

AFACERI POLIGRAFICE®

de 11 ani lider

prin
Integrity and Ethical Business

TERMINIZOR / PRESTATOR

C.N. POȘTA ROMÂNĂ S.A.

Reg. Com.: J40/8636/1998
de înregistrare în comerț: RO-427410
Dacia 140, sector 2
V.: 58.369.787
sala C.N.P.R.
Sediul de înregistrare
Postă: **Com: RO 72BPOS700**
BancPost



Seria CNPRCOMaaa Nr. 1355466

BENEFICIAR / EXPEDITOR
SC AFACERI POLIGRAFICE

FACTURA

Nr. Reg. Com.:
C.I.E.C.U.L.: *511740*
Sediul Social/Adresa:
Ruc
Contul:
Banca:

TVA: % Mențuni

nr. t.	Denumirea serviciilor sau a bunurilor	U.M.	Cantitatea	Preț unitar (fără TVA) lei	Valoarea lei	Valoarea TVA lei
0	1 <i>MATHS SERVICE</i> Data livrării serviciilor sau a bunurilor: <i>19.02.2016</i> <i>AFACERI POLIGRAFICE</i>	2 <i>bu</i>	3 <i>3520</i>	4 <i>0,80.</i>	5=3*4 <i>2816,00</i>	6 —
Stampila și semnătura				Total	<i>2816,00</i>	—
Semnătura de primire				TOTAL/DE PLATĂ (Col. 5+Col. 6)		<i>2816,00</i>

N. POȘTA ROMÂNĂ S.A.

acursala CNPR

Oficiul Poștal

deplasat

CHITANȚA / NOTA

Data: *19.02.2016*

Seria CNPRCOMaaa Nr. 1355466

Semnătura salariaților

Stampila

Am primit de la *AFACERI POLIGRAFICE* (adresa localității) suma de *2816,00* numerar/cu OP ar. Val. reprezentând contravaloarea facturii.

ĂȘTAȚI PREZENTUL DOCUMENT!

Înt sub supravegherea C.N. Poșta Română S.A. la Fabrica de Timbre.

Cod COM1

Tipărit la Fabrica de Timbre Tel.: 021.336.53.50 Fax: 021.336.0612, Str.: Fabrica de Chitanțe Nr. 28 Sect. 5

BULETIN INFORMATIV

Revistă expedită lunar la cca 3500 manageri
Și oferta ta poate ajunge la toți acești manageri

AFACERI
POLIGRAFICE

Nr. 52/14.04.10

Computer to plate cu plăci convenționale

În 2006, la IPEX, **Lüscher AG** a lansat un nou Computer to Plate capabil să expună plăci offset convenționale, noua serie XPose UV! Lansarea noilor diode laser cu puterea de 120 mW, cu lungimea de undă de 405 nm, a permis **Lüscher** să grupeze 32, 64 sau 128 diode într-un cap laser capabil să expună plăci convenționale UV.

Decizia de a utiliza noua tehnologie a adus clienților **Lüscher** economii majore în costurile de achiziție a plăcilor offset. Clienții sunt entuziaști, atât în ceea ce privește calitatea plăcilor expuse, cât și a fiabilității plate-setterelor **Lüscher**.

În același timp, vedem cum unii dintre competitorii noștri încearcă pe orice cale să aducă argumente împotriva utilizării plăcilor convenționale. Două din cele mai utilizate astfel de argumente sunt:

1. Plăcile convenționale au o tehnologie "învechită";
2. Prețul plăcilor convenționale se va mări.

După trei ani de comercializare a noilor platesettere Xpose!UV și aproximativ 450 de instalări putem spune:

1. Plăcile convenționale sunt bune, ușor de utilizat iar prețul lor continuă să scadă. Teste complexe ale companiilor UGRA și SYSTEM BRUNNER au confirmat că plăcile convenționale au același nivel calitativ ca și cele termice, din punctul de vedere al rezoluțiilor de lucru, al calității expunerii și al stabilității în utilizare.
2. Evoluția prețurilor în ultimii trei ani a fost de scădere pentru plăcile convenționale și de stabilitate pentru

cele termice. Astfel, diferența de preț dintre cele două variante a crescut de la 2,5-3,0 euro în urmă cu trei ani la cca 4 euro în prezent. Avem acum certitudinea că multitudinea de producători de plăci convenționale va face în continuare ca prețurile să rămână la un nivel redus, în timp ce piața de tip oligopol a plăcilor termale, cu puțini producători care dictează prețul, va avantaja marjele mari de profit ale producătorilor în detrimentul clienților.

Avantajele principale ale seriei **Lüscher Xpose!** sunt ușurința în utilizare, flexibilitatea, fiabilitatea și productivitatea utilajelor. Tehnologia de drum intern oferă avantajul unei plăci statice în timpul expunerii care nu necesită balans dinamic, nu are probleme cauzate de vibrații, încărcare/eliminare rapidă a plăcii fără sisteme de prindere, flexibilitate sporită în ceea ce privește formatele, nu necesită un drum magnetic și, cel mai important, asigură registru perfect. Datorită modelului constructiv, fascicolul laser este situat mereu la aceeași distanță de placă, punctele de raster au întotdeauna constantă iar mașina se auto-calibrează.

Rezoluțiile disponibile sunt 2400, 2540, 4000, 5080, 8000 până la 9600 dpi. Rezoluțiile foarte mari pot fi ușor asociate cu lasere termice (830 nm), IR (940 nm) sau UV (405 nm). Numărul diodelor laser poate varia între 16 și 128.

XPose! este cel mai bun CTP în aplicațiile de tipar securizate și poate satisface cele mai exigente cerințe de securitate în aplicații precum bancnotele, cardurile de credit și pașapoartele.

Lüscher a lucrat în parteneriat cu cele mai mari companii pentru a dezvolta produsul pentru aplicații cum ar fi tiparul pentru ambalaje, pentru etichete sau pentru tiparul securizat, culminând cu noul XPose!Flex pentru gama de produse flexo.

Este un fapt cert, dovedit la nivel mondial, că noul XPose!Flex combină progresul tehnologic cu design-ul unic, construcția la înalt nivel calitativ cu fiabilitatea neegalată, proprie tuturor utilajelor XPose!

În configurația standard, 2FLEX poate recunoaște plăcile digitale flexo și întreaga gamă de plăci "letterpress" și dry-offset. Neavând nevoie de ajustări sau modificări fizice, 3FLEX poate fi utilizată pentru a expune toate plăcile pe care fluxul dumneavoastră de tipar îl cere: plăci termice, flexo, letterpress, plăci pentru lăcuire și chiar filme.

În XPose!4Flex – **Lüscher** a reușit să îmbine două tehnologii de expunere: laserul IR de mare putere pentru **LAMS LAYER** și laserul UV pentru expunerea directă pe placă.

Astfel, rezultatul obținut este unic, **Lüscher** putând să ofere cel mai flexibil și ușor de utilizat CTP de pe piață. O singură investiție, capabilă să expună plăci pentru flexo, letterpress, plăci dry-offset, convenționale, plăci pentru lăcuire, filme și chiar site serigrafice.

Când luați decizia de a investi într-un CTP, nu trebuie să luați în considerare doar caracteristicile tehnice, ci mai ales posibilitatea de a expune cu acel tip de CTP toate tipurile de plăci.

Cu **Lüscher XPose!** veți pune piatra de temelie în departamentul dumneavoastră pre-press, economisind spațiu, eliminând investițiile în echipamentele suplimentare, reducând costurile cu materialele consumabile și cu contractele de mentenanță pe care le presupun aceste echipamente.

Dr. Srečko Prnjat
Area Sales Manager
Lüscher AG Maschinenbau

TRANSPROMO **- o oportunitate** **în vremuri de criză**

De curând, pe data de 25 martie, compania Kodak, lider al pieței de soluții grafice integrate, alături de dealerul său pentru România, Primatehnic Service SRL, au prezentat conceptul Transpromo în cadrul seminarului "Transpromo. Putting brands in customer hands", care s-a desfășurat la hotelul Howard Johnson.

Denumirea "TRANSPROMO" provine de la cuvintele "tranzacție" și "promoțional" și se referă la mesajele publicitare inserate în diferite documente precum facturile sau extrasele de cont pe care le găsim în cutia poștală.

Acest instrument de marketing direct este larg utilizat în țări precum SUA, Germania, Franța sau Marea Britanie. Conform studiilor făcute în aceste țări, rata de răspuns pozitiv al consumatorului la o astfel de promovare este foarte mare în comparație cu alte metode de promovare directă.

Există teoria care spune că vremea promovării prin intermediul materialelor tipărite a trecut și că mediul de promovare on-line îi va lua locul. Dar trebuie să ținem cont de câteva aspecte:

În contextul actual când suntem bombardați de reclame, pe care le găsim fie în cutia poștală (pliante, reviste, felicitări etc.), fie le primim pe email, rata de răspuns pozitiv la acestea este foarte mică, practic primul lucru pe care îl facem este să aruncăm la coș materialele publicitare tipărite sau în cazul email-ului să le trecem în SPAM fără a le fi citit sau deschis.

Acest lucru se schimbă într-un procent semnificativ în cazul Transpromo.

Astfel, conform studiilor, consumatorii petrec destul de mult timp, în medie între patru și șapte minute pentru a-și citi facturile printate pentru anumite taxe, extrasul de cont, detaliile din factura de telefon mobil ori cea de utilități. Pentru facturile on-line la utilități ori emailul de la diferite companii, aceștia petrec în medie între unu și patru minute pentru a le citi. De asemenea, aceleași studii au relevat că facturile sunt deschise imediat (83%), citite cu atenție (65%) și păstrate în arhivele personale (72%) de către consumatori, aceștia amintindu-și mai curând mesajele tipărite pe aceste documente decât, de exemplu, materialele promoționale adăugate împreună cu acestea în plic.

Normal, cei ce lucrează în marketing nu puteau să nu profite de un asemenea instrument de transmitere a mesajului publicitar.

Au fost câteva etape de dezvoltare a acestui instrument de reclamă.

Inițial au fost tipărite reclame monocrome pe facturi, în următoarea etapă s-a remarcat faptul că, în cazul mesajelor care apar pe documentele fiscale, culorile au un rol important în reamintirea mesajului, în identificarea brandului și în înțelegerea conținutului acestuia iar în final, datorită faptului că documentele fiscale sau facturile de utilități au ca punct de plecare o bază de date bine structurată, s-au putut realiza campanii publicitare bine direcționate către grupuri de consumatori.

Foarte importantă este structura bazei de date pe care o folosim. Acest lucru ne poate ajuta la reducerea costurilor companiilor de publicitate prin direcționarea reclamei către acei consumatori care pot fi interesați de produsul sau serviciile oferite.

De exemplu, o bancă poate face reclamă prin intermediul extraselor de

cont care sunt trimise clienților băncii, punând alături de acestea în plic pliante sau fly-ere. Cu siguranță procentul celor care vor păstra și citi aceste materiale publicitare și nu le vor arunca direct la coș, păstrând doar extrasul de cont va fi foarte mic. Însă, dacă va pune aceeași reclamă, tipărită color, direct pe spațiile libere ale extrasului de cont va avea impactul dorit. Având la dispoziție o bază de date bine structurată, se pot trimite unor clienți reclame pentru credite pentru locuințe, celor care au deja acest tip de credit li se pot trimite oferte de carduri etc.

Alt exemplu ar fi cel al unei companii de telefonie care poate trimite către anumiți clienți, pe facturi, reclamă cu un nou telefon sau, în cazul în care aceștia deja și-au achiziționat un astfel de produs, reclamă la un nou serviciu oferit.

Pe lângă toate acestea, acest instrument poate face ca un centru de costuri - trimiterea extraselor sau a facturilor - să devină un centru de profit prin vânzarea spațiului publicitar către terți.

În România acest concept nu este încă utilizat dar cu siguranță, în încercarea lor de a ajunge la consumatori/client într-un mod eficient, cei ce lucrează în marketing vor face și acest pas, deschizând noi oportunități de afaceri în piața de tipar. Cei ce vor dori să tipărească acest produs trebuie să țină cont de volumul mare de facturi de utilități, extrase de cont bancare, facturi telefonice sau de abonamente TV/internet; să țină cont de necesitatea de a tipări date variabile într-un timp scurt; va trebui să se uite către soluțiile de tipărit digitale, color, de volum mare, precum cele oferite de Kodak.

*Traian Nanu,
Director vânzări,
Primatehnic Services SRL*

Finisarea produselor tipografice***Realizarea fixării blocului de carte - pag. 5****- Fixarea fără coasere (prin lipire) - pag. 5****Broșarea cărților - pag. 7******Finisarea produselor tipografice******Realizarea fixării blocului de carte****Fixarea fără coasere (prin lipire)**(continuare din numărul precedent)*

Pentru obținerea unei legături puternice și durabile între filele blocului, deci pentru a mări durabilitatea cărții, adezivul trebuie să pătrundă între filele blocului pe o fâșie de 0,2-0,3 mm. Pelicula de adeziv ce se formează pe cotorul blocului de carte trebuie să fie de 80-120 microni. Mărirea grosimii peliculei de adeziv duce la o micșorare a legăturilor dintre file datorită creșterii forțelor de întindere care acționează în zona de contact a filelor cu pelicula.

Pelicula trebuie să rămână constantă, chiar dacă variază cantitatea de adeziv (această variație se poate datora proprietăților absorbante ale hârtiei și copertei, calității frezării, suprafeței cotorului).

După ungerea cotorului fasciculelor, broșura este transportată pe masa cu copertă (ce poate fi așezată manual sau automat).

După poziționarea copertei pe masă, aceasta execută o mișcare de translație pe verticală, pentru a realiza contactul dintre cotorul blocului și îndoirea cotorului copertei corespunzător cu grosimea blocului de carte. Apoi, bacurile se deschid și cartea (sau blocul de carte cu tifon sau hârtie la cotor) este eliminată.

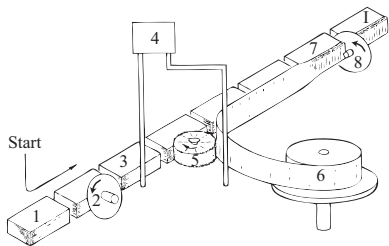
Aceste mașini de fixare a blocului de carte fără coasere sunt, de regulă, incluse în linii automate pentru finisarea cărților broșate, ce pot executa prelucrarea fasciculelor având fixate pe ele planșe sau forzațiuni (în cazul executării de blocuri pentru cărți legate).

Linia automată execută următoarele operații:

- adunatul fasciculelor;
- broșarea fără coasere;
- uscarea (în cazul folosirii de adezivi reci);
- stivuirea cărților broșate;
- transportul și tăierea în trei părți.

Linia este prevăzută cu utilaje necesare, astfel că semifabricatele trec de la o operație la alta fără intervenția manuală a lucrătorilor.

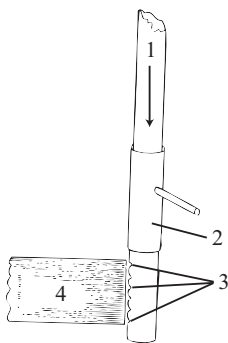
În figura de mai jos redăm schema de fixare a blocului de carte pe tifon sau hârtie cu adeziv rece (aracet).



Schema fixării blocului de carte prin frezare la cotor, pe tifon sau hârtie

- 1 - bloc de carte adunat prin suprapunere;
- 2 - frezare la cotor; 3 - bloc frezat; 4 - bazin de adeziv; 5 - ungerea cotorului cu adeziv;
- 6 - rolă de tifon (sau hârtie); 7 - presarea pe cotor a tifonului; 8 - tăierea fâșiei de tifon (sau hârtie)

Redăm în figura următoare un detaliu al mecanismului de ungere a cotor a blocului de carte:

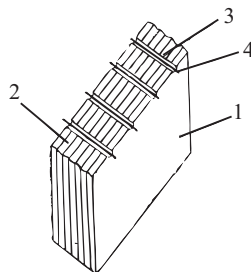


Detaliu al mecanismului de ungere

- 1 - adeziv; 2 - manșon; 3 - orificiu; 4 - carte

În afara proceselor de fixare cu frezarea cotorului blocului în totalitate se cunosc și alte procedee. Unul dintre procedee constă în aceea că după frezarea cotoarelor fascicolelor, se frezează pe cotor niște

șanțuri cu adâncime de 0,5-0,75 mm, în care se introduc ulterior ațe.

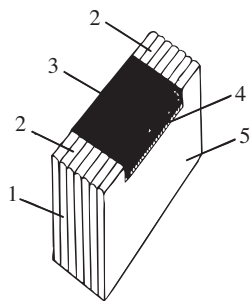


Fixarea cotorului cu ajutorul unor ațe de întărire

- 1 - blocul de carte; 2 - cotorul frezat; 3 - șanțuri în cotorul frezat; 4 - ațe de întărire

În continuare, cotorul se unge cu adeziv, se introduc ațele, se unge din nou cu adeziv și se presează. Astfel, rezistența fixării crește.

Un alt procedeu constă în aceea că frezarea fascicolelor se face numai pe mijlocul cotoarelor lor, lăsându-se la margini nefrezat pe o distanță de 1-2 cm pe fiecare parte.

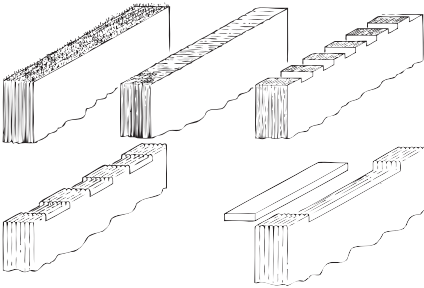


Întărirea cu tifon a cotorului frezat incomplet

- 1 - fascicola blocului de carte;
- 2 - margini nefrezate ale cotorului blocului de carte; 3 - tifon de întărire; 4 - strat de adeziv;
- 5 - blocul de carte

Pe porțiunea frezată se aplică adeziv, după care se depune tifon sau alt material textil care fixează, împreună cu adezivul, filele între ele. Rezistența unui astfel de bloc prelucrat (cu ațe sau material textil) este mult sporită față de fixarea fără coasere în care se face doar frezarea și înclieierea fasciculelor.

După operația de fixare a blocului de carte, prin unul din procedeele descrise, se procedează la presarea acestuia, cu scopul eliminării aerului dintre file și cu consecința reducerii grosimii blocului, pentru a obține cărți compacte.

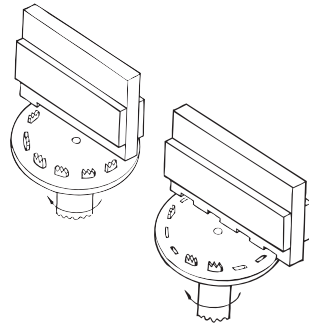


Diferite sisteme de frezare la cotor

Pentru a putea obține diversele modele de frezare a cotorului unui bloc de carte, se procedează la eliminarea unor cuțite din placa port-freză.

În figura de mai jos se poate vedea aranjarea cuțitelor pentru frezarea pe lungime a întregului cotor sau numai anumite porțiuni pe care

se fixează tifon sau șireturi, cu adeziv.

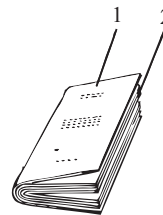


Broșarea cărților

Cartea broșată este o lucrare tipărită, formată din unul sau mai multe fascicule, coli tipărite și fălțuite, fixate între ele, constituind blocul cărții, bloc care se îmbracă într-o copertă flexibilă din carton sau hârtie tipărită.

Cartea broșată poate fi:

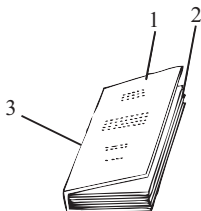
- cu fascicule intercalate una în cealaltă (coperta îmbracă toate fasciculele și este cusută cu clame de sârmă, după care este tăiată pe trei laturi; acest mod de legare este cunoscut sub denumirea de *carte cusută caiet*).



Carte broșată cu fascicule intercalate una în alta, cusută caiet

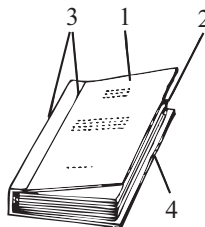
1 - copertă; 2 - bloc de carte

- cu fascicule adunate prin suprapunere (fasciculele adunate prin suprapunere se fixează între ele, formând blocul; la copertă se execută mai întâi *două biguri*, după care se lipește pe cotorul blocului, apoi se execută tăierea pe trei laturi).



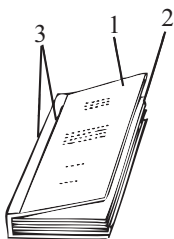
Carte broșată cu fascicule adunate prin suprapunere, cu două biguri
1 - copertă; 2 - bloc de carte; 3 - big

- cu *canturi la copertă*, adică coperta depășește mărimea blocului cu 3-4 mm pe fiecare latură (cu excepția cotorului); în acest caz se taie blocul pe trei laturi înainte de lipirea copertei.



Carte broșată cu canturi la copertă
1 - copertă; 2 - bloc de carte; 3 - big; 4 - cant

- cu *patru biguri* la copertă (coperta se lipește pe cotorul blocului, adunat prin suprapunere și cusut, pe o distanță de 5-10 mm pe prima și ultima filă a blocului; cele două biguri suplimentare au drept scop mascarea agrafelor cu care s-a cusut blocul de carte; și în acest caz tăierea în trei părți se face după lipirea copertei).



Carte broșată cu patru biguri pe copertă

1 - copertă; 2 - bloc de carte; 3 - big

La cartea broșată, cotorul este drept. Ca la orice carte, blocul poate conține planșe, tabele, hărți, ce sunt plasate la sfârșitul cărții sau în interiorul său.

După cum am arătat mai sus, coperta poate avea două sau mai multe articulații, numite biguri, adică adâncituri în carton.

(continuare în numărul următor)

COPYRIGHT 2002

AFACERI POLIGRAFICE®

Preluarea conținutului publicației **Revista Afaceri Poligrafice**, respectiv a **Buletinului Informativ** cu același nume - integrală sau parțială, prelucrată sau nu - în orice mijloace de informare, este permisă și gratuită, cu condiția obligatorie să se menționeze ca sursă a acesteia:

“www.afaceri-poligrafice.ro”