

# NOVÉ PŘÍLEŽITOSTI PRO FIRMY A JEJICH ZÁKAZNÍKY

## Canon

Ladislav Paleček je absolventem Pražské fotografické školy a následně navštěvoval Institut výtvarné fotografie při Moravskoslezské univerzitě. Účastnil se mnoha fotografických výstav a domácích i světových soutěží, kde získal řadu významných ocenění, avšak jeho profesní kariéra ho od fotografie postupně přivedla k polygrafii. V managementu společnosti Canon působí již od roku 1997 a od roku 2020 je ředitelem oddělení profesionálního produkčního tisku. V následujícím rozhovoru jsme si s ním povídali nejen o stavu byznysu postíženém koronavirovou pandemií, ale i nových příležitostech, které pro firmy a jejich zákazníky vznikají zejména díky technologii inkoustového produkčního tisku.



## Cím je pro vás osobně zajímavý právě segment polygrafie?

Mám celý život velmi blízko k zobrazování a vizuálnímu umění a dá se říci, že polygrafie je takovým přirozeným průsečíkem mezi zobrazováním, vizuálním výtvarným uměním a technologií. Například loni jsme navázali úspěšnou spolupráci s Museem Kampa u příležitosti stých narozenin mecenášky Medy Mládkové. Nejprve jsme naskenovali a vytiskli velkoformátové fotografie z jejího soukromého archivu a následně jsme na našem showroomu vytiskli na stoji Arizona 1380 věrnou repliku slavného obrazu Františka Kupky Katedrála, na níž se nám podařilo zachytit i reliéf malby včetně tahů štětcem. Podobné projekty mi přinášejí radost a zároveň pracovní uspokojení.

## Polygrafické odvětví však bylo také značně postiženo koronavirovou krizí. Jak se promítla do byznysu Canonu v České republice?

Dopad pandemie jsme samozřejmě pocítili a stále pocítujeme. Již na začátku pandemie v roce 2020 jsme výrazný negativní vliv zaznamenali především v oblasti velkoformátového tisku pro reklamní agentury, a to jak z důvodu téměř nulového konání společenských, kulturních a sportovních akcí, tak především veletrhů, výstav a sympózií. Na druhou stranu jsou i typy tiskovin, například personalizované katalogy zásilkových obchodů, které se naopak tisknou více než dříve.

Co je však pro nás v tomto období klíčové a zásadně důležité, je maximálně podporovat všechny naše partnery a zákazníky a věřím, že se nám to daří. Hovořím především o zajištění 100% servisní podpory i za podmínek striktních opatření na stranách zákazníků a dalších omezeních, která musíme všichni respektovat.

## Obálka tohoto čísla je personalizovaná a vytištěná na inkoustové tiskárně VarioPrint iX. Vidíte nové příležitosti právě v oblasti inkoustového produkčního tisku?

Současná situace je stále obtížná, ale na druhou stranu nabízí příležitosti nejen pro nás, ale především pro naše partnery a zákazníky. Hovořím teď například o malonákladovém digitálním tisku knih či tisku na vyžádání. Jak víme, uzavření se nevyhnulo ani knihkupectvím, a to právě v době, kdy lidé mají díky různým omezením pohybu více času a prostoru na četbu svých oblíbených knih. My se již několik let věnujeme tomuto segmentu a jsme v kontaktu s mnoha významnými tiskaři a nakladateli, se kterými hovoříme o nových obchodních modelech spojených s digitálním tiskem knih i dalších polygrafických produktů. Především v této době vnímáme digitální tisk knih jako obrovskou příležitost, jak pružně reagovat na požadavky zákazníků, uspokojovat jejich objednávky prostřednictvím internetových portálů, eliminovat skladové zásoby knih i související logistiku, ale především mít peníze za prodej knih ještě před jejich výrobou, což většinou standardní model komisním prodejem prostřednictvím distributora a knihkupce neumožňuje.

## Které tržní segmenty jsou pro vás tedy klíčové?

Z pohledu inkoustového produkčního tisku bych rád zmínil dvě zásadní oblasti, které vnímáme jako klíčové. Jednak je to oblast tisku transakčních dokumentů a direct marketingových aplikací, kde jsme dlouhodobě jak lokální, tak i světovou jedničkou, a tuto pozici chceme každým rokem nejen obhájit, ale dále rozvinout a posílit. Hovořím především o aplikacích z oblasti tištěné personalizované reklamy, a to ne již jen formou individualizace oslovení, ale především obsahu sdělení, což díky spojení se znalostí nákupních zvyklostí zákazníků umožňuje vytvořit leták, katalog složený z nabídky produktů a služeb na míru každému z nás a tím výrazně zvýšit nákupní odezvu.

Druhým segmentem, který vnímáme jako růstový a je pro naši společnost klíčovým, je právě oblast aplikací Graphic Arts neboli typicky polygrafických produktů.

Inkoustová digitální tisková zařízení Canon jsou již častou technologií, kterou využívají ofsetoví tiskaři vedle svých konvenčních technologií, a to i zásluhou archové tiskárny VarioPrint iX 3200. Zákazníci mají požadavky na vysoce kvalitní a rychlou výrobu často malých nákladů s udržením nízkých výrobních cen a my věnujeme maximální úsilí při vývoji tiskových technologií, abychom jim v tomto dokázali vyhovět.

## Jaká je z vašeho pohledu na současném polygrafickém trhu pozice společnosti Canon z hlediska portfolia aktuálně nabízených produktů?

Od doby, kdy se produkční inkoustové tiskárny – tehdy téměř výhradně kontinuální – začaly ve větší míře objevovat na světovém trhu, tedy kolem roku 2008, si společnost Canon vybuodovala nejen pozici společnosti s nejširším portfoliem nabízených produkčních inkjetových tiskáren, ale také pozici společnosti s největším podílem na tomto trhu. První produkční inkjetové tiskárny byly – mimo jiné i díky tehdy dosahované kvalitě a potisknutelné škále médií – cíleny primárně do oblastí transakčních tisků, kde primární je informační hodnota tiskoviny před jeho vizuální stránkou. Teprve s dynamickým vývojem tiskové technologie jako takové a zároveň s růstem kapacit výpočetní techniky potřebné pro rychlé a bezchybné zpracování obrovského množství dat ve vysoké kvalitě začaly být inkoustové tiskové systémy nasazovány do oblasti Graphic Arts, tedy využívány pro produkci tradičně polygrafických aplikací. A právě tam má v současné době společnost Canon asi nejvíce co nabídnout. Produktové řady kontinuálních tiskáren ColorStream a ProStream a archové tiskárny řady varioPRINT iX jsou v současné době na technologické špičce toho, co lze v oboru nalézt, čemuž odpovídá i jejich podíl na tomto trhu. Archová inkoustová tiskárna varioPRINT iX, která byla odborné veřejnosti společností Canon představena téměř přesně před rokem, je dle nás právě pro český a slovenský trh tou nejzajímavější volbou.

CO JE VŠAK PRO NÁS V TOMTO OBDOBÍ KLÍČOVÉ A ZÁSADNĚ DŮLEŽITÉ, JE MAXIMÁLNĚ PODPOROVAT VŠECHNY NAŠE PARTNERY A ZÁKAZNÍKY A VĚŘÍM, ŽE SE NÁM TO DAŘÍ.

## Proč je právě tato řada archových tiskáren vhodná pro česko-slovenský trh?

Český a slovenský polygrafický trh je v mnoha ohledech specifický. Funguje tu velký počet tiskových subjektů, včetně středních a malých, které produkují relativně nízké tiskové objemy, většina z nich má vysoce univerzální produkci a potřebuje zpracovávat širokou škálu materiálů. Zároveň u nich zastává značný podíl lidská práce, ne vždy mají uspokojivě vyřešené workflow, často je trápí zastaralé vybavení, mnohdy neflexibilní, tradiční polygrafii poplatné obchodní modely a z toho všeho plynoucí vysoká konkurence v oboru, silný tlak na cenu a nízké marže. Archové tiskárny řady **varioPRINT i** byly uvedeny na trh přibližně před pěti lety a od té doby do uvedení jejich následovníka – **varioPRINT iX** - se jich celosvětově

prodalo přes 300 ks, což v této kategorii nemá obdoby. Tiskárny řady **varioPRINT i** poprvé v archové podobě nabídly tisk v kvalitě srovnatelné s ofsetem, možnost potisku natíraných ofsetových médií, včetně lesklých, vysokou produktivitu a uptime. Jejich následovník, tiskárny řady **varioPRINT iX**, ještě dále zvýšily kvalitu tisku, rychlost a produktivitu, odstranily některé kompromisy u určitých typů médií a zvýšily komfort a jednoduchost obsluhy. Tyto tiskárny jsou proto ideálním nástrojem pro tiskaře, kteří produkují širokou paletu různých typů aplikací s využitím široké škály médií, včetně tradičních ofsetových, požadují rychlou obrátkovost zakázek a obsluhují velký počet menších zakázek. V součinnosti s optimalizovaným workflow, využitím SW nástrojů a know-how společnosti Canon, s možností prediktivní servisní péče

a v kombinaci s partnerskými offline i online dokončovacími zařízeními tak tiskaři získávají nástroj, který de facto v tomto segmentu trhu dosud nebyl k dispozici. To vše při provozních nákladech, které pro vhodný typ zakázek a při využití všech přidaných hodnot, které digitální tisk nabízí, umožňuje dosahovat vyšších obrátů i marží a získávat nové obchodní příležitosti, které byly dosud díky chybějící technologii nedostupné.

## V polygrafickém odvětví jsou důležité osobní vazby se zákazníky. Jak se vám daří je oslovovat v době, která osobním setkáním příliš nepřeje?

Je pravda, že situace je teď složitější, ale naši obchodní zástupci v České a Slovenské republice jsou i tak nadále v blízkém kontaktu s ofsetovými i digitálními tiskaři a také dalšími subjekty, aktivními

# VARIOPRINT iX-SERIES



v polygrafii a Graphic Arts trhu. Oslovujeme nejen naše přímé zákazníky, ale i jejich klienty, jako jsou nakladatelé, reklamní agentury, korporace, utility a finanční společnosti, obchodní řetězce a výrobní závody.

Hovoříme s nimi jak osobně, tak také prostřednictvím audiovizuálních technologií. V letošním roce jsme opakovaně uspořádali online diskuzi spojené s online prezentací a tiskovými testy konkrétních aplikací pro konkrétní zákazníky. V praxi to vypadá tak, že pod NDA nám zákazník poskytne svá konkrétní data, z nichž mu v našich CEC (Customer Experience Centres) v Poingu u Mnichova či v holandském Venlu vytiskneme požadované výstupy a otestujeme vše přesně dle jeho přání, a to hned dvakrát, poprvé tak, aby poté v rámci online jednání už tyto výtisky držel fyzicky

v ruce a mohl hodnotit jejich kvalitu a podruhé ve chvíli, kdy probíhá online prezentace jím požadované a testované technologie opět na jeho živých datech a související diskuzi. Zákazník tak má v reálném čase možnost navštívit naše CEC, sledovat prezentace i tisky vlastních úloh, držet v ruce výsledné tisky a živě diskutovat jak s obsluhou strojů, tak se všemi odborníky i případnými uživateli, kteří s příslušnou technologií již v reálu pracují. A to vše bez nutnosti cestovat, tedy i s úsporou časovou a finanční. O tuto formu testování a prezentací je teď u nás opravdu velký zájem a ukazuje i jeden ze způsobů, jak do budoucna s našimi partnery a zákazníky pracovat ještě rychleji, elegantněji a efektivněji.

S našimi partnery ovšem často hovoříme i prostřednictvím seminářů, které pořádáme každoročně

na mezinárodní úrovni a kde se snažíme sdílet trendy a propojovat potřeby zadavatelů tisku s jejich tiskaři. Pro oblast transakčních a direct marketingových aplikací organizujeme každý rok na podzim seminář Future Promotion Forum a pro oblast tisku knih seminář Future Book Forum. Návštěvnost obou seminářů se každý rok zvyšuje a počet účastníků se pohybuje ve stovkách zástupců firem z dané oblasti. Loni se kvůli koronavirovým opatřením obě akce uskutečnily virtuálně a setkali se s velkým ohlasem. Naši zákazníci je vnímají jako velmi přínosné, protože se nejedná o pouhé produktové prezentace. Své zkušenosti zde sdílejí skuteční odborníci a vůdčí osobnosti napříč Evropou z oblasti reklamy, marketingu, nakladatelství, školství a dalších segmentů, jichž je tisk nedílnou součástí.