

Toray w Reprografie

Suchy offset bliżej klienta

Z kilkudniową wizytą przyjechała do Polski Asako Nishikawa odpowiedzialna za sprzedaż w Europie płyt do bezwodnego offsetu japońskiej firmy Toray. Korzystając z tej okazji poprosiliśmy ją o krótką rozmowę.

■ Grażyna Kolanowska

PRINT & PUBLISHING: Firma Toray nie jest powszechnie znana polskim poligrafom. Czy mogłaby pani przybliżyć ją naszym czytelnikom?

Asako Nishikawa: Toray Industries jest przedsiębiorstwem o zasięgu ogólnosiwiatowym. Powstał w 1926 r. rozpoczynając działalność jako firma tekstylna-włókiennicza i do dziś prawie 50% sprzedaży generują artykuły z tej właśnie branży. W ciągu siedemdziesięciu lat istnienia wprowadziliśmy

szereg nowych produktów, takich jak włókna węglowe, tworzywa sztuczne, produkty elektroniczne, medyczne i farmaceutyczne. Produkcję włókien i tekstyliów uzupełniliśmy ofertą maszyn i urządzeń do ich wytwarzania, a nasze zaawansowane prace w dziedzinie polimerów i tworzyw sztucznych zaowocowały powstaniem działu materiałów dla poligrafii. Dziś mamy 12 fabryk w Japonii i ponad 40 w wielu różnych krajach. Siedzibą firmy jest Tokio. Zatrudniamy na całym świecie ponad 34 tys. pracowników.



Asako Nishikawa i Katarzyna Łakomicz (z lewej), która z ramienia Reprografu jest odpowiedzialna za wprowadzanie płyt Toray CTP Waterless na polski rynek.

P&P: Toray zajął się zatem poligrafią stosunkowo niedawno?

AN: Dział materiałów poligraficznych jest jednym z młodszych, ale również jednym z rozwijających się najprężniej. Toray przeznaczając bardzo duże środki finansowe zarówno na rozwój produkcji dla poligrafii, jak i na prowadzenie badań naukowo-technicznych nad nowymi rozwiązaniami w tej dziedzinie. Produujemy płyty offsetowe konwencjonalne i do offsetu bezwodnego, produkujemy również formy dla fleksografii. Jak powiedziałam,

Offset bezwodny

W offsetowej płycie bezwodnej element niedrukujący pokryty jest warstwą silikonu i nie jest zwilżany wodą. Płyty wywoływane są w specjalnie dedykowanych wywoływarkach i nie wymagają gumowania. Technologia bezwodna wymaga farb graficznych przeznaczonych specjalnie do niej.

dział płyt offsetowych jest w Toray bardzo młody, chociaż bezwodną technologią zajmuje się już prawie 20 lat. Bodźcem do rozwoju tej technologii było zdominowanie w ostatnich latach rynku przez systemy computer-to-plate i wynikające z tego, gwałtownie rosnące zapotrzebowanie na płyty do nich, w tym również na płyty bezwodne.

P&P: Czy płyty Toray będą teraz szerzej dostępne na polskim rynku?

AN: Do niedawna nie byliśmy gotowi do bezpośredniego wejścia na rynek wschodnioeuropejski, korzystaliśmy więc z naszych struktur na terenie Niemiec i za ich pośrednictwem produkty Toray mogły trafiać do Polski. Od ponad roku jednak postrzegamy ten obszar jako bardzo ważny – nowy target nie tylko dla przemysłu poligraficznego, ale również dla innych sektorów naszej produkcji. Zaczęliśmy więc szukać silnego partnera, który by nam w tym pomógł. Nasz wybór padł na firmę Reprograf.

P&P: Dlaczego właśnie tej firmie złożyliście swoją propozycję współpracy?

AN: Przyczyną było to, że Reprograf posiada doskonale rozwiniętą sieć serwisową nie tylko w Warszawie, ale w całym kraju. Ponadto ma w swojej ofercie cały pakiet produktów poligraficznych – od maszyn drukujących, poprzez systemy computer-to-plate, po materiały. Uznaliśmy, że nasze płyty do offsetu bezwodnego będą doskonałym uzupełnieniem tego pakietu.



© P&P

Panel wywoływarki TWL-1160FII do płyt bezwodnych, która stała w warszawskiej siedzibie Reprografu.

P&P: A czy fakt, że Reprograf współpracuje już z innymi japońskimi firmami miał również wpływ na waszą decyzję?

AN: Wielu uznanych producentów wybrało tę firmę za swojego przedstawiciela, co tylko potwierdza trafność naszej decyzji. Miło nam, że wśród zadowolonych z tej reprezentacji są również firmy japońskie, ale wybralibyśmy Reprograf również wtedy, gdybyśmy mieli być pierwsi.

P&P: Co jest głównym celem pani wizyty w Polsce? Czy rozmowy o współpracy zostały już sfinalizowane?

AN: Chcemy aktywnie rozpocząć przygotowania do dystrybucji naszych płyt. W tym celu postanowiliśmy przeprowadzić pokaz i techniczny trening dla pracowników serwisowych Reprografu z udziałem inżynierów japońskich – i to właśnie jest główny powód naszej wizyty. Na ośmiokolorowej maszynie w warszawskiej drukarni Lotos przeprowadziliśmy testy polegające na drukowaniu obok siebie na jednym arkuszu w technologii bezwodnej i konwencjonalnej. Wyniki tych testów zostaną starannie przeanalizowane i udostępnione w najbliższych dniach. Było to pierwsze, bardzo krótkie szkolenie i mamy świadomość, że takich prób musi odbyć się odpowiednio więcej. W pełni akceptujemy sposób działania Reprografu, który przystępuje do dystrybucji produktów dopiero po dokładnym zapoznaniu się z nimi i wielostronnym przetestowaniu, co umożliwi wytypowanie

potencjalnych klientów i rzetelne przedstawienie im korzyści z zakupu.

P&P: A jakie według pani są zalety płyt Waterless?

AN: Przede wszystkim wysoka jakość druku i stabilność produkcji. Używanie płyt Toray Waterless znacznie podnosi wydajność i produktywność, ponieważ czas potrzebny na narzędzenie maszyny jest znacznie krótszy, niż w offsecie konwencjonalnym. Nie występuje tu problem zachowania równowagi farba-woda i wiele innych trudności specyficznych dla konwencjonalnej technologii, które wymagają od dobrych operatorów dużego doświadczenia. Offset bezwodny jest łatwy do opanowania nawet po krótkim szkoleniu. Jest to więc prosty sposób na pozyskanie nowych, samodzielnych maszynistów offsetowych, co jest niezmiernie ważne przy tak szybko rosnącym rynku. Jestem pewna, że nasze płyty odniosą ogromny sukces, bo w szybko rosnących drukarniach – jak ma to miejsce w Polsce – potrzeba coraz więcej operatorów maszyn.

Zalety termicznych płyt bezwodnych są widoczne szczególnie przy drukowaniu opakowań i etykiet – użycie naszych płyt zmniejsza do minimum odpady powstające przy narządzaniu maszyny generując najwyższe oszczędności w przypadku zadruku drogich materiałów podłożowych.

P&P: Dziękujemy za rozmowę i życzymy firmom Toray i Reprograf sukcesów przy wprowadzaniu nowego produktu na rynek polski.