

Spis treści

- 3 News
- 11 Nowości w cyfrowym druku na tekstyliach
- 14 Co czeka branżę poligraficzną w 2023 roku?
- 18 Od wielkoformatowych maszyn dużego kalibru aż po lasery, CNC czy laminatory
- 20 Poradnik sitodrukarza: Ramy i profile – parametry
- 22 Dostawcy urządzeń, materiałów i usług w zakresie druku wielkoformatowego
- 23 Dostawcy urządzeń, materiałów i usług w zakresie druku na tekstyliach
- 24 Tampony poligraficzne – kryteria prawidłowego doboru. Część 5
- 26 Upominki reklamowe: nowe możliwości dla drukarzy
- 28 Nietatwy powrót do normalności
- 32 Lider rynku matryc będzie spółką akcyjną
- 34 Błysk, wdzięk, szarm, styl – tym was zdobędziemy w mig!
- 36 Dostawcy urządzeń, materiałów i usług w zakresie obróbki po druku i uszlachetniania
- 38 Jakie będą opakowania w 2023 roku?
- 42 Wieści z rynku
- 56 PolyNews by Agnieszka Rusin
- 57 Niejasna sytuacja na... rynku książki
- 60 Niezbędnik intrologatora: Nóż też narzędzie
- 62 Polska poligrafia dziś i w przyszłości
- 64 Jak rozpocząć proces wdrażania metod, technik oraz koncepcji zarządzania?
- 66 Arbitraż jako alternatywa dla problemów z rozwiązywaniem sporów przed sądami powszechnymi. Część 1
- 68 Tajemnica przedsiębiorstwa
- 70 Ja, Poligraf{ia}. Odc. 2

- druk cyfrowy, poligrafia reklamowa, sitodruk, tampondruk, druk na tekstyliach
- obróbka po druku i uszlachetnianie

W następnym numerze:

prepress; systemy zarządzania produkcją poligraficzną; fleksografia; tektura falista; druk UV; inkjet; finansowanie

Indeks reklam

Amagraf	22
API.PL	22, 36
CCE	19
Color Laboratory	22, 29
Derya	36
Docufield	36
Duplo	36
Ekstreme	23, 27
Festiwal Marketingu	53
Fujifilm	I*
Grawer Polska	36
Intergators	36
LFP	22, 31
Magenta Vision	22
Mimaki	21, 23
MMR Group	37
Multifol	IV*, 25, 37
Polkos	15, 23
Profex elektronik	II*
RemaDays	35
Reprograf-Grafikus	23, 37
SCORPIO	17, 23
Vilpol	69
Weilburger Grafik-Polska	13, 37

* strona okładki

Artykuły promocyjne

Grawer Polska	32
Magenta Vision	18

POLSKI DRUKARZ
SPÓŁKA Z O.O.

Członek
Polskiej Izby Druku



Członek
Polskiej Izby Opakowań



Członek Polskiej Izby
Artykułów Promocyjnych



Członek Wspierający
Fundacji Rozwoju Kadr Poligraficznych



Członek Polskiego Stowarzyszenia
Sitodruku i Druku Cyfrowego



Członek Polskiej
Izby Fleksografów



Członek Europejskiego Stowarzyszenia
Branży Etykiet Samoprzylepnych FINAT



Partner programu
Solidni w Biznesie



Partner Klastra
Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie



Od

wydawcy

Akademia Wiedzy w 2023 r.

Szanowni Państwo, organizowane od lat przez wydawnictwo Polski Drukarz sp. z o.o. konferencje i szkolenia w ramach Akademii Wiedzy zyskały już swoją renomę i niezmiennie przyciągają setki uczestników zainteresowanych tematyką najnowszych osiągnięć poligrafii. W 2023 r. będziemy mieli przyjemność zaprosić Państwa na następujące wydarzenia:

1–2 czerwca – III Kongres „Etykiety Samoprzylepne” 2023 (18. Konferencja „Etykiety samoprzylepne – najnowsze technologie” i wystawa technologii i rozwiązań dla producentów etykiet samoprzylepnych)

5–6 października – 12. Konferencja „Tektura falista – najnowsze technologie”

21–22 listopada – 17. Konferencja z cyklu „Akademia Zarządzania Barwą”

28 marca – „Jak prowadzić profil firmy poligraficznej na biznesowym portalu społecznościowym. Praktyczne szkolenie warsztatowe – LinkedIn dla branży poligraficznej”

29 marca, 6 grudnia – szkolenie „Poligrafia w marketingu”

- **Szkolenie „Effective packaging”** na życzenie. W przygotowaniu szkolenie „**Warsztat poligraficzny dla self-publisherów**”.

Szkolenia stacjonarne odbędą się jak co roku w Warszawie. O miejscu organizacji Kongresu „Etykiety Samoprzylepne” 2023, konferencji „Tektura falista – najnowsze technologie” oraz „Akademia Zarządzania Barwą”, która w tym roku potrwa dwa dni, poinformujemy wkrótce na stronie www.swiatdruku.eu i www.akademia-wiedzy.eu oraz za pośrednictwem naszego newslettera, mediów społecznościowych i na łamach „Świata DRUKU”.

Zachęcamy serdecznie do współorganizacji tych wydarzeń i liczego uczestnictwa. Do zobaczenia!

Z

rynku

Szeroko zakrojone plany Polskiej Izby Druku

W drugim tygodniu nowego roku odbyło się spotkanie Członków Rady Polskiej Izby Druku, podczas którego podsumowano działania sfinalizowane w 2022 r. i omówiono plany na rok 2023.

Jednym z fundamentalnych tematów, na których będą się koncentrowały działania Izby, jest wsparcie kształcenia młodzieży w szkołach wyższych i średnich. Jak zaznaczono, PID będzie się opierać na bogatym doświadczeniu Macieja Sierpińskiego, który prowadzi liczne projekty związane ze szkolnictwem dualnym (w numerze 12/2022 „Świata DRUKU” znajdą Państwo bardzo interesujący wywiad na ten temat).

W ramach podsumowania roku 2022 omówiono następujące działania Izby: zakończenie badań rynku graficznego, profile PID w social mediach, podpisanie umów o współpracy z organizacjami Samorządu Gospodarczego oraz z Akademią

Sztuk Pięknych, przygotowanie i uzgodnienie umów o współpracy z Uniwersytetem Warszawskim i Politechniką Warszawską, Raport „Rynek poligraficzny i opakowań z nadrukiem w Polsce”, obchody 30-lecia Polskiej Izby Druku (w tym konferencja „Środowisko przemysłu poligraficzno-konwertującego dzisiaj i w przyszłości” i gala konkursu Złoty Gryf), kalendarz Polskiej Izby Druku na 2023 r.

Wiele czasu poświęcono planom na rozpoczynający się rok. Wśród licznych działań podejmowanych przez Izbę będą: uruchomienie zmodernizowanej strony www, wybór i ukonstytuowanie rady ekspertów Izby, powołanie do życia Samorządowego Branżowego Sądu Arbitrażowego, modernizacja bazy danych Izby, ustalenie planu działań w zakresie wsparcia edukacji zawodowej oraz procesów ustawicznego kształcenia z wprowadzeniem systemu certyfikacji personalnej, pro-

mocja branży, dyplomy i odznaczenia, pozyskanie nowych członków Izby.

Jednym z ważniejszych zadań będzie również przededefiniowanie formuły konkursu Złotego Gryfa (rywalizacja zyska również nową nazwę: Złoty Gryf – Grand Prix). Do dotychczasowych kategorii zaproponowano dodanie nowych: Najlepsza praca badawcza w zakresie poligrafii, Najlepszy projekt graficzny, Innowacyjne opakowanie, Książka cyfrowa, Opakowanie z tektury falistej oraz utworzenie nowej grupy kategorii Małego Złotego Gryfa z przeznaczeniem dla absolwentów uczelni wyższych oraz techników (proponycja M. Sierpińskiego).

W 2023 r. Polska Izba Druku będzie także organizować wydarzenia – oprócz gali konkursowej Złotego Gryfa w planach są seminaria i warsztaty oraz współorganizacja 150-lecia Związku Zawodowego Poligrafów.

Viva Magenta kolorem roku 2023

Jak co roku w grudniu Instytut Pantone ujawnił wytypowany przez zespół ekspertów wiodący kolor nadchodzącego roku. W 2023 r. dominować będzie Viva Magenta (18-1750) – wibrujący odcień przygaszonej czerwieni, który łączy zarówno ciepłe, jak i zimne tony. To kolor „odważny, potężny i wzmacniający”, emanujący radością, zachęcający do eksperymentowania i wyrażania siebie bez ograniczeń; jego żywiołowość ma zapowiadać radosny czas, szczególnie w odniesieniu do ostatnich, dość trudnych lat.

Specjaliści Pantone Color Institute co roku tworzą raporty, które są poprzedzone drobiazgowymi analizami

niemal wszystkich branż wpływających na styl życia, m.in. przemysłu rozrywkowego, filmowego, turystycznego, modowego, sportowego, sztuki, ale też warunków społeczno-ekonomicznych. Wskazują w nich najmłodniejsze kolory obowiązujące w danym sezonie, kreują trendy, inspirują projektantów.

Jakie kolory królowały w latach poprzednich? W 2022 r. był to Very Peri (niebieski wpadający w fiolet), w 2021 r. wyjątkowo wybrano dwa – szary w połączeniu z cytrynową żółcią, w 2020 r. był to klasyczny niebieski, a w 2019 r. energetyczny Living Coral.

Transformacja sektora opakowań

Komisja Europejska przedstawiła projekt nowego rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych, zgodnie z którym w 2030 r. wszystkie opakowania mają nadawać się do recyklingu. To nie wszystko – główne cele dokumentu to zapobieganie powstawaniu odpadów opakowaniowych i ograniczenie ich masy, a także wspieranie ponownego użycia i ponownego napełniania. Wniosek KE zostanie rozpatrzone przez Parlament Europejski i Radę w ramach zwykłej procedury ustawodawczej.

Nowe przepisy zakładają trzy główne cele: zapobieganie produkowaniu odpadów opakowaniowych (zmniejszenie ich ilości, ograniczenie zbędnych opakowań oraz promowanie rozwiązań w zakresie opakowań wielokrotnego użytku i wielokrotnego napełniania), podwyższenie jakości recyklingu (zamknięty obieg – do 2030 r. wszystkie opakowania znajdujące się na rynku UE mają się nadawać do recyklingu w opłacalny ekonomicznie sposób), zmniejszenie zapotrzebowania na pierwotne zasoby naturalne i stworzenie dobrze funkcjonującego rynku surowców wtórnych poprzez zwiększenie wykorzystania tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu w opakowaniach.

Przedsiębiorstwa będą musiały oferować konsumentom pewien odsetek swoich produktów w opakowaniach wielokrotnego użytku lub wielokrotnego napełniania, np. w przypadku napojów i posiłków na wynos lub w handlu elektronicznym. Planowana jest też standaryzacja

formatów opakowań i wprowadzenie zrozumiałego oznakowania opakowań wielokrotnego użytku. Niektóre formy opakowań będą zakazane (np. opakowania jednorazowego użytku stosowane do podawania żywności i napojów spożywanych w restauracjach i kawiarniach oraz do pakowania owoców i warzyw, miniaturowe opakowania w hotelach).

Komisja proponuje ustalenie kryteriów projektowania opakowań, stworzenie obowiązkowych systemów zwrotu kaucji dla butelek plastikowych i puszek aluminiowych oraz wyjaśnienie, które rodzaje opako-

wań muszą być kompostowalne, aby konsumenci mogli je wyrzucać do bioodpadów. Wprowadzone zostaną również obowiązkowe wskaźniki zawartości materiałów z recyklingu, które producenci muszą włączyć do nowych opakowań z tworzyw sztucznych. Ponadto na każdym opakowaniu będzie znajdować się etykieta wskazująca, z czego wykonane jest opakowanie i do jakiego strumienia odpadów należy je wyrzucić. Pojemniki do zbierania odpadów będą opatrzone takimi samymi etykietami. Takie same symbole będą używane w całej UE.

Finowie wyróżnieni za zrównoważony rozwój

Firma Metsä Board została drugi rok z rzędu potrójnie wyróżniona najwyższą oceną „A” przez CDP – globalną organizację ratingową non profit, zajmującą się ekologią – za transparentność w informowaniu o działaniach służących przeciwdziałaniu zmianom klimatu, ochronie lasów i zasobów wodnych. Spółka na listach A jest obecna od siedmiu lat; w 2022 r. znalazła się w gronie zaledwie 12 firm spośród prawie 15 tys. ocenianych podmiotów, które uzyskały potrójny wynik „A”.

Firma opublikowała także nowe, szczegółowe interaktywne plany działania przedstawiające środki, które zamierza podjąć, aby osiągnąć ambitne cele środowiskowe do 2030 r. Te plany będą aktualizowane co najmniej raz w roku w zakresie uzyskiwanych wyników i przyszłych inwestycji, będą też uwzględniać przeszłe inwestycje, które są obecnie na etapie projektowania. Plany dotyczące klimatu składają się z dwóch części – jedna z nich to podróż w kierunku korzystania w 100% z energii nie uzyskiwanej z paliw kopalnych, a druga to osiągnięcie do końca 2030 r. zerowej emisji CO₂ (wszystkie zakłady firmy przestaną korzystać z paliw kopalnych i kupować energię generowaną z paliw kopalnych). Plany dotyczące wody przedstawiają przewidywane zmniejszanie zużycia wody technologicznej przypadającego na tonę gotowego produktu.

E-zakupy a środowisko i wymagania konsumentów

Już 35% konsumentów widzi potrzebę tego, aby sektor e-commerce wdrażał zielone rozwiązania – mówi agencji Newseria Biznes Aleksandra Musielak z Konfederacji Lewiatan. Dla blisko połowy ten aspekt jest ważny lub nawet bardzo ważny. Te inicjatywy muszą obejmować zarówno ekologiczne formy dostawy, jak i opakowania, które – jak wynika z badań – ze względu na zbyt duży rozmiar oraz nadmiar taśmy i sztucznych wypełniaczy bywają problematyczne dla polskich e-konsumentów.

83% konsumentów w Polsce ma wysokie lub bardzo wysokie wymagania wobec e-commerce – pokazuje ubiegłoroczne badanie „Co (u)gryzie e-commerce?” Mobile Institute i Izby Gospodarki Elektronicznej. Oprócz ceny i szybkości dostawy te oczekiwania coraz częściej dotyczą też ekologii.

W czasie COVID-19 internetowy handel zanotował boom – na tym rynku działa dziś ponad 150 tys. firm. Według danych Gemiusa, Polskich Badań Internetu oraz IAB Polska zakupy w sieci robi 77% Polaków (przy czym 60% regularnie) w porównaniu z 62%

w 2019 r. Jak szacuje firma doradcza PwC, wartość polskiego e-commerce wynosi ok. 109 mld zł, a do 2027 r. wzrośnie do 187 mld zł. Jego udział w sprzedaży detalicznej sięgnie 17%.

Z ubiegłorocznego raportu „Green Generation” (Mobile Institute) wynika, że w kwestii świadomości zagrożeń ekologicznych w czasie pandemii nastąpiła duża zmiana – wyraźnie wzrosła liczba Polaków zgadzających się, że klimat się ociepla oraz martwiących się o przyszłość następnych pokoleń w kontekście ekologii i zmian środowiska. Taka postawa przekłada się na zakupy polskich konsumentów, także w internecie – dla konsumentów oprócz ceny i szybkości dostawy ważne są ekologiczne, biodegradowalne i nieprzeładowane opakowania. Agnieszka Talecka z DS Smith mówi: „Niedopasowane do wielkości zawartości opakowania to zbyt dużo materiału wykorzystanego do ich wyprodukowania, zbyt dużo wypełniaczy w środku i prawie 2,5 mln dodatkowych kursów samochodów dostawczych co roku”. UKE podaje, że w 2021 r. wolumen

dostarczonych przesyłek kurierskich sięgnął 776 mln szt. (każdego dnia do rąk polskich konsumentów trafiało średnio 2 mln paczek).

Równie dużym problemem środowiskowym są materiały wykorzystywane do pakowania paczek – ze względu na ich zbyt duży rozmiar w Polsce marnuje się rocznie blisko 89 tys. t tektury i ok. 333 mln m² taśmy klejącej.

Z ubiegłorocznego raportu „Green Generation”, który powstał przy współudziale Allegro, wynika, że aż 85% polskich internautów i 77% e-kupujących zauważa podczas zakupów w sieci różne nieekologiczne praktyki sklepów. Co ciekawe, według badania Mobile Institute i Izby Gospodarki Elektronicznej, e-konsumenci są nawet bardziej wyculeni na kwestię ekologii niż ci tradycyjni i zwracają uwagę m.in. na nieekologiczne formy dostawy i nieoptymalne pakowanie przesyłek. Oprócz ograniczenia materiałów używanych do pakowania blisko połowa badanych chce też otrzymywać zamawiane produkty w opakowaniach pochodzących z recyklingu.

Pozytywny koniec 2022 roku dla firmy EyeC

Specjalizująca się w systemach inspekcji druku firma EyeC skończyła 2022 r. z sukcesem finansowym. Przyczynił się do tego rozwój wszystkich obszarów działalności przedsiębiorstwa oraz konsekwentnie realizowana ekspansja międzynarodowa. Firma osiągnęła rekordowy obrót w wysokości 10 mln euro (co oznacza wzrost o ok. 20% w porównaniu z analogicznym okresem w 2021 r.) oraz wzmocniła swoją obecność w ponad 135 krajach dzięki współpracy z 24 partnerami handlowymi.

Jak czytamy w komunikacie, firma z Hamburga pomimo pandemii, inflacji, a także utrzymujących się utrudnień w łańcuchach dostaw oraz niedostatku surowców w ubiegłym roku obrotowym znacznie zwiększyła swój udział w rynku. Przyczynił się do tego amerykański partner EyeC America, który złożył zamówienia na kwotę powyżej 2 mln euro. Ponadto wszystkie pięć rodzin produktów (ProofText, Proofiler, ProofRunner Web, ProofRunner Carton i ProofRunner Sheetfed) odnotowały wzrost, który w samym tylko segmencie druku wyniósł 30%. Kluczową rolę w osiągnięciu tak pozytywnego rezultatu odgrywa ciągła optymalizacja i rozbudowa systemów inspekcji druku, w tym wprowadzenie serii EyeC ProofRunner Highlight, skanera klasy premium opracowanego wyłącznie dla EyeC, a także liczne ulepszenia w EyeC ProofText – działającym w chmurze systemie korekty artworków.

Automatyzacja odblokowuje efektywność

Z badania przeprowadzonego na zlecenie Ricoh wynika, że 3/4 osób zarządzających europejskimi firmami decyduje się na cyfrową transformację, aby zredukować żmudne, powtarzalne zadania. Szacuje się, że pracownik biurowy niemal 30% swojego czasu poświęca na zadania czysto administracyjne. Odbywa się to kosztem innych działań, często dużo ważniejszych z perspektywy biznesowej firmy, i wpływa negatywnie na morale i zaangażowanie.

Wprowadzenie automatyzacji ma ogromne znaczenie nie tylko dla poprawienia efektywności pracy, ale również podnoszenia satysfakcji pracowników – wynika z badań zrealizowanych na zlecenie Ricoh. Okazuje się, że 76% osób decyzyjnych w firmach rozumie, jak negatywny wpływ na zespół i jego produktywność mają czasochłonne, powtarzalne zadania, dlatego redukcję tych obowiązków stawia jako jeden z podstawowych celów cyfrowej transformacji firmy.

Ponad połowa pracowników (64%) uznaje, że dzięki dostępowi do nowoczesnych narzędzi ich praca przyniosłaby firmie znacznie więcej wartości. Natomiast 78% uważa, że dzięki automatyzacji mogliby pożegnać wiele czasochłonnych zadań.

Firmy, które wdrożyły w zeszłym roku oprogramowanie pozwalające na automatyzację, odnotowały 14-procentowy wzrost produktywności oraz wzrost satysfakcji z pracy. Przekłada się to na niższy poziom fluktuacji kadr (przemieszczania się pracowników między firmami lub w strukturach danej organizacji).

Rekordowy rok Vetaphone

Vetaphone, dostawca rozwiązań do koronowej i plazmowej aktywacji powierzchni podłoży drukowych, poinformował, że 2022 r. był dla firmy rekordowy pod względem wyników sprzedaży. Przekroczono założony cel, co dla producenta stanowi dodatkową wartość symboliczną – jest hołdem dla Vernera Eisby’ego, założyciela rodzinnej firmy, w 100. rocznicę jego urodzin.

„Pomimo trudnych warunków zewnętrznych poradziłem sobie z opóźnieniami i niedoborami komponentów, udało nam się także utrzymać wysoki poziom obsługi klienta. Tym bardziej jesteśmy dumni z osiągniętego wyniku. Niezawodność naszej technologii jest wynikiem naszego zaangażowania w ciągłe prace badawczo-rozwojowe. Sukces jest dziełem całego zespołu, który potrafi się zjednoczyć w niesprzyjających czasach” – powiedział Kevin McKell, wiceprezes ds. sprzedaży i marketingu. Jak dodał, poziom zapytań i sprzedaży był w minionym roku rekordowo wysoki, co świadczy o słuszności decyzji firmy podjętej w 2021 r. o rezygnacji z udziału w targach w roli wystawcy. Sprawdziła się przy tym strategia zainwestowania w showroom i laboratorium testowe, w których klienci mogą przetestować wydajność podłoży przed zaangażowaniem się w produkcję komercyjną. Przyjmując takie bardziej skoncentrowane podejście do promocji swojej technologii i docierając do większej bazy klientów, firmie udało się lepiej wykorzystać własne zasoby.

Hybrydowy ploter LED UV w ofercie Atrium

Firma Atrium Centrum Ploterowe poszerzyła ofertę o ploter hybrydowy LED UV Artemis, dostępny w wersjach 5 m, 3,2 m i 2,2 m. Ta hybrydowa drukarka do zadruku bezpośredniego na materiałach zarówno sztywnych, jak i elastycznych (opcja rolowa) jest pierwszym tego typu rozwiązaniem marki w portfolio dystrybutora maszyn z Opola.

Technologia LED UV pozwala drukować na materiałach nietypowych, wrażliwych na wysoką temperaturę. Ploter jest w stanie robić nadruki na szkle, ceramice, metalach, tekturze, skórze, tapetach, foliach, PVC, PP, PE.

Artemis hybrydowy LED UV jest przeznaczony przede wszystkim dla drukarni przemysłowych i producentów oznakowań, a także innych usługodawców działających w branży poligraficznej. Jak podkreśla dystrybutor, zastosowanie magnetycznego napędu liniowego gwarantuje wyższą jakość druku oraz stabilną pracę urządzenia. Maszyna pozwala drukować kilka arkuszy jednocześnie, bez przerw i potrzeby wymiany mediów, co zwiększa wydajność produkcji. Wyposażony w głowice Konica Minolta 1024i ploter drukuje kolorami CMYK, kolorami spotowymi, kolorem białym oraz lakierem uszlachetniającym wydruk. Jest to jednostka o polach roboczych 500 cm, 320 cm lub 220 cm i rozdzielczości 1440 dpi. Wersja plotera Artemis 500 cm osiąga prędkość aż 169 m²/godz., zaś wersja 320 – 105 m²/godz.

Screen ulepsza komunikację marki

Firma Screen Graphic Solutions Co, Ltd. zaktualizowała logotypy produktów swojej marki systemów druku cyfrowego z serii Truepress, aby doprecyzować przeznaczenie i rozwój technologii skierowanych dla poszczególnych rynków druku – komercyjnego/wydawniczego, etykiet i opakowań. Firma planuje rozpocząć wysyłkę urządzeń opatrzonych nowymi logotypami od wiosny 2023 r.

Firma Screen wprowadziła na rynek system druku atramentowego z roli Truepress Jet 520 w 2006 r. Od tego czasu zastosowała swoje technologie atramentowe i oprogramowanie (w tym systemy przepływu pracy) do opracowania maszyn cyfrowych i rozwiązań dostosowanych do konkretnych rynków. Dotąd producent koncentrował się na obszarach komercyjnych/wydawniczych, etykietach i opakowaniach. W ostatnich latach na każdym z tych rynków szybko rosły oczekiwania dotyczące możliwości maszyn cyfrowych, a jednocześnie rodzaje wymaganych rozwiązań uległy dalszej dywersyfikacji. W odpowiedzi na te trendy Screen pracuje nad lepszym zróżnicowaniem rozwoju produktów i rozwiązań dla poszczególnych obszarów oraz zwiększeniem zdolności do dostarczania nowych wartości swoim klientom. W ramach tego procesu firma zaktualizowała logotypy i kolory swoich produktów z serii Truepress dla każdego z trzech wspomnianych rynków, ponadto planuje rozwijać ofertę dla każdego z nich.

Inwestycje warte ponad 20 mln euro

Smurfit Kappa zrealizowała dwie ważne inwestycje o wartości ponad 20 mln euro w swoich zakładach produkcyjnych w czeskim Ołomuńcu i Obaly Štúrovo na Słowacji. Celem modernizacji było zwiększenie wydajności i zaspokojenie rosnącego zapotrzebowania klientów na rozwiązania w zakresie opakowań papierowych. Inwestycja obejmowała instalację nowych maszyn przetwórczych, co zwiększyło możliwości produkcyjne o ponad 100 mln opakowań standardowych i z nadrukiem offsetowym rocznie.

Inwestycje wzmocnią pozycję firmy w Czechach i Słowacji, umożliwiając dalszy rozwój działalności ukierunkowanej na konkretne branże, przede wszystkim FMCG i sektory elektrotechniczne. W oficjalnym otwarciu zmodernizowanych zakładów, podczas którego klienci uzyskali szczegółowe informacje na temat szerszych możliwości produkcyjnych oraz polityki producenta w zakresie zrównoważonego rozwoju, wzięli udział Tony Smurfit, dyrektor generalny Grupy Smurfit Kappa, i Saverio Mayer, dyrektor generalny Smurfit Kappa Europe.

„Obie nasze inwestycje w Ołomuńcu i Obaly Štúrovo zostały zakończone zgodnie z planowanymi terminami i założonym budżetem w czasach tak wielu trudności, gdy brakuje wszelkiego rodzaju materiałów. Projekty te, uzupełnione przez realizacje w dwóch innych lokalizacjach w Republice Czeskiej, pokazują nasze zaangażowanie w rozwój na rzecz klientów w Europie Środkowej i Wschodniej. Dzięki tym działaniom przekształciliśmy nasze fabryki w najnowocześniejsze zakłady. Jesteśmy teraz doskonale przygotowani do zaspokojenia wszelkich potrzeb naszych aktualnych klientów oraz wejścia w branżę FMCG, e-commerce i sektory elektrotechniczne. Cieszy nas także, że nasza kadra zyskała bardziej komfortowe i przyjazne miejsce pracy” – powiedział podczas oficjalnego otwarcia dwóch zmodernizowanych zakładów Zdenek Suchitra, dyrektor generalny Smurfit Central & South-East Europe.

Polacy chcą ograniczać plastik w opakowaniach

Jak wynika z cyklicznego badania EKObaremtr, przeprowadzonego przez pracownię SW Research we współpracy z Grupą Akomex, aż 65% Polaków opowiada się za wprowadzeniem przepisu zakazującego sprzedaży owoców i warzyw w plastikowych opakowaniach i zastąpienie ich papierem i kartonem. Jednocześnie 38% konsumentów zdarzyło się kiedykolwiek wybrać dany produkt spośród wielu innych tylko dlatego, że jego opakowanie zostało wykonane z ekologicznych materiałów.

W 2019 r. Unia Europejska wprowadziła zakaz sprzedaży i używania jednorazowych plastikowych produktów. Państwa UE dostały dwa lata na dostosowanie swoich ustaw do nowej tzw. plastikowej dyrektywy. Badanie pokaza-

ło, że polscy konsumenci coraz bardziej wymagają proekologicznych postaw od firm. Za wprowadzeniem zakazu sprzedaży owoców i warzyw w plastikowych opakowaniach opowiada się 65% Polaków. Grupą wiekową najchętniej popierającą zakaz sprzedaży owoców i warzyw w plastikowych opakowaniach są osoby powyżej 65. roku życia. Aż 73% ankietowanych w tej grupie wiekowej uważa, że jest to słuszne działanie. Z kolei 61% Polaków jest gotowych płacić więcej za produkty opakowane w bardziej ekologiczne materiały.

„Polska jest jednym z ostatnich krajów w Unii, które nie wprowadziły żadnych ograniczeń w zakresie produkcji opakowań plastikowych. Cel wprowadzenia tej dyrektywy jest jasny: zahamowanie wzrostu obciążenia środowiska od-

padami właśnie z tego produktu. Należy podkreślić, że polski przemysł jest już dobrze przygotowany do systematycznego wycofywania plastiku z naszego życia codziennego i zaproponowania nowego rodzaju opakowań” – zauważa Grzegorz Łajca, prezes zarządu Grupy Akomex.

Kolejne zmiany dotyczące ograniczania w produkcji opakowań plastikowych mają się pojawić w 2025 r. Wówczas wieczka i nakrętka plastikowe będzie można wprowadzić do obrotu, tylko jeśli będą na stałe przymocowane do butelek i pojemników. Od 2025 r. plastikowe butelki będą musiały być wyprodukowane w minimum 25% z materiału pochodzącego z recyklingu. Zmieni się także poziom zbiórki i recyklingu plastikowych butelek na napoje jednorazowego użytku – ma on wynieść 77%.

Firma UPM doceniona potrójnie

Międzynarodowa organizacja Carbon Disclosure Project (CDP) wyróżniła firmę UPM aż trzema ocenami „A” za działania w zakresie przeciwdziałania zmianom klimatu oraz na rzecz bezpieczeństwa lasów i wody, a także za przejrzystą dokumentację. UPM było jednym z zaledwie 12 przedsiębiorstw, które uzyskały potrójne „A” (ocenie poddano blisko 15 tys. firm).

Jak podkreśla UPM, zrównoważone wykorzystanie lasów jest podstawą działalności firmy, co dodatkowo łączy z realizacją ambitnych celów redukcji emisji CO₂ oraz odnawialnych produktów zdolnych zastąpić materiały oparte na paliwach kopalnych. „Działamy w oparciu o nasz globalny, długoterminowy program Forest Action. Za strategiczny cel przyjęliśmy zmniejszenie naszego uzależnienia od paliw i materiałów kopalnych. W ubiegłym roku udało nam się ograniczyć emisję CO₂ z paliw kopalnych o 8% i jesteśmy na dobrej drodze do redukcji emisji o 65% do 2030 r.” – mówi Sami Lundgren, wiceprezes ds. odpowiedzialności w UPM.

Przedsiębiorstwo wykorzystuje ogromne ilości wody, dlatego stale koncentruje się na ograniczeniu jej zużycia, zmniejszeniu ilości ścieków oraz zwiększeniu skali odzysku substancji odżywczych do nawożenia gleby ze swych oczyszczalni. Regularnie ocenia również – w perspektywie zarówno krótko-, jak i długoterminowej – zagrożenia związane z wodą, a oceny te potwierdzają, że zakłady produkcyjne firmy znajdują się na obszarach o niskim lub średnim poziomie ryzyka niedostatku wody.

XpertJet 1641SR Pro z kolejną nagrodą

Jeden z najnowszych ploterów Mutoh – model XpertJet 1641SR Pro – zdobył nagrodę Buyer's Lab Pick Award od Keypoint Intelligence na 2023 r. Jak podaje firma Atrium Centrum Ploterowe, dystrybutor ploterów japońskiej marki w Polsce, wyróżnienie to przyznano na podstawie testów przeprowadzonych przez ekspertów Keypoint Intelligence w Mutoh Europe w kwietniu ub.r. Doceniono przede wszystkim bardzo wysoką jakość druku urządzenia CMYK klasy podstawowej o szerokości 162 cm, wykorzystującego atramenty eko/żywiczne.

Nagrody Buyers Lab BLI Pick Awards są przyznawane produktom, które przeszły rygorystyczny proces testowania i zostały uznane za najlepsze w swojej klasie przez doświadczonych analityków.

Lepsza ochrona przed cyberzagrożeniami

Canon, globalny dostawca technologii obrazowania, uruchomił portal o nazwie PSIRT (Product Security Incident Response Team), poprzez który użytkownicy rozwiązań B2B oraz B2C dostarczanych przez producenta mogą zgłaszać ewentualne luki w ich zabezpieczeniach. Każde zgłoszenie jest przekazywane bezpośrednio do zespołu odpowiedzialnego za cyberbezpieczeństwo.

Jak podkreśla Canon, bezpieczeństwo produktów zawsze było jednym z priorytetów producenta. Teraz firma dodatkowo rozwija ten obszar, ściśle współpracując z ekspertami od cyberbezpieczeństwa. Główny cel to identyfikacja ewentualnych zagrożeń. W efekcie powstał PSIRT: centralny portal zgłaszania wrażliwych obszarów w urządzeniach i oprogramowaniu, które następnie trafią pod lupę wyspecjalizowanego zespołu zwalczania zagrożeń. Zespół ten jest szkoleny pod kątem ciągłego uzupełniania swojej wiedzy i ulepszania zabezpieczeń, ze szczególnym uwzględnieniem produktów i usług B2B. Jego członkowie zajmują się zarówno ochroną produktów, jak i rozwiązań dla firm, dzięki czemu wszyscy użytkownicy rozwiązań producenta mogą doświadczyć ustandaryzowanej, najwyższej jakości obsługi klienta.

Informacje dotyczące możliwej luki w zabezpieczeniach w urządzeniu lub oprogramowaniu Canon można przysyłać przez stronę internetową <https://psirt.canon>.

Zbiory Muzeum Książki Artystycznej dostępne cyfrowo

Muzeum Książki Artystycznej w Łodzi zakończyło realizację projektu „Cyfryzacja i udostępnienie zbiorów Muzeum Książki Artystycznej” w ramach programu MKiDN Kultura Cyfrowa. Celem przedsięwzięcia była digitalizacja 1947 obiektów – zabytkowych matryc krojów pism „Wisła” oraz „Szkolne”, pochodzących z warszawskiej Odlewni Czcionek Idźkowski i Ska, a także 26 maszyn (introligatorskich, drukarskich, odlewniczych) służących do produkcji czcionek i książek.

Realizacja projektu wiązała się z miesiącami intensywnej pracy w złożonym zespole. W ramach zadania zostało opracowane wydawnictwo edukacyjne, opisujące zakres digitalizowanych zasobów i możliwość korzystania z niego, oraz warsztaty, w których studenci Łódzkiej Akademii Sztuk Pięknych mieli możliwość zapoznania się z cyfrowymi zbiorami MKA oraz użycia zecerni w jej klasyczny sposób.

Wybrane urządzenia z warsztatu Muzeum oraz inne unikatowe eksponaty ze zbioru placówki są dostępne na stronie cyfrowe.book.art.pl.

Ponadto 28 grudnia 2022 r. Fundacja Correspondance des Arts podpisała z ministrem kultury i dziedzictwa narodowego Piotrem Glińskim umowę o współprowadzeniu Muzeum Książki Artystycznej w Łodzi. Jednocześnie zgodnie z rekomendacją fundacji na funkcję p.o. dyrektora tej instytucji powołano prof. Jolantę Rudzką-Habisiak – artystkę plastyka i była rektor ASP w Łodzi. Na utrzymanie placówki mającej siedzibę w zabytkowej willi Henryka Grohmana MKiDN przeznaczy rocznie 2 mln zł.

Muzeum Książki Artystycznej w Łodzi utworzyli w 1993 r. Jadwiga Tryzno i jej mąż – nieżyjący już grafik i malarz – Janusz Tryzno. Przez 30 lat działalności stało się instytucją „wyjątkową i unikalną”, jak podkreślił Piotr Gliński, gromadzącą nie tylko stare maszyny drukarskie, czcionki i wyposażenie dawnych

drukarni, ale też wiedzę dotyczącą druku i książki artystycznej. Utworzenie muzeum było trudne z punktu widzenia prawnego-institutionalnego, ponieważ zabytkowa willa, w której instytucja działa od początku, stanowi własność skarbu państwa we władaniu Miasta Łódź. Muzeum dodatkowo było obciążone 30-milionowym długiem wobec miasta i ZUS.

Współtwórczyni Muzeum, prezes Fundacji Correspondance des Arts Jadwiga Tryzno, podsumowała: „Muzeum zyskuje znaczące możliwości rozwoju. [...] Będzie on dwukierunkowy – przede wszystkim związany z remontem tego zabytku, którego stanu przez ostatnie 30 lat staraliśmy się nie pogorszyć. Jako fundacja będziemy pilnować, aby budynek po remoncie mógł służyć współczesnym potrzebom – ekspozycyjnym, koncertowym, ze zbieraniem sztuki książki we wszystkich jej przejawach. Równocześnie bardzo nam zależy, by zachować jego charakter i ducha”.

Czesi stawiają na automatyzację

Jeden z największych producentów etykiet w Czechach, firma Colognia press a.s., mająca siedzibę w Kolinie (ok. 70 km na wschód od Pragi), ponownie zainwestowała w technologię Martin Automatic, by jeszcze bardziej zautomatyzować produkcję. Do rozwiązań producenta, zamontowanych w 2010 i 2015 r. na maszynach Gallus RCS 330, teraz dołączyły kolejne – automatyczny stół MBSF do sklejanie wstęgi (obsługujący różne materiały, w tym folie) oraz przewijarka typu LRD z możliwością cięcia wzdłużnego. Obydwa doposażyły nową maszynę drukującą Gallus Labelmaster 440.

Colognia press została założona w 1996 r. i obecnie zatrudnia 140 osób. Jej produkty trafiają do klientów z 18 krajów (głównie z Europy Środkowej i Zachodniej, ale też z USA, Meksyku i Argentyny). Główne obsługiwane sektory rynku to branża spożywcza i napojów, chemiczno-kosmetyczna i farmaceutyczna, a także motoryzacyjna, elektrotechniczna i logistyczna. Połowę wolumenu produkcji stanowią etykiety samoprzylepne, ok. 30% puste etykiety i tuby laminowane, zaś pozostałe 20% – opakowania giętkie i etykiety termokurczliwe. Firma intensywnie się rozwija i pomimo ostatnich trudności z zaopatrzeniem w materiały odnotowała znaczący wzrost obrotów (w 2013 r.

nie przekraczały one 10 mln euro, zaś w 2021 r. przekroczyły 20 mln euro).

Park maszynowy jest kompleksowo wyposażony – oprócz czterech maszyn fleksograficznych Gallus drukarnia posiada dział druku cyfrowego (z systemami Gallus Labelfire, HP Indigo WS 8600 i EFI Jetrion 4900 ML) oraz własną przygotowalnię płyt fleksograficznych. „Jesteśmy samowystarczalni, jednak równie ważna jest dla nas efektywna produkcja. Dlatego już w 2010 r. zainstalowaliśmy pierwszy prosty sprzęt Martin Automatic, by zapewnić nieprzerwaną produkcję – MBS/LRD. Ta inwestycja szybko się zwróciła, dlatego gdy w 2015 r. w naszym zakładzie pojawiła się nowa maszyna drukująca Gallus RCS 330, zdecydowaliśmy o zakupie kolejnych urządzeń tego producenta (była to m.in. przewijarka STR i kompaktowy stół MBSC). Instalując niedawno maszynę Labelmaster 440, również chcieliśmy zapewnić sobie możliwość ciągłej produkcji, jednak mieliśmy problem z miejscem. Pomógł nam producent, dostarczając szyty na miarę stół MBSF i przewijarkę LRD – ponieważ maszyna Gallus jest umieszczona blisko ściany zewnętrznej, stół MBSF został skonstruowany i zainstalowany »odwrotnie«, aby ułatwić załadunek rolek z przeciwnej strony niż standardowo” – mówi Dušan Převrtil, dyrektor produkcji.

„Zielony” raport Epsona

Epson Europe zaprezentował dokument zawierający omówienie postępów firmy w zakresie zrównoważonej działalności w latach 2021–2022. Raport wypełniają kwestie inwestycji, innowacji ekologicznych i wzbogaconej edukacji. Publikacja przedstawia kroki na rzecz dostarczania produktów, które pozwalają klientom realizować ambitne cele zrównoważonego rozwoju, oraz programy mające na celu wzbogacanie edukacji poprzez technologię oraz szerzenie świadomości na temat wpływu zmian klimatycznych.

Opierając się na globalnych wytycznych w kwestii działań na rzecz

zrównoważonego rozwoju, Epson przeznaczył 770 mln euro na przejście na odnawialne źródła energii, redukcję globalnych emisji pozwalającą ograniczyć globalne ocieplenie do 1,5°C oraz rezygnację z wykorzystywania surowców kopalnych do 2050 r. Koncern wprowadza do swoich produktów rozwiązania obniżające ilość odpadów i technologie niewymagające użycia ciepła oraz projektuje produkty z myślą o wydłużonym czasie eksploatacji, ich ponownym wykorzystaniu i recyklingu.

Działania podjęte w latach 2021–2022 potwierdzają, że Epson jest na dobrej drodze do osiągnięcia celu

obranego w 2021 r., czyli przejścia na korzystanie w 100% z energii odnawialnej do 2023 r. Firma skupia się na tworzeniu łańcucha dostaw zoptymalizowanego pod kątem zrównoważonego rozwoju (wymiana floty pojazdów, ulepszenie procesu ładowania palet, zmiana transportu lotniczego na morski), a także rozwija technologie, które pomagają klientom osiągać cele w zakresie zrównoważonego rozwoju. Epson prowadzi ponadto prace nad biotworzywami (np. plastik z biomasy, wytworzony z alg morskich), by w coraz większym stopniu wykorzystywać je w procesie produkcji.

Nowa cyfrowa maszyna przemysłowa w showroomie DKS

W centrum pokazowym firmy DKS w Kowalu k. Gdańska została zainstalowana najnowsza przemysłowa maszyna cyfrowa Fujifilm – Revoria Press PC1120, wyposażona w sześć stacji drukujących i umożliwiająca drukowanie dziewięcioma kolorami. Dzięki poszerzeniu oferty jest to obecnie największe centrum pokazowe rozwiązań cyfrowych w północnej Polsce. Przeprowadzono już pierwsze prezentacje i testy maszyny dla klientów m.in. z Gdańska, Krakowa i Wrocławia.

DKS, tworząc swój showroom o powierzchni ponad 5 tys. m² w siedzibie głównej firmy, z dodatkowym magazynem o powierzchni 3,2 m², chciał nie tylko prezentować w nim najnowsze rozwiązanie ze swojej oferty, ale także przekazywać wiedzę dotyczącą technologii – organizowane są tam prezentacje urządzeń pracujących „na żywo”, szkolenia i dni otwarte dla klientów. Ponadto firma dysponuje siecią 12 oddziałów działających w całej Polsce.

Marian Stasiewski, prezes firmy DKS, mówi: „Od lat dostarczamy najnowsze rozwiązania technologiczne dla branż poligraficznej, reklamowej, CAD & GIS oraz biurowej (wraz z rozwiązaniami software’owymi). Zajmujemy się sprzedażą detaliczną, hurtową oraz eksportem urządzeń i materiałów eksploatacyjnych. Istotnym elementem naszej działalności jest także kompleksowy serwis. W ofercie mamy urządzenia wielu marek i od lat dużą ich część można oglądać i testować w naszym gdańskim showroomie. Zainstalowana w ostatnim czasie Revoria Press PC1120 to największa w naszej dotychczasowej historii maszyna o ogromnych możliwościach”.

Folie samoprzylepne z atestem PZH

Folie samoprzylepne profiflex marki Ikonos, produkowane w polskiej fabryce mediów do druku wielkoformatowego, otrzymały atest higieniczny i świadectwo jakości zdrowotnej Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH – Państwowego Instytutu Badawczego.

Folie te są najczęściej stosowane do produkcji długo ekspozowanych reklam (np. na samochodach, tablicach reklamowych, szyldach firmowych) oraz do dekoracji szkła (wycinane na ploterach tnących; najbardziej popularne są folie „mrożone”: frosted, dusted, rose). Materiały tego typu są zatem polecane wszystkim, którzy planują długookresową eksploatację grafiki w trudnych warunkach (mocno eksploatowane pojazdy, reklamy narażone na długotrwałe operowanie promieniami UV – miejsca ekspozycji od strony południowej).

Folie profiflex nadają się do zadruku w technologii eko/żywiczej, solwentowej, LED UV, a także do cięcia ploterowego.

Będzie więcej kompostowalnych folii

Futamura Ltd, globalny dostawca folii celulozowych, osłonek i włókien, dokonuje znacznej inwestycji w nową linię produkcyjną w swoim europejskim zakładzie, aby zaspokoić rosnący popyt na kompostowalne folie z serii NatureFlex, wytwarzane z surowców odnawialnych. Nowa maszyna odlewnicza zwiększy wydajność fabryki o ok. 25%.

„Budowa dodatkowej linii odlewniczej nie przypomina typowych urządzeń związanych z produkcją tworzyw sztucznych, jest to unikalne rozwiązanie dostosowane do naszych potrzeb. Folie NatureFlex są obecne w ponad 100 krajach na całym świecie jako element opakowania, samodzielne etykiety lub rozwiązania typu owijka – są zatem stosowane do pakowania szerokiego asortymentu dóbr codziennego użytku: od świeżych warzyw, przez herbatę, kawę i słodycze, po batoniki zbożowe oraz środki higieny osobistej. Używanie nadającej się do kompostowania folii z surowców odnawialnych jest przez wielu właścicieli marek traktowane jako możliwość zmanifestowania etosu marki i podkreślenia zaangażowania w zrównoważony rozwój. Wyzwanie polega zatem na tym, aby konsumenci byli świadomi szczególnego charakteru stosowanego opakowania” – mówi Andy Sweetman, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w firmie Futamura.

Folie NatureFlex są wytwarzane z celulozy i spełniają wszystkie światowe normy dotyczące kompostowania przemysłowego, w tym EN13432, a także mają certyfikat dopuszczający je do kompostowania w warunkach przydomowych.

Finowie sprzedają i inwestują

Stora Enso zainicjowała procedurę związaną z ewentualną sprzedażą zakładu w chińskim Beihai, wytwarzającego tekturę litą do opakowań jednostkowych. Transakcja miałaby również uwzględniać działalność leśną, prowadzoną przez koncern w tym regionie, dzięki której pozyskiwane jest drewno do ww. fabryki. Pozbycie się zakładu w Beihai pozwoliłoby firmie przyspieszyć realizowane przez nią działania dzięki większej koncentracji na funkcjonujących w sposób ekonomiczny fabrykach, obsługujących stale rosnący, globalny rynek opakowań.

Nordycki koncern sfinalizował także sprzedaż papierni Nymölla (Szwecja) i wszystkich należących do niej zasobów firmie Sylvamo – globalnemu producentowi papierów niepowlekanych z siedzibą w USA. Transakcja, opiewająca na kwotę ok. 150 mln euro, zaanonsowana 15 września ub.r. została zamknięta

2 stycznia br., po uzyskaniu wszystkich niezbędnych zgód i pozwoleń.

Jednocześnie firma poinformowała o planie zainwestowania 38 mln euro w zwiększenie wolumenu niebielonej celulozy typu kraft (UKP) produkowanej w zakładach Enocell (Finlandia) oraz 42 mln euro – w udoskonalenie procesów wytwórczych celulozy higienicznej realizowanych w fabryce Skutskär. W ślad za planowaną inwestycją zakład Enocell będzie w stanie wytwarzać zarówno celulozę UKP, jak i NBSK (Nordic Bleached Softwood Kraft). Z uwagi na zredukowaną ilość chemikaliów używanych do wybielania, ślad węglowy przypadający na 1 t wytworzonej tu UKP będzie – jak zapewnia Stora Enso – o 20% niższy niż w przypadku celulozy bielonej. Oczekuje się, że inwestycja zostanie sfinalizowana w IV kwartale 2024 r.

W ostatnim czasie Stora Enso stała się udziałowcem szwedzkiej firmy Pul-

Pac, specjalizującej się w dostarczaniu rozwiązań opakowaniowych bazujących na włóknach formowalnych. Należą do nich odnawialne i odzyskiwalne materiały, pozwalające na tworzenie różnych trójwymiarowych kształtów z wykorzystaniem włókien drzewnych. Jeden z nich – Dry Molded Fiber – ma, zgodnie z założeniami przedsiębiorstwa, stać się kolejnym światowym standardem w obszarze proekologicznych opakowań, zastępując tworzywa sztuczne.

PulPac korzysta z modelu licencyjnego, w którym klienci (np. producenci opakowań) uzyskują dostęp do opatentowanej technologii, podczas gdy materiały i sprzęt wytwórczy są dostarczane przez partnerów zewnętrznych. Pozwala to na szybkie zwiększenie mocy produkcyjnych. Firma planuje wyeliminować do 2025 r. ok. 1 mln t jednorazowych produktów wykonanych z tworzyw sztucznych.

Rośnie potrzeba cyfryzacji biznesu

Przedstawiciele średnich i dużych firm zgadzają się, że cyfryzacja jest ważna – to jeden z głównych wniosków wyływających z najnowszego badania rynku biurowego przeprowadzonego przez InsightLab na przełomie października i listopada na zlecenie Canon Polska. W ankiecie wzięło udział 200 przedstawicieli średnich i dużych firm. Badanie wykonano po raz drugi, by sprawdzić, jak po roku zmieniło się podejście polskich przedsiębiorców do cyfryzacji. Choć w tym roku nieco zmienił się zakres pytań, to główny wniosek jest jeden: z roku na rok widać, że firmy coraz bardziej przekonują się do stosowania nowoczesnych rozwiązań.

Jak wynika z badania, dla dużych firm bardziej niż dla średnich priorytetem jest funkcjonowanie biura bez papieru. Dla 10% ankietowanych zagadnienia cyfryzacji obiegu dokumentów są „niezwykle istotne”. Wprowadzanie zmian łatwiej przychodzi dużym przedsiębiorstwom (powyżej 250 pracowników) – tam pracownicy częściej korzystają też ze zdalnego lub hybrydowego trybu pracy.

Badanie pokazuje, że nie wszystkie firmy zdają sobie sprawę z korzyści, jakie może im dać dobrze wdrożony system do zarządzania dokumentacją. Jednak w porównaniu z zeszłym rokiem dużo więcej firm rozważa wprowadzenie konkretnych rozwiązań cyfryzujących pracę. I aż 13% przedsiębiorstw nie odpowiada już, że nie rozważa wprowadzenia usług związanych z transformacją cyfrową.



Nowe podejście PWPW do produktów cyfrowych

Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych będzie w swoich rozwiązaniach cyfrowych wykorzystywać doświadczenie z produkcji druków zabezpieczonych i banknotów. Przykładem jest Enigma NFT, czyli karta z cyfrowym dziełem sztuki.

Wyjątkową cechą PWPW w branży security printing pozostaje to, że jako jeden z niewielu podmiotów na świecie produkujących banknoty i druki zabezpieczone jest w stanie przeprowadzić cały proces produkcyjny w jednym miejscu. Teraz takie kompleksowe podejście Wytwórnia planuje wprowadzić w obszarze produktów cyfrowych, wykorzystując know-how i doświadczenie swoich ekspertów z różnych dziedzin. Nowy produkt – Enigma NFT – łączy w sobie wiele unikalnych zdolności PWPW: projektowanie graficzne oraz zabezpieczanie banknotów i druków wartościowych, produkcję kart poliwęglanowych z wbudowanym chipem, implementację technologii NFC używanej w dowodach osobistych z warstwą elektroniczną, tworzenie aplikacji mobilnych, a także zastosowanie technologii blockchain.

Enigma NFT składa się z karty poliwęglanowej z grawerowanym laserowo numerem CAN i unikalnym tokenem zapisanym w warstwie elektronicznej. Pierwsze karty, wyprodukowane w limitowanym nakładzie kilkuset egzemplarzy, będą dystrybuowane wśród partnerów i klientów Wytwórni.

Enigma NFT to także hołd złożony polskim kryptologom, którzy 90 lat temu przyczynili się do złamania szyfru Enigma i których spadkobierczynią jest dziś w wielu obszarach Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych. W 1932 r. wybitni polscy matematycy i kryptolodzy – Marian Rejewski, Henryk Zygański i Jerzy Różycki złamali kod niemieckiej maszyny szyfrującej Enigma.

Więcej informacji na www.swiatdruku.eu