshop (version 2) and Illustrator (version 3), and possibly QuarkXPress (version 3). Computers have worked in a network based on telephone wiring, which was just enough. What a great technological challenge it seemed to play the videos in mini-size 160 by 120 pixels! How much work could go down the drain when someone forgot to include fonts to a PostScript file, or failed to load these into imagesetter or printer memory! And how much time it took to wait for the rasterization progress bar to reach 100%! (At times after six hours it crashed with "out of memory" error ...) At that time computers in printing were as

exotic and mysterious as today is the Internet face-recognition people search system. On a side note: the first digital photo systems were just getting started, and no one believed that the photographic film can be quickly made redundant – hence the huge popularity of scanners for slides and negatives. Does anyone today still use them?

Not only processes, but also the materials used in printing were different than they are today. Perfect bound books used hot melt adhesives at most, thus many contemporary books today are no longer fit for reading – they are in fact a collection of loose pages. No one probably expected that they would be needed for as long – today, with the yellowish paper, they look like a hundred, not twenty years old. But keep in mind that in those time Polish companies manufactured printing stock... In fact Poland produced not only paper, but also graphic inks, as well as many chemicals required for printing. Today, the production is no longer there – if we go to any printer, one may the pallets, barrels and cans with the labels from world's largest suppliers, like in other countries.

Twenty years ago, no one thought that digital printing can ever make its way to the "real" printing world. In 1993 at Ipex, first digital printing presses: Indigo (not yet HP) and Chromapress (made by Xeikon for Agfa) were shown. These were then little more than a curiosity. History repeats itself: Benny Landa today again has an idea that should revolutionize the printing industry. Along the way, however, there has been no sign of replacing traditional printing technology with digital printing, which as late as 2006 was almost a dogma: the top managers of Xerox predicted that by 2014, printing will be done with machines

that best meet the requirements of a customer's order, who would know nothing about technology. Still it is an utopia – one still needs to work differently to prepare the job for flexographic and digital printing, but more and more control and selection of the appropriate settings are effected by computers. Digital printing supplanted analog systems for the preparation of proofs, as well as almost completely dominated the outdoor advertising market, probably no one would have imagined twenty years ago, that a powerful printing machines with eight meters wide substrate can be powered entirely with digital data.

However, we also need to recall the solution that looked promising, but quickly became unnecessary. DI presses (where forms were imaged directly on the printing cylinder), copydot scanners to scan color separation and recombine digital data, polyester offset plates for short run printing – today we consider those a transitional technology, vanishing along with a hot metal form. Scanning is no longer needed, as all the necessary pictures and any required data are already in digital form. Similarly, offset plates are no longer archived, since it is faster and cheaper to image a new form directly from digital data. Photodiffusion (silver) offset forms, high quality though capricious, did gave up to the competition of thermal and photocurable (polymer) technology – especially since there are now systems limiting the need for chemical treatment after exposure. Specialized closed prepress systems have given way to open systems, allowing for easy communication between the devices and co-operation with machines from different suppliers. Along the way, there were different ideas for standardization of such co-operation

– but the JDF format, which by the way is more than 10 years old, has not conquered the world yet: it is used by a little more than 1 percent of printing companies.

Twenty years ago, the biggest concern about the collapse of the art of printing was: if everyone at home can prepare and print a brochure, who would still require a knowledge of printing technologies? At the end of the 90's there were plenty of complaints about the poor quality of graphic work done by “homegrown” experts, aided by automatic processing in graphic programs using random settings and mindless copying of resources from the Internet (without considering how to change the RGB color space to CMYK). In fact, today, such fears and complaints should be universal – fortunately prevalence of PDF standard also allowed the spread of the standard methods of data control prior to printing (preflight), and knowledge of color management is necessary for the proper use of digital proofing and soft proofing. Fortunately, the process of preparation for publication after the initial revolution associated with DTP began to come back to the slowly printers – but today more and more willing to use tools to work remotely and transfer files over the Internet.

Internet, which twenty years ago served professionals to exchange plain text e-mails, today has revolutionized communication to such an extent that it threatens the manufacture of printed media – now we have phones that can be used for reading books and browsing current news sites. Every now and then someone announces the next deadline for the death of traditional newspapers and magazines, but like all other media, rather they will take its own

niche – such as theater, cinema and television. The widespread availability of online information also makes less and less use for the reference books and directories – Wikipedia took place today of Encyclopedia Britannica, and we are more likely to use online stores and price comparison portals than printed catalogs. But this does not mean that the classic book is no longer needed at all – and if so, one still needs to develop book binding technologies, also for low volume jobs (because suddenly we need a completely new product: personalized album with our own digital photos...)

Twenty years ago, working in the printing industry was certainly more difficult than it is today. But twenty years later, one still needs specialized knowledge – and that knowledge is not only in the area chemistry or mechanics, but more and more required from computer science, electronics, foreign languages (because how else to check if an order from a foreign partner is properly printed?), quality management and environmental protection. At the same time we must remember that printing is not just the media – it is also, and perhaps above all, the technique of production. IML label printing is already more an industry than a “black art”, and yet presses can be used not only for label printing: on the same film a battery, temperature sensor, solar cell or transistor can be printed. Twenty years ago, color computer monitor was an extravagance, mainly used by professionals – now we have flexible screens and e-paper ready for market. Personalized outdoor advertising with the use of a flexible screen and mobile phone with Near Field Communication (NFC) is technically feasible today. In fact, perhaps the graphic arts specialist from twenty years ago would not feel

at home with today's technology. But the vision that a man will no longer be needed for anything, still fails to materialize somehow.

Because in fact, behind all these changes there are people. People like Steve Jobs who did revolutionize the consumer electronics market – but also like Benny Landa, who still believes after all that printing has a future. And it will continue to rely on precisely depositing ink on paper that then someone will have to turn into a finished product. Also, there are many more or less anonymous innovators – we owe them at least the continuous improvement of printing software, measurement tools and methods of quality control. And above all, there are multitudes of customers and end users: for them, printed packaging is still needed, as well as books, pamphlets and business cards. Even if their production looks quite different than twenty years ago, the role of these products has not changed and probably also will not change over the next years. Intelligent packaging, printed with nano-ink and containing sensor that measures the state of the packaged product, still has to be created in the same process as before. Although this means that the printing still has to change as has changed over those twenty years – but such changes will not make it a different type of the industry than today. It is worth to remember that we print books no longer in Hong Kong, on the contrary – we receive orders from other countries; Polish printers and Polish printing industry are certainly among the world's best. It is also a credit to the people who during these twenty years decided on the direction of changes in Polish printing.

**Jacek Hamerliński**

*Translated by the Author*



# Twenty Years and Maybe Earlier...

...The digital era in printing industry began, and in the beginning it was a blessing, but in opinion of other it will bring disaster for the branch in the future. All the changes, that took place in the printing industry in the past 20 years, were wide-ranging, had different extent and dynamic, but digitalization, in my opinion, is the most important of all of them and will have innumerable consequences.



Computers, computer sciences, automation, especially digitalization caused that printing industry changed lately in every way. The others are: technology, technique, materials, worker's competencies, quality, cooperation of all the members of publishing and printing processes or the way of working in the printing house. The area where the whole transformation began was prepress sector – the development of DTP systems caused by disposal of "hot typesetting", and in Polish printing houses, the prepress divisions, that were large before, consist now of only a few workers.

Changes were made in the whole printing industry, not only in Poland – here the delay was not so big. All, what was earlier recognized as professional, turned out to be unnecessary any more. A lot of experts like: typesetters, linotypists, editors, photographers, retouchers, typographic engineer were in the printing houses no more needed. However new professions connected with photo-setting, CtP technology, electronic assembly, digital printing etc. were needed. Not all workers, because of their age or habits, were able to be trained or gain new abilities. It exists now a competency gap and the managers have to struggle with lack of qualified personnel. New solutions increased work efficiency, but good prepress specialists were worth their weight in gold.

And then digitalization developed a new key word for the printing industry – innovation. Everything needed to be

innovative – really helpful were European Union funds gained after Poland joined European Union.

Printing companies where those which in the first period of functioning of the UE's investments programs received the strongest financial support based on the submitted application. In the following years all those programs supported innovative solutions and Polish printing houses used them to buy most innovative digital technologies.

But everything has its price. Digitalization very fast moved fro the printing industry and reached other sectors with the products associated earlier only with the printing industry, like books, magazines and newspapers. That caused a lot of trouble for printing houses and uncertainty about the future of the printing industry – not only in Poland, but also globally. Polish printing industry has the same problems and dilemmas connected with reading and development of e-media like other European countries.

I hope that in 20 years I will write another similar comment on important factors influencing the future printing industry. I believe that the printing industry will be developing dynamically.

**Bernard Józwiak**

*Translated by JS*

# My 50-year Lasting Adventure with the Printing Industry



**T**he 50's of the XX. century were really difficult for the Polish printing industry. Outdated technologies were used and because of many restrictions concerning import there was lack of many materials needed for printing production. It was a real necessity to work out and produce needed materials. In many printing industries the technology was top secret. Once, after I was hired, I asked one photographer about the composition of the developer – he answered, the composition knew only the foreman, who prepares all the developers on his own. He was very surprised when I brought him a developer prepared in the factory laboratory – better and more efficient. Then I set in motion production of this developer in Photochemical Industry in Bydgoszcz – it was delivered to the client as powder. (...)

For copying were used layers of gum arabic and ammonium dichromate. The gum arabic solution was relatively unstable, so it was prepared at the individual plants. My research resulted in developing a method which increased the stability of the

solution of gum arabic, and in consequence I started the central production. This solution and the developer solution as well as enchanting solution had been produced for many years. At the same time I established an optimal composition of the offset varnish, which greatly increased the size of runs produced thanks to this application. This technology was replaced in the 80s by the aluminum plates initially covered with photosensitive layer. After starting an industrial production of these plates it turned out that offset is cheaper, faster and safer, and it allows production of prints of quality similar to the letterpress printing. Offset technology completely replaced letterpress printing from metal forms. In this situation, we undertook work on the launching Polish plates initially covered with photosensitive layer. Together with Dr. M. Czichon we developed two new photosensitive layers for positive and negative coping; with Eng. Bartnicki and „Silesia” team we implemented them to the industrial sheetfed production. The production of these plates was interrupted by the opening of foreign markets. (...)

(...) Flexographic technology in the 50s was used in only a few plants in Poland. Printing plates were made by stamping letterpress forms, and from those matrix were made rubber forms using the method of stamping in an elevated temperature. The process was relatively long, the quality was not too high and the aniline ink had a low photostability.

The breakthrough came with the introduction of the photopolymer plates in the 70s, which enabled multi-colored printing from raster forms. It was a huge leap.

There were better flexographic plates. Rollers which on their surface had small recesses of equal volume to allow identical transfer of ink to the printing forms were widely introduced too. An ink quality was improved – the adhesion and photostability were increased. Sleeves allowing quicker preparation of the machine to print a new job were introduced, as well as sealed chambers that reduce evaporation of solvents and give prints of consistent quality.

At drupa 1995 for the first time was presented laser-photochemical technology from the computer to the printing plate, in 2000 was introduced flexo direct-engraving. Flexographic machines are now largely automated, can print with slight pressure (“kiss printing”), which allows obtaining high-quality prints. A growing demand for packaging sector and an intense technological progress have led to the rapid development of flexo. Currently in Poland there are more than 300 flexographic printing houses, specialized particularly in packaging. (...)

As an afterthought I would like to say, that no matter how many people forecast the fall of printing industry, it still changes, and develops new possibilities, e.g. the production of electronic elements. I am very curious, what will the future bring for the printing industry, what else will surprise me.

**Herbert Czichon**

*Translated by KD*

(longer statement of Prof. Dr. Herbert Czichon about his 50-years lasting adventure with printing industry – in 5/2013 issue of “Świat DRUKU” magazine)

# Great Changes in the Printing Industry

Today printing industry changes a lot and those are great changes – new technologies are coming into it and its surrounding; technological progress and innovations are changing the whole printing industry. Producers are doing everything to increase efficiency of their machines, shorten the time of preparing materials for print and as a result to decrease cost of the whole procedure. On the other hand all the producers take care of the quality of their products, working conditions and natural environment. All those changes in the printing sector are also determined by its whole surrounding.

For more than 20 years Polish printing industry has had access to the newest technologies, Polish printers know a lot, but the usage of the newest technologies is only the first step on the way to success. Apart from that almost all discussions about the future of printing industry base on technological forecasts. Among all the changes in the nearest surrounding of the printing industry, electronic media and globalization are only few factors, that influence the future of the whole printing sector. Printing industry is one of those sectors considerably influenced by IT technologies. It is not only about the newest technological solutions, e.g. efficient printing machines or electronic prepress technologies, but also about different demands on printing services.

Electronic media change now and will change in the future effectively the way of sharing information. Those are the changes, that influence directly printing industry in Poland. It's worth stressing, that in the whole Europe the implementation of the changes lasted almost 50 years, and in Poland

we've been undergoing the same changes almost 20 years.

In the center of attention are now SME, that are the biggest part of printing industry sector. The ability to adapt to technological changes and to the new market's expectations will influence the future of Polish printing sector.

All the more, that future planning cannot base only on the other countries' experiences, but the most important should be our own experiences and the ability to create our own future. That is why the most important element of the printing industry's future is every businessman, owner, manager, whose innovative attitude and creativity to run business will be decisive for the future in the face of the industrial slowdown and technological changes in this sector and its surrounding.

At the moment machines' and technologies' suppliers are the most important source of knowledge for SME from printing industry. The cooperation with them influence innovative processes both in technological and organizational sphere. The technology suppliers are the biggest beneficiary of all the transformations in printing art sector.

Unfortunately, most often manager of printing industries do not cooperate with scientific and research institutions, what has a really bad influence on their companies. It's not good, that planning new investments, managers relay only on information given by producers or suppliers. In the dynamic changing world the lack of knowledge about the perspectives of this market sector and the newest



technologies may cause a lot of problems in the future.

Positive sign is, that some businessmen are turning directly to scientific institutions for the innovative solutions like Institute of Printing Art Technology (Warsaw University of Technology) and The Institute of Printing Art and Printing Machines Technology (Technical University of Łódź) sold several dozen projects of innovative technologies.

Meanwhile market conditions of the printing industry researches show, that more than 50% companies noted decrease of the number of orders – at the same time prices were lower. 75% of the companies from the printing art sector noted decrease of employment.

Taking into account the current situation of the printing industry we should expect, that the mentioned earlier institutions will active support all companies involved in it. Unfortunately, it seems, that those environments hasn't reach the level of transformation yet – we still prefer to build museums than support creation of our common future, we are closer to spectacular events than seminars.

**Wiesław Cetera**

*Translated by JS*



# Polish Printing Industry – Organisation and Integration

**20** years of printing industry meant a real technological revolution – faster grew up only technologies connected directly or indirectly with mobile phones or Internet.

This revolution based on the changes made in the printing plates preparation processes – from analogue to digital.

20 years ago huge, state printing houses went bankrupt, Printing Art Specialists Association was liquidated. Without help from outside, the representatives of the biggest printing houses in Poland together with COBRPP – Research & Development Centre for the Graphic Arts, with dr. Jerzy Hoppe and SIMP Poligraphs' Section, late doc. dr. engineer Kazimierz Stępniewski decided to create its own representation – the whole printing environment, suppliers and printing machines producers were invited to the conversations.

In 1992 The Polish Chamber of Printing was created – its first chairman was Adam Grzelak. Social organisations connected with printing industry gathered around The Polish Chamber of Printing were independent and each of them fulfilled different targets, but for the whole industry's good. The most problematic for the printing industry were different paper prices, VAT tax for printing art services and vocational schooling.

In 1999, in Wrocław, took place Poligraphs Congress, that gave a lot of optimism and faith in improvement of printing industry's condition. It was a big success of the congress, that all organisations connected with printing industry cooperated with each other; dr. Janusz Cymanek, chairman of the board Michael Huber Polska was involved in the congress very much. All the changes in the printing philosophy, its technological transformation, were and still are being observed and described during printing art conferences.

In 2002 during the conference „Polish printing industry facing approaching European Union” organised in Inowrocław, we wanted to find an answer to the question, what kind of requirements should we meet to compete effectively with EU's printing houses. Not many industries asked themselves this important question. We could also participate in many branch events, such as Policon conferences organised by Poznań Poligraphs Corporation directed by late Janusz Ignaszczak; representatives of the printing industry discussed during numerous



Printing Art Forums in The Institute of Papermaking and Printing at the Technical University of Lodz.

A great success was also „Development's directions of Polish printing industry and printed packaging” conference, that took place between 8 and 9 of April 2010 in the Poznan Trade Fair area and was organised mainly by Jerzy Hoppe. This conference joined the whole scientific and research backgrounds and two Chambers: of Printing and of Packaging.

A lot of attention attracted International Printing Conference „Printing Art Sectors' economy of Poland, Czech and Germany – transformation and perspectives”, that took place in Kliczkowo, organised on initiative of SIMP Poligraphs Sector. During the conference all the speakers and participants were trying to find the answer to the question: what is the future of printing industry.

A real turning point was “Polish Printing Market” report prepared thanks to Polish Guild of Gutenberg's Knights by KPMG and presented during drupa 2012 trade fair by Jacek Kuśmierczyk.

The last integration success of Polish printing industry was organised together in 2012 the 60<sup>th</sup> jubilee of SIMP Poligraphs Section and 20<sup>th</sup> jubilee of Polish Chamber of Printing ended by Scientific Conference in Inowrocław.

The Board of SIMP Poligraphs Section presented in the conference materials “Studies of Poligraphs Section monograph on its 60<sup>th</sup> jubilee” and SIMP Poligraphs Section's Branch in Inowrocław published on this occasion a monograph “Printing houses and printers in Inowrocław”.

„Świat DRUKU” magazine accompanied all our activities systematically, objectively and carefully describing our work.

**Tadeusz Chęsy**

*Translated by JS*

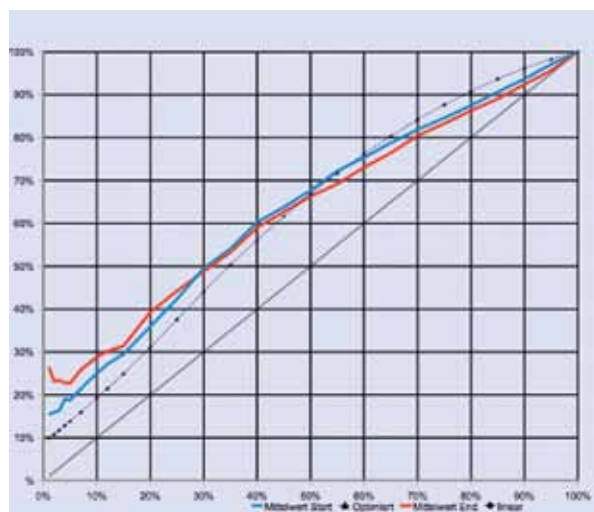
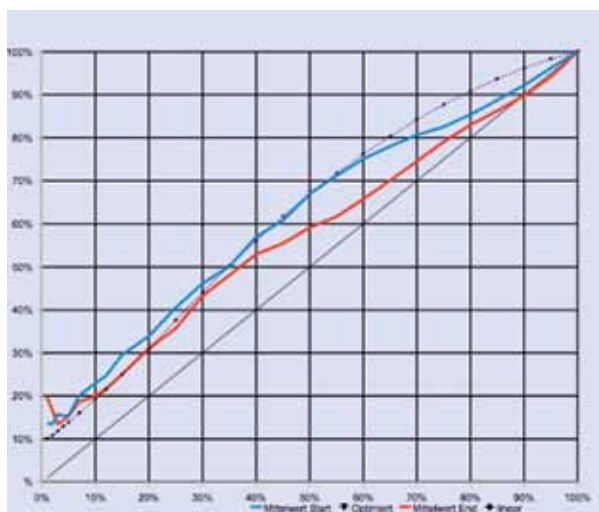
# The Flexographic Industry will Take a Lot of Jobs from Competing Technologies

**Wojciech Barabasz**

**E**ven in the end of the XX<sup>th</sup> century to print CMYK the majority of printers used anilox rollers with screen ca. 220 l/cm. This kind of aniloxes has a volume up to 3–4 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> what allows printers to use plates with a 120 line-per-inch process screen.



At the time, the possibility of using such parameters was a huge step forward, because the results exceeded everything what could have been achieved in flexographic printing before. The following years witnessed a further increase in demand for a high quality print. The beginning of the century brought a widespread use of anilox rollers with screen of 315–340 l/cm, thanks to which it was possible to achieve a better rate of dot size and anilox cell opening, and significant improvement of quality. In reaction the market expected that flexo could replace other technologies, such as gravure or offset printing. It meant the necessity of gaining better full tones, wider range of full tones in combination with fine details and clearer screens. This forced manufacturers of anilox rollers to combine high screens with big volumen: the screen 340 l/cm was combined with the volume of 5,5 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> and for the colour gradiences appeared aniloxes of 300 l/cm with volume 7 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> or 280 l/cm 9 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>. Yet there were still limitations in increasing plate screen. That is why the producers of the printing forms and of processing technologies for the plates conducted intensive research and development studies. A while ago, finally, appeared printing plates which allow printers to print with 60, 70, or even 80 l/cm plate screen. This kind of prints were called HQ – a high-quality prints. Thanks to these parameters modern flexography caught up with the level of screens used in gravure or offset printing. However, it does not mean that today flexographic printing can without problems replace



Dot gain curves. Comparison: a conventional anilox roller 510 l/cm and a GTT roller; blue color – the average value at the start, red – the average value in the end, the dotted line – optimum

prints made in these technologies. The obstacles are: still imperfect inking and a number of negative effects resulting from the contact of metering roll and plate. These problems are associated with the imperfections in the ink transfer, which results in over-inking and dot gain, and therefore make it impossible to achieve long runs of stable quality. Here the producers of anilox rollers have a lot of work to do. And indeed, we are inundated with information that here comes a new technology that gives excellent results in high-quality prints. Unfortunately, these “new technologies” are, as a matter of fact, just modifications of the classic hexagonal screen or just an attempt to use modified open or closed linear structure. Today, to have an optimal rate of dot size and anilox cell opening for HQ prints, we need anilox rolls with screens over 500 l/cm; for even more plate screen – over 600 l/cm. Conventional technologies have reached the end of the growth opportunities, because you can’t cheat the laws of physics to achieve a big ink transfer from closed cell structure, and guarantee good support of screen dots at the same time. Big hopes are for the

GTT technology – here, thanks to the simple laws of physics introduced to the micro world, a completely new way of inking was developed. In this case, open slalom ink-channel allows good ink transfer and good support of screen dots. Theoretically, modern printing plates and GTT rollers give the possibility of obtaining long runs of stable quality (see illustration). What remains is the choice of paint parameters. However the printing house which is trying to achieve the HQ prints has to face a number of other tasks and problems: like the quality of the mounting sleeve and precision of mounting, not to mention the technical condition of the machines. Important are also issues related to the care of metering rolls. And on top of that is, of course, the economy. Customers would like to get better quality of print, but not necessarily associated with the rise in the price of products. It’s true that the new technologies are expensive, but if we do not take the challenge of improving the quality, we’ll be easily knocked out by the competitors. In a sea of different, not exactly proven technologies, it’s very easy to make a mistake and bear the expense, with no result. Thus, we observe a large restraint and caution among printers.

But as time goes by, the print buyers learn about the new possibilities and demand the highest-quality products.

If a flexographic printing house wants to start increasing the print quality, I would advise to put things in order and to carefully choose tools, avoiding buying equipment just because it’s cheap. We have to be sure that what we have, can give us reliable and consistent results. It’s necessary to establish the way and the time for conservation of the machine and its elements, as well as rational management of the elements which wears off. It is, in a way, the beginning of the standardization process. Achieving a balance on the basic level enable introduction of new elements (rollers, inks) and suitable printing process.

I hope that coming years will be a period of dynamic growth of the flexographic industry, which will take a lot of jobs from competing technologies.

I wish good luck to all who dare to face this challenge.

**Wojciech Barabasz**

*Translated by KD and the Author*







