

# Znajdź swoją niszę

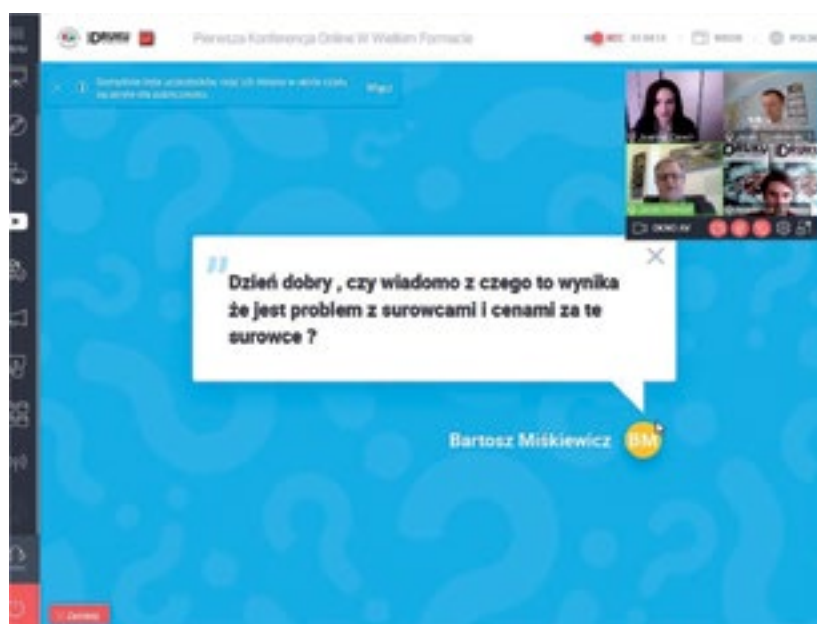
## Pierwsza Konferencja Online w Wielkim Formacie

**Ponad 70 uczestników – w przeważającej części przedstawiciele drukarni wielkoformatowych i agencji kreatywnych, zgromadziło się 28 kwietnia br. przed ekranami komputerów i smartfonów na Pierwszej Konferencji Online w Wielkim Formacie. Ze względu na niemożność organizacji branżowych spotkań stacjonarnie wydarzenie to było pierwszą w Polsce w tym roku okazją do zapoznania się z najnowszymi trendami w druku wielkoformatowym i ofertą dostawców maszyn, materiałów eksploatacyjnych i podłoży dla tego sektora poligrafii, jak również do dyskusji nad sytuacją sektora w trudnym roku epidemii COVID-19.**

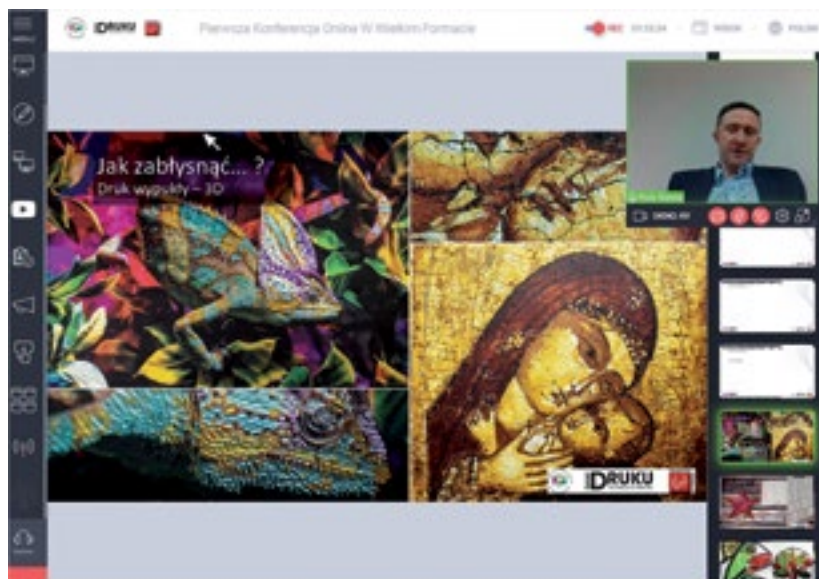
niczenia budżetów marketingowych przez dotychczasowych klientów drukarni, agencji reklamowych i producentów upominków reklamowych, perspektywy na przetrwanie trudnego okresu nie nastrajały optymistycznie. Okazało się jednak, że wiele firm po chwilowym przestoju dostrzegło szanse nie tylko na przetrwanie, ale wręcz na rozwój działalności. Drukarne wielkoformatowe zajęły się np. produkcją środków ochrony osobistej,

Konferencję, w ramach Akademii Wiedzy, zorganizowało wydawnictwo Polski Drukarz, partnerami były firmy: Atrium Centrum Ploterowe, Epson we współpracy z API.PL oraz SCORPIO. Patronat nad wydarzeniem objęły: Centrum Badawczo-Rozwojowe Przemysłu Poligraficznego, Polska Izba Artykułów Promocyjnych, Polskie Stowarzyszenie Sitodruku i Druku Cyfrowego, targi: FestiwalDruku.pl i RemaDays Warsaw oraz media branżowe: Dostawcy OOH magazine, Signs.pl i „Świat DRUKU”.

Mogłoby się wydawać, że sektor druku reklamowego, zwłaszcza wielkoformatowego, jest jednym z najbardziej poszkodowanych przez epidemię COVID-19. Z powodu niemal całkowitego ograniczenia kontaktów społecznych, zakazu organizacji wszelkich imprez zbiorowych, takich jak koncerty, wydarzenia sportowe, targi i konferencje, wreszcie ogra-



Przedstawiciele PSSiDC na bieżąco odpowiadali na pytania uczestników konferencji



Piotr Ronke z firmy SCORPIO pokazywał m.in. efekt druku wypukłego

jak maseczki i przyłbice, nierzadko z nadrukiem, lub grafik podłogowych informujących o konieczności zachowania dystansu społecznego. Spory wzrost zanotowała także produkcja artykułów dekoracyjnych, jak grafiki ścienne, tapety czy drukowane tekstylia, co zdaniem analityków rynku wynika z faktu rozpowszechnienia się pracy zdalnej i wynikającej z tego faktu potrzeby zadbania o estetykę pomieszczeń do tej pory służących wyłącznie celom prywatnym.

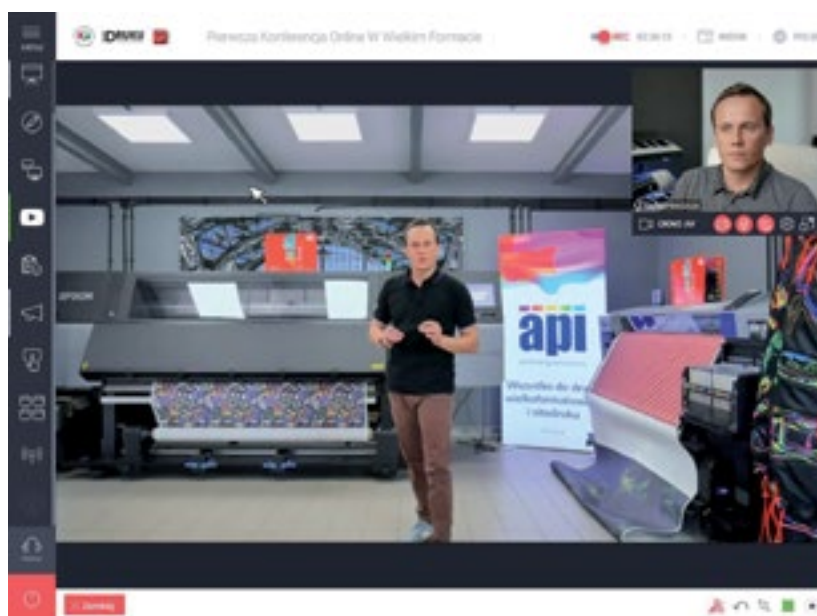
Oczywiście nie wszystkie drukarnie wielkoformatowe przetrwały ubiegły rok – przynajmniej kilka zakończyło działalność, a pozostałe powoli odnajdują się w nowej rzeczywistości. Wiele z nich doceniło dywersyfikację oferty – te, które ją wcześniej wprowadziły, były w stanie utrzymać produkcję i miejsca pracy. Inne odebrały wyraźny sygnał, że najwyższy czas poszukać kolejnych nisz do zagospodarowania, by lepiej przygotować się na kolejny trudniejszy okres, który prędzej czy później nadejdzie. Kilka pomysłów uczestnikom Pierwszej Konferencji Online w Wielkim Formacie podpowiedzieli prelegenci reprezentujący partnerów i patronów wydarzenia.

Jako pierwsi głos zabrali przedstawiciele PSSiDC, zrzeszonego w Europejskiej Federacji Sitodrukarzy FESPA. **Jacek Stencel**, **Jacek Szydłowski** oraz **Joanna Zjawin** przedstawili sytuację branży podczas pandemii z punktu widzenia odpowiednio: właściciela drukarni, przedstawiciela dostawcy, marketingowca, a także

perspektywy organizacji skupiającej firmę z sektora druku cyfrowego i sitodruku. Prelegenci podkreślili konieczność zmian, jakie branża będzie musiała wprowadzić do swojej działalności, ze szczególnym uwzględnieniem takich kwestii, jak automatyzacja i optymalizacja procesów produkcyjnych, zwiększenie ekonomiczności działań, rozwój e-commerce, zrównoważony rozwój i... jedność branży. Zachęcali przy tym do zasilania szeregów PSSiDC, przedstawiając benefity, jakie FESPA oferuje członkom zrzeszonych w niej stowarzyszeń krajowych.

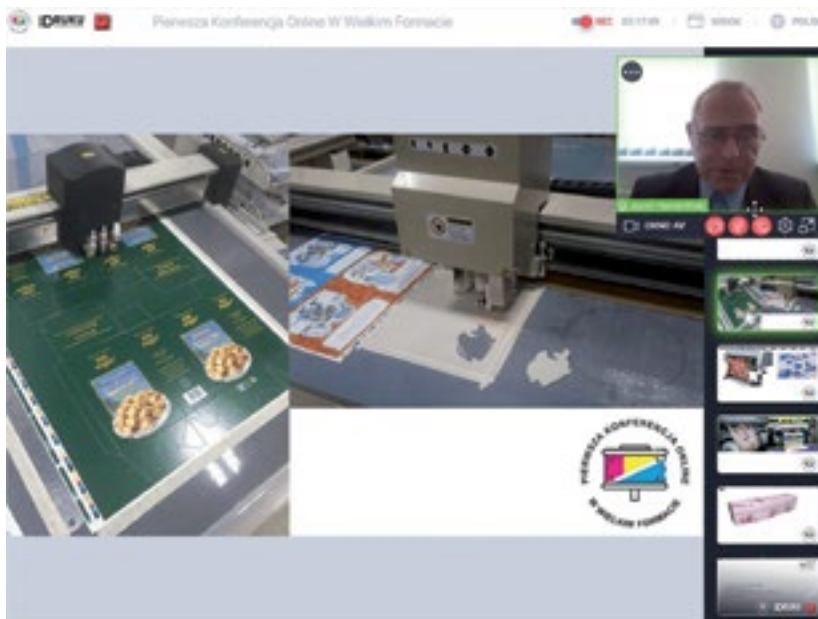
Jak zabłysnąć – i to dosłownie – w wielkim formacie, doradzał słuchaczom **Piotr Ronke** z firmy SCORPIO. Prezentację rozpoczął od krótkiego przedstawienia firmy macierzystej oraz szwajcarskiego producenta maszyn do druku wielkoformatowego swissQprint, którego SCORPIO jest przedstawicielem. Następnie przeszedł do omówienia poszczególnych modeli maszyn, podkreślając takie ich cechy, jak wydajność, jakość, energooszczędność, niezawodność, stabilność produkcji, przyjazność operatorowi. Dzięki tym cechom maszyny pozwolą zabłysnąć ich użytkownikom w sensie metaforycznym. A co z dosłownym błysnięciem? Jest ono jak najbardziej możliwe dzięki możliwościom wykończenia wydruków oferowanym przez swissQprint: lakierem neonowym UV, lakierem soczewkowym, drukowi wypukłemu, drukowi znaków Braille'a i doskonałej precyzji w druku bardzo małych elementów, np. znaków wielkości 1 pkt. Ostatnią część wystąpienia prelegent poświęcił prezentacji najnowszej wersji modelu Karibu – S, zwracając uwagę zwłaszcza na możliwość bardzo precyzyjnego druku dwustronnego (pisaaliśmy o tym w numerze 4/2021).

Na wirtualną wyprawę do świata wielkiego formatu firmy Epson zaprosił widzów konferencji **Rafał Hnidziuk**. O poszczególnych urządzeniach i maszynach z oferty producenta opowiadał dwojako: na żywo, prezentując



Rafał Hnidziuk w podwójnej roli: prelegenta i prezentera rozwiązań firmy Epson w salonie demonstracyjnym API.PL





Jacek Hamerliński wskazywał nisze dla drukarń wielkoformatowych, które pomogą im rozwinąć potencjał



Na wirtualny spacer po Centrum Ploterowym Atrium zaprosił Michał Postępski

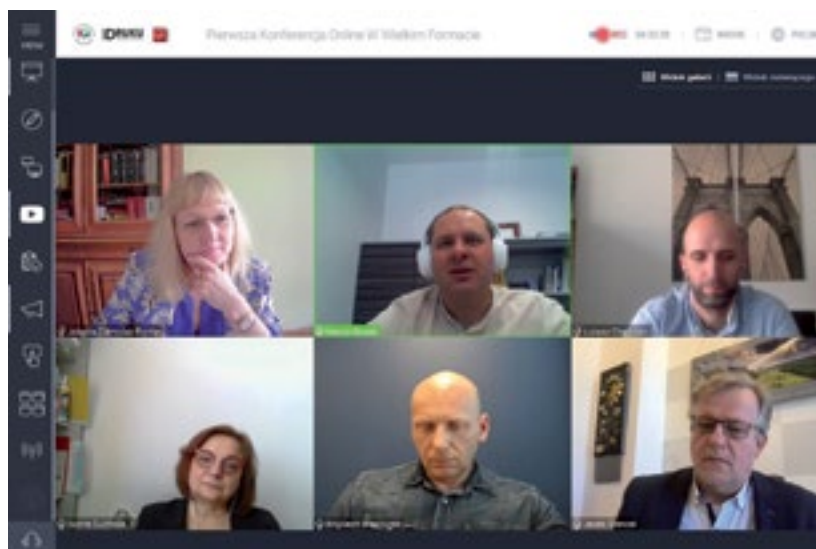
tradycyjne slajdy, oraz jako przewodnik po centrum demonstracyjnym dystrybutora urządzeń marki Epson – firmy API.PL. Uczestnicy konferencji zapoznali się z rozwiązaniami do druku reklam wielkoformatowych, fotografii, rysunków architektonicznych i technicznych, etykiet i opakowań, proofingu oraz druku na tekstyliach. W ostatnim segmencie szczególnie interesujące mogły się wydać maszyny przemysłowe do zadruku bezpośredniego z serii Monnalisa – niestety, ze względu na gabaryty nie trafiły jeszcze do demo roomu, można było je więc zobaczyć tylko na fotografiach.

Po przerwie kawowej na ekranach uczestników zagościł dr **Jacek Hamerliński** z COBRPP. Z właściwą sobie swadą podpowiadał, gdzie poszukiwać nowych nisz dla druku

wielkoformatowego w czasach, gdy segment reklamy zewnętrznej przechodzi kryzys. Prelegent zwrócił uwagę na liczne możliwości zastosowań ploterów wielkoformatowych w produkcji opakowań, etykiet, dekoracji ściennych i podłogowych, tekstyliów, druków akcydensowych, jak wizytówki czy menu restauracyjne, a nawet... personalizowanych trumien.

Następnym punktem programu konferencji był wirtualny spacer po opolskim Centrum Ploterowym Atrium. Widzowie mogli obejrzeć pracujące drukarki żywiczne, UV LED i solwentowe, a **Michał Postępski** wraz ze współpracownikami przybliżył możliwości rozwiązań takich producentów, jak EFI, Mutoh czy Summa. Film ten obecnie można obejrzeć na platformie YouTube.

Pierwszą Konferencję Online w Wielkim Formacie zakończył panel dyskusyjny pt. „Recepta na sukces czy na przetrwanie w obecnych czasach”. Wzięli w nim udział: **Marcin Bosek**, pomysłodawca i założyciel firmy Modern Forms z Dobrzeczkowa, **Łukasz Chęciński**, dyrektor zarządzający Drukpoznan.pl z Poznania, **Iwona Dułińska**, dyrektorka zarządzająca firmą Kunszt z Krakowa, **Jacek Stencel**, właściciel drukarni Pasja z Mikołowa, i **Wojciech Wąsowski**, właściciel firmy 12M z Opola. Dyskusja dotyczyła działalności drukarń podczas pandemii, sposobów na radzenie sobie z problemami, osiąganie przewagi nad konkurencją. Paneliści podzielili się z uczestnikami konferencji swoimi doświadczeniami, wskazując, że przetrwali, a nawet umocnili swoją pozycję



W panelu dyskusyjnym, który poprowadziła Jolanta Ziemniak-Ronke, wzięli udział przedstawiciele drukarń wielkoformatowych

na rynku, koncentrując się na takich obszarach działalności firm, jak obsługa klienta, planowanie strategiczne, przemyślane inwestycje w park maszynowy, elastyczność i dywersyfikacja działalności oraz poszukiwanie odpowiednich sposobów jej finansowania, wdrażanie innowacyjnych technologii i modeli biznesowych.

Choć coraz więcej sektorów gospodarki wznawia pełną działalność, nikt nie jest w stanie przewidzieć, czy jesienią nie czekają nas kolejne ograniczenia. Wszyscy mamy świadomość, że doświadczenie pandemii na zawsze zmieniło nasze postrzeganie rzeczywistości. Po latach stabilizacji musieliśmy się nauczyć funkcjonować w zupełnie nowych warunkach. Dotyczy to również działających na rynku przedsiębiorstw. Mamy nadzieję, że uczestnicy konferencji wynieśli z niej przynajmniej garść inspiracji, które pozwolą im nie tylko przetrwać obecny kryzys, ale też rozwinąć skrzydła na tyle, by ewentualne kolejne obniżenie koniunktury nie odcisnęło piętna na ich działalności.

MK

Dziękujemy za współpracę  
wszystkim uczestnikom, prelegentom,  
partnerom



firmie współpracującej



patronom



**PCI PHARMA & COSMETIC INDUSTRY DAYS 2021**

# Targi dla Przemysłu Farmaceutycznego i Kosmetycznego

Warszawa

**8 – 9 WRZEŚNIA 2021**

ZAKRES TEMATYCZNY TARGÓW



PATRONI HONOROWI



PARTNERZY MERYTORYCZNI



PATRONI MEDIALNI



PATRON INSTYTUCJONALNY



ORGANIZATOR

**FARMACOM**

Odwiedź naszą stronę internetową!

[www.pcidays.pl](http://www.pcidays.pl)