

A minőség titka kiállítási helyzetképpel

Persovits József

A Printexpo és Budatranspack közös kiállítási csarnokában, a két kiállítás képzeletbeli határán találtam rá az impozáns M-real standra. A kiállítóhely akár jelképes is lehet: a nyomdaipar és a csomagolóanyag-gyártás kettős szorításában tevékenykedik az M-real. Itt ültünk le beszélgetni Fábíán Endrével, a cég ügyvezető igazgatójával.

– Egy nyomda tevékenységét a gyártmányain és azok minőségén keresztül is lehet mérni. Idén az M-reál Petőfi Nyomda Kft. termékeit több díjjal is elismerték, mint például a kiállítás keretében átadott Magyar Csomagolási Verseny Hungaropack 2005 díjai. Milyen újdonság, technikai háttér, fejlesztés segíti a minőségi gyártást Kecskeméten?

– Valójában a tavalyi évünk volt a beruházás éve: vettünk egy Roland 900-as nyomógépet (hárommillió eurós beruházás), és bevezettük a teljes digitális formakészítést. Utóbbi kapcsán a formakészítés teljes hardver- és szoftverállományát lecsereeltük. Az idei évben a folyamatok fejlesztésére összpontosítunk. Ezt összefoglaló fedőnévvel digital print managementnek nevezhetném. Mindez több dologból tevődik össze, valójában egy folyamat, amely az előkészítéstől (beleértve a designt is) egészen a nyomtatás megkezdéséig tart. Ennek során minden digitálisan történik, kivéve az ezt követő nyomtatást, mert az „hagyományos” ofszettechnológia a Petőfi Nyomdában. Itt jegyzem meg, hogy tíz évvel ezelőtt tartottam egy előadást a nyomdaipar fejlődéséről, akkor úgy gondoltam, hogy egy évtized múlva a digitális nyomtatás háttérbe fogja szorítani a hagyományos nyomtatást. Eltelt tíz év, de a digitális nyomtatás nem fejlődött olyan mértékben, mint ahogy korábban gondoltam. Ma már nem merném kimondani, hogy tíz év múlva a digitális nyomtatás kulcspozícióban lesz. Viszont a digitális technika egy másik irányban igen erőteljesen elindult, ami a nyomdai előkészítés teljes folyamatát foglalja magában. Ezt célozzuk



meg Kecskeméten: a formakészítés teljes digitalizációját. Egy valami maradt csupán analóg: a nyomólemez szállítása a nyomógép automata lemezberakójáig. Miután bekerül a lemez a berakóba, néhány percen belül indulhat a nyomtatás. A nyomtatás előkészítési idejének csökkentése is kulcskérdés. Mi ezen az úton indultunk el. Ide tartozik a *colormanagement* (színkezelés), amelynek az alapját a digitális eszközök jelentik. Kíváncsi vagyok, hogy az alkotó (tervező) által elképzelt színhatás érvényesüljön a termelés egész folyamatában, minimális emberi beavatkozással. Ide sorolandó a *proofkészítés*, amelynek standardizálása biztosítja a minőséget, hogy a különféle technikai háttérű proofok ugyanazt az eredményt hozzák. A következő lépés a folyamatban a *CtP-leveligítők kalibrálása* volt. De talán a legnagyobb kihívás a nyomógépek és az előkészítés összehangolása. Minden nyomógépnek van „ujjlenyomata”, ami a gép tesztnyomata, ezeket kiértékeljük, majd szoftverekkel *digitálisan összehangoltuk a nyomógépeket*. Természetesen ezt az „össze-



hangolást” el kellett készíteni a különféle papírokhoz és festékekhez. Az új nyomógépünk festékező rendszere digitális vezérlésű, most a régebbi gépeknél is ezt az irányt követjük. A „digitális vonalban” benne van még a távjóváhagyás, amikor interneten keresztül hagyja jóvá a megrendelő a grafikát, benne van a távnyomat (proof) készítés, valamint az automata korrektúrázás. Van egy berendezésünk, amely az eredetit megolvassa, összeveti a PDF-fájljal, és ellenőrzi azt. A revíziós ív tartalmi jóváhagyása egy automatikus kamerás leolvasó és PDF-összehasonlító szoftverrel, a színjóváhagyás pedig az ellenőrző skála digitális leolvasása, annak számítógépes kiértékelése és automatikus visszakorrigálása révén fog megvalósulni. Ez a fejlesztés nagyon nagy munka volt. A fejlesztés: tudás is. Tavaly a nyomda százharminc embert – a formakészítés és a nyomtatás teljes személyzetét – oktattott colormanagementre. Tanulás, tudás nélkül nem mennénk semmire.

– *A Papír- és Nyomdaipari Műszaki Egyesület főtítokaraként, hogyan látja az idei Printexpo- és Budatranspack-kiállításokat?*

– Évről évre egyre kevesebb a kiállítók között a nyomda. Azért nem jönnek a nyomdák, mert a Printexpón részt venni drága dolog, és nincs megtérülés. Érdekes megközelítés lehet viszont azt vizsgálni, hogy ki hogyan gondolkodik kiállításügyben. Például, mi itt vagyunk, és mint látható, szép nagy a standunk. Gondolkodtunk, hogy esetleg kisebb helyen állítunk ki az idén a költségdalt tekintve, de végül a kereskedelmi szakemberek véleményére hallgatva a tavalyi nagyságban jelentünk meg. Külön kell, hogy válasszam a Budatranspack- és a Printexpo-kiállításokat.

A Printexpónál azt látni, hogy teljesen elment gép- és anyagbeszállító irányba a kiállítás. Érdekes viszont, hogy nem mozdult el az alapanyagbeszállítók (papír, karton) felé, hanem a különböző nyomdai segédanyagok irányába. A nyomdák azért nem jönnek ki, mert az ő vevőik sem jönnek ide. A Printexpo eredetileg, amikor még a Sportszarnokban rendezték, abban az időben a nyomdák kiállítása volt, igazából egy könyvkiállítás, könyvvásárszerű dolog volt. De nem tudták odacsalogatni sem a kiadókat, sem a könyvkereskedőket. Amikor pedig átjött a kiállítás a vásárvárosba, ide sem jöttek el a kiadók és könyvkereskedők. Teljesen átalakult a Printexpónak a szerepe, így már a nyomdászok csak látogatóként jönnek ki.



A Budatranspacknál más a helyzet. Amíg a Budatranspackon itt vannak a gyártók, addig a Printexpón nincsenek, vagy csak nagyon kevesen – talán néhány nyomda. Az M-real filozófiájából eredően, mi nem engedhetjük meg magunknak, hogy nem vagyunk jelen. Számunkra ez egy koncentrált vevőtalálkozó. Most nem a tárgyalóasztalnál, hanem „csak” informálisan tudunk beszélgetni, és inkább szavakkal tudjuk bemutatni a cégünket. Az újdonságokat nem tudtuk idehozni, de minikonferencia keretében, előadássorozat keretében beszélünk róla. A Budatranspack egy csomagolási kiállítás, ahol a vevőkör itt van. Itt van, mert kiállítanak csomagolóeszközt, csomagológépeket, csomagolóanyagot, segédanyagot, tehát az eladók tudnak találkozni a vevőikkel. A Printexpón nem tudnak találkozni a nyomdák a vevőikkel. Ezért nem áldoznak pénzt a nyomdák erre a kiállításra. Ha a mi vevőink nem jönnének ide ki, akkor valószínűleg mi sem lennénk itt.