

Fespa

JÄSENLEHTI 2/2020

FESPA FINLAND ASSOCIATION



News

Fespa Finland lanseraa

Proudly Printed in Finland

–merkin kotimaisille painajille.



PROUDLY
PRINTED
IN FINLAND

4 Fespa lanseeraa uudet
Coffee Break –seminaarit

9 Proudly Printed in Finland
–merkin käyttö

28 Yritysesittelyssä
TKP Print

2	Sisällysluettelo
3	Puheenjohtajan palsta
4	Fespa lanseeraa uudet Coffee Break –seminaarit
6	Miksi viherpesu on likaista?
8	Toiminnanjohtajan palsta
9	Proudly Printed in Finland –tunnus
10	Fespan tekniset oppaat. An introduction to textile printing and printed packaging
12	Virtuaalista messumatkailua
16	Kohti yhden tuotteen massatuottamista
20	Photoshopin voima on retusoinnissa!
24	FESPA tuottaa omaa sisältöä, joka on saatavilla vain jäsenille Club FESPAssa
25	Vieraskynä
26	3D-visualisointi sekä 2D-suunnittelu virtaviivaistaa ja nopeuttaa
28	TKP Print karsi kuluja, kirkasti toimenkuvia ja löysi uusia uria

LIITY NYT FESPA FINLANDIN JÄSENEKSI!

Lähetä yrityksesi tiedot osoitteeseen minna.pettersson@fespa.fi tai soita 040 7465 465

Jäsenmaksut:

1 hlö	149€
2-5 hlöä	390€
6-10 hlöä	550€
11-20 hlöä	750€
21-50 hlöä	1130€
yli 51 hlöä	1400€

TÄMÄN LEHDEN TEKIVÄT

JULKAISIJA: Fespa Finland ry
PÄÄTOIMITTAJA: Juha Heljakka
LEHDEN TOIMITUS: Fespa Finland ry,
minna.pettersson@fespa.fi, puh. 040 7465 465
TAITTO JA SIVUNVALMISTUS: T:anssi, 0500 446 679
PAINOAIKKA: Printhaus
ILMOITUSMARKKINOINTI: Fespa News,
minna.pettersson@fespa.fi
WWW.FESPA.FI

AMMATTIKURSSI SERIPAINAMISELLE

Nyt on kaikilla mahdollisuus hankkia seripainamisen 300-sivuinen tuhti tietopaketti yrityksenne käyttöön.

Aineiston avulla voi helposti kouluttaa oman yrityksen työntekijöitä tai päivittää tiedot ajan tasalle. Kaikki materiaali on kahdessa kierresidotussa niteessä (osa I ja osa II) ja se on kokonaan suomenkielinen.

Aineisto sisältää mm. seripainamisen -ja neliväripainamisen perusteet, terveys & turvallisuus sekä ympäristö -osiot. Seripainamisen osalta on paljon materiaalia mm. raakelistat, värinlevittimestä, väreistä, kuivumisesta, kovettumisesta, kehilöstä sekä vinkkejä ja huomioita laadukkaaseen painamiseen. Mukana myös prosessin ohjaus, laatu, ongelmatilanne-osio sekä erikoisvärit ja neliväriprosessi-osiot.

FESPAn jäsenille tämä ainutlaatuinen 300-sivuinen oppimateriaali vain 275€. Muut 450€.



TILAA MAHTAVA KOULUTUSPAKETTI:

info@fespa.fi tai
soita 040 746 5465 / Minna
www.fespa.fi



*Yritysten arvotuskertoimet eivät ole
koronassa nousseet – päinvastoin.*

JOHAN ON MARKKINAT!

Lausahduksellani tarkoitan useaa asiaa, jotka tänä erikoisena vuotena pyörivät mielessä. Meillä on alallamme yrityksiä, joiden liikevaihdosta on tippunut nopeassa tahdissa ennätysellisen paljon pois. Jotkin toimijat, jotka ovat erikoistuneet tapahtuma- ja messurakentamiseen ovat jopa lopettaneet. Markkina sulj alta, vaikka kykyä ja halua olisi.

Sanotaan, että ennustaminen ja varsinkin tulevaisuuden ennustaminen on vaikeaa. Tässä tilanteessa kysymys kuuluu, onko muutos pysyvä tai millainen se markkina sitten on, kun pandemiasta ollaan selville vesillä. Keskimäärin eurooppalaisilla alamme yrityksillä 80%:lla korona on vaikuttanut negatiivisesti volyymiin. Ne pärjäävät, joiden liiketoiminta nojaa riittävän laajaan tuoteistoon ja asiakaskuntaan, jorkut jopa kasvavat organisaation tällä vuonna. Onneksi olkoon heille!

Markkinassa joka nyt on supistunut, koetaan entistä kovempi kilpailu. Siitä seuraa väistämättä myös jonkinlaista uusjakoa. Sitä tehdään myös yrityskaupoin ja sillä saralla olemme itsekkin olleet aktiivisia tänä vuonna ja olemme jatkossakin. On nähtävissä trendi, että kaikilla toimialoilla keskittyminen jatkuu ja yritysten määrä vähenee. Haasteena alallamme kuitenkin on, että jos volyymi laskee, niin mitä silloin ostetaan? Pelkkä markkinaosuus sulaa nopeasti ja asiakkaista saatava hyöty yrityskaupassa yleensä arvioidaan liian korkeaksi. Sitten vielä se hinta. Yritysten arvotuskertoimet eivät ole koronassa nousseet – päinvastoin. Johan on siis markkinat monessakin mielessä!

Turvallista syksyä kaikille!

Juha Heljakka
Puheenjohtaja
Fespa Finland ry



FESPA LANSEERAA UUDET COFFEE BREAK –WEBINAARIT



Take a break and make it count!

Join FESPA's Coffee Break sessions where industry experts share their views and answer your questions on how speciality printers can get better, faster.

FESPAN uusi "Coffee Break" webinaari-sarja tuo saman pöydän ääreen alan experttejä jakamaan tietotaitoa ja vinkkejä sekä vastaamaan kysymyksiin. Aiheina mm. työnkulku, ohjelmistot, automaatio sekä kestävä kehitys. Isäntänä näissä virtuaalissa webinaareissa toimii Fespan tekninen neuvonantaja Graeme Richardson-Locke.

Ensimmäinen kahvitauko-webinaari oli 20.10.2020 ja siinä Graemen pöytään istui **Paul Sherfield** (Missing Horse -konsultointiyrityksen omistaja) ja **Toby Burnett** (EMEA & Americas johtaja PrintFactoryltä).



He pureutuvat aiheeseen työnkulku – miten tehokas värinkäyttö työnkulussa voi säästää rahaa. Esimerkiksi miten parantaa asiakkaan tiedostoa, ohjelmistot, painotyön arviointi olosuhteet, värinhallinta ja laadun arvioimisen ja hyväksymisen tärkeys. Webinaarin tallenne löytyy sivuiltamme.

WEBINAAREIHIN TULEE REKISTERÖITYÄ ENNAKKOON, JOTTA SAAT LINKIN SÄHKÖPOSTIIN.

SEURAAVA WEBINAARI:

• **17.11.2020 klo 13: Ohjelmistolla automatisoinnin hyödyt.**

Andrew Bailes-Collins, sr. tuotepäällikkö Enfocusella, Malcolm Mackenzie, tekninen johtaja and Mark Anderton, toimitusjohtaja Colour Enginellä.

Graeme Richardson-Locke kommentoi: "nykyhetken yritysilmastossa erikoispainoala etsii keinoja parantaa ja automatisoida prosessejaan, toimii löytääkseen kestävämpiä lähestymistapja sekä hajaannuttaa tarjontaansa. Se on usein haastavaa löytää oikeita neuvoja ja ratkaisuja, siksi aloitamme nämä webinaarit, että jäsenemme saisivat tietoa ja tukea tekemilleen päätöksille. Tämäkin on osa FESPAN Profit for Purpose -ohjelmaa, jonka tarkoitus on kehittää, kouluttaa, inspiroida alan ihmisiä antamalla mielekkäitä neuvoja ja tietoa, jotta he menestyisivät paremmin."

• **1.12.2020 klo 13: Tiedot webinaarin sisällöstä tarkentuvat myöhemmin.**

“

Tämäkin on osa FESPAN Profit for Purpose -ohjelmaa, jonka tarkoitus on kehittää, kouluttaa, inspiroida alan ihmisiä antamalla mielekkäitä neuvoja ja tietoa, jotta he menestyisivät paremmin.”

MIKSI VIHERPESU ON LIKAISTA LIKETOIMINTAA?

Viherpesu rehottaa – kiillotettu ulkokuori kätkee usein sisäänsä ympäristön kannalta monia paheita. Tässä artikkelissa tarkistelemme kuinka painoala voisi aidosti siirtyä kohti kestävämpää kehitystä.

Aloitetaan määritelmällä 'greenwashing'. Vaikka "valkaisu" on yleisesti tunnettu termi, joka viittaa yrityksiin ja yksityishenkilöihin, jotka peittävät asiat, viherpesu on uudempi ilmiö ja ilmaus. Yksinkertaisesti sanottuna, se viittaa tapaan, jolla yritykset kattavat todellisten ympäristöystävällisten valtakirjojen puuttumisen pyörittämällä tai laittamalla pintakiiltoa tekemisilleen. Maailma on täynnä organisaatioita, jotka viettävät paljon aikaa kertomalla meille kuinka hyviä ovat, vaikka eivät käytännössä tee yhtään mitään suosionosoitusten arvoista ympäristön kannalta.

Paras tapa välttää viherpesua on pyrkiä tekemään yrityksesi ja tuotteitasi mahdollisimman ympäristöystävällisiä sen sijaan, että vain puhut siitä.

Ovatko painajat syyllisiä tähän? Jotkut ovat, mutta he ovat myös sen uhreja ja alan kilpailijat levittävät väärää tietoa, jotka näyttävät alan työn epäoikeudenmukaisessa valossa.

KUINKA VÄLTÄÄ VIHERPESUA

Paras tapa välttää viherpesua on pyrkiä tekemään yrityksesi ja tuotteitasi mahdollisimman ympäristöystävällisiä sen sijaan, että vain puhuisit siitä. Jos et pysty tätä tekemään, niin älä kuitenkaan teeskentele, että tekisit jotain asian hyväksi. Jos mainostat, korosta tekemiäsi asioita ja kerro avoimesti tavoitteistasi sen sijaan, että vihjaisit jo saavuttaneesi määrän. Painoala voi minimoida toimintansa vaikutukset aidolla ja läpinäkyvällä tavalla. Jonathan Tame, tulostusteollisuuden voittoa tavoittelemattoman Two Sides -yrityksen toimitusjohtaja, sanoo: "On olemassa paljon hyvin yksinkertaisia asioita, joita painoala voi tehdä vähentääkseen ympäristövaikutuksiaan. Lisäksi löytyy sekä avustus- ja tietolähteitä niitä toimintoja tukemaan. Heidän tulisi tarkastella omia valmistusvaikutuksiaan, prosessejaan ja mahdollisesti jopa 'lean-tyyppisesti' -energiatehokkuutta, kierrätystä ja jakelua sekä tuotantoketjun alkuketjua ostamalla ja käyttämällä kestäviä tuotteita."

Hän korostaa myös parantamisen jatkamisen tärkeyttä sen sijaan, että valitsisit muutaman ruudun ja siirryt eteenpäin. "ISO 14001 tai / ja EMAS ovat ympäristöstandardit, jotka tarjoavat puitteet organisaatioille hallita ja raportoida vaikutuksiaan läpinäkyvällä tavalla sekä prosessin jatkuvaan parantamiseen. He voivat käyttää tätä standardia myös ostaessaan yrityksiltä toimitusketjunsä mittana."

MYYNTIPUHEIDEN TOTUUDENMUKAISUUS

Tietenkin, on yksi asia painotaloille tehdä tällaisia parannuksia, se on toinen asia, että ne tunnustetaan sellaisiksi. Tässä Two Sides on avainasemassa. Kampanjaryhmä ei kerro ainoastaan painotalojen edistymisestä kestävästä kehityksen suhteen, vaan myös aktiivisesti kampanjoi virheellistä ja harhaanjohtavaa tietoa, jota useat viherpesijat levittävät.

Monet organisaatiot kannustavat asiakkaitaan vaihtamaan digitaalisiin palveluihin käyttämällä perusteettomia ympäris-

tövaatimuksia, kuten "Go Green - Go paperless" ja "Valitse e-laskutus ja auta pelastamaan puu".

Jonathan sanoo, että se on erittäin yleistä markkinoida em. tavalla. "Jatkuvissa kustannusten leikkaamisessa monet pankit, teleyritykset, yleishyödylliset yritykset ja jopa valtion organisaatiot kannustavat asiakkaitaan vaihtamaan digitaalisiin palveluihin käyttämällä perusteettomia ympäristövaatimuksia, kuten "Ole vihreä - Siirry paperittomuuteen "ja" valitse e-lasku and auta pelastamaan puu ". Useimmissa maissa tällaisten lausuntojen tekeminen on ristiriidassa mainossääntöjen kanssa, joissa ympäristöväitteiden on perustuttava tosiseikkoihin ja tuettava todisteilla. Nämä lausunnot vaikuttavat kuluttajien käsitykseen ja ovat erittäin vahingollisia teollisuudelle, jolla on vankka ja jatkuvasti parantunut suhde ympäristöön. "

Two Sides on onnistuneesti haastanut yli 500 yritystä tällaisista lausunnoista viimeisen 10 vuoden aikana. Äskeinen esimerkki koski ohjelmistoyritys Adobea, joka toteutti e-korttikampanjan, joka sisälsi lauseen: "Tiesitkö, että Yhdistyneessä kuningaskunnassa myydään vuosittain yli 900 miljoonaa lomakorttia? Säästä puustoa ja läheta sen sijaan sähköinen kortti." Heidät haastettiin muutamilla kovilla faktoilla - korttiteollisuus on enimmäkseen uusiutuvaa, kestävä ja siihen liittyy myös hiilidioksidin talteenottoa, kun taas e-jätteet ja e-korttien ja pilvilaskennan palvelimet voivat olla erittäin epätaloudellisia - he muuttivat kampanjaansa. On selvää, että painotaloille on tärkeää jatkaa tällä linjalla, mutta aivan yhtä tärkeää on se, että kilpailijat eivät levitä väärää tietoa painoalasta.

"CORONAWASHING"

Tällä hetkellä monet yritykset vielä arvioivat koronaviruksen puhkeamisen vaikutuksia ympäri maailmaa, ja sillä on selvä tikin ollut syvä vaikutus alaan. Yksi valitettavista on "koronapesun" lisääntyminen, jossa saastuttavat tai epäeettiset yritykset korostavat usein vähäistäkin panostaan taistelussa COVID-19: vastaan.

Jonathan ja Two Sides ovat erittäin tietoisia pandemian jälkeisestä viherpesusta. "Olemme jo nähneet esimerkkejä yrityksistä, jotka käyttävät COVID-19: tä, ja mahdollisista viruksen leviämistä perusteluna, jonka vuoksi heidän asiakkaidensa tulisi siirtyä digitaaliseen mainontaan säästääkseen rahaa", hän sanoo. "Olemme julkaisseet tästä aiheesta tietoa auttaaksemme teollisuutta selittämään kaikille asianosaisille vähäisen leviämisen riskin. Korona-aikana lisääntyneen digitaalisen markkinoinnin takia on tärkeää, että talouden elpyessä muistutamme brändejä ja yrityksiä siitä, kuinka tärkeää on viedä brändi kuluttajien käsiin painetun viestinnän kautta."

Mainostamisen totuus voi joskus olla vaikea havaita, ja painotaloille - kuten muidenkin alojen yrityksille - voi usein olla houkuttelevaa saada itsesi näyttämään paremmalta kuin oikeasti olet. Mutta sellaisten organisaatioiden kuin Two Sides avulla voit siirtyä vihreämpään liiketoimintamalliin olematta epärehellinen.



Webinaari on hyvä tämän hetken tapa saada ihmiset yhteen ja FESPAn järjestämät Coffee Break -webinaarit ovatkin saavuttaneet suosiota. Webinaareissa esitettyjen kysymysten määrästä voi päätellä, että aiheet ovat osuneet oikeaan. Webinaareihin on helppo ilmoittautua ja niiden kesto aika on alle tunnin – lisäohjeita sisäisivuilla.

Fespa on myös julkaissut huimasti parannetut versiot teknisistä oppaista ja ne ovat saatavilla nettisivuiltamme salasanan takaa. Pyydä sitä minulta, jos sinulla ei vielä ole. Oppaita on yhteensä 46 erilaista. Nythän voisi olla hyvä aika kouluttautua.

Club FESPAn artikkelit ilmestyvät myös nykyään suomeksi tosin Google-kääntäjän käännöksinä. Käyn niitä läpi korjailen, mutta ihan jokaista en ole vielä ehtinyt. Hauskaa on kyllä välillä ollut. Jos ette vielä ole Club Fespan jäseniä, niin liitytkää nyt FESPAn sivuilla, jotta pääsette käsiksi sinne teille tuotetuihin sisältöihin kokonaisuudessaan. Tämä ei maksa mitään!

Kiitos lehden sisällön tuottamisesta menee tällä kertaa TKP Printin Teppo Lehtiselle, Tatu Rinteelle Hansaprintistä, Juha Heljakalle, Maiju Junkolle, Fespa.com -tiimille sekä tietysti mainostajillemme. Viihtyisiä hetkiä lehden parissa ja hyvää joulun odotusta!

Minna

Vuosi on taas kerran jo ehtoopuolella ja kuka olisi osannut ennustaa millainen siitä tulee? Messumatkaa ei ollutkaan maaliskuussa, mutta vielä on kalenterissa ensi vuoden maaliskuun 10.-12. päivät vastaaville messuille Amsterdamissa. Katsotaan tilannetta tammikuun alkupäivien aikana, jos messuja järjestetään ja onko lähtijöitä.

Vuosi alkoi kuitenkin ihan mallikkaasti helmikuun seminaarillamme ja palautteen johdosta totesimme oman tuotannon kehittämisen automaation avulla kiinnostavan kovasti. Sen perusteella lähdimme suunnittelemaan yritysvierailua Tanskaan, joka otetaan työn alle, kun tilanne normalisoituu. Pysy kuulolla!

Erityisen ylpeä olen siitä, että olemme tämän vuoden aikana synnyttäneet jäsenillemme kotimaisen painotyön tunnuksen. Sen tavoitteena on lisätä suomalaisen työn arvostusta ja korostaa sen laatua ja luotettavuutta. Olettehan tekin merkin arvoisia! Merkin rekisteröintiä on haettu ja se saa ®-merkin.

Fespa Finland lanseraa

Proudly Printed in Finland

-merkin kotimaisille painajille.

Ollaan ylpeitä siitä, että painamme ja tuotamme suomalaisia tuotteita suomalaisille! Kotimaisuus on tärkeää ja sen merkitys on entisestään korostunut pandemian aikana. Tätä suomalaisen painamisen merkkiä saavat ylpeydellä käyttää kaikki Fespa Finlandin jäsenyritykset, jotka täyttävät kriteerit. Nostetaan kotimaisuus keskiöön ja kannustetaan ostamaan kotimaisesti valmistettuja tuotteita!



PROUDLY
PRINTED
IN FINLAND



PROUDLY
PRINTED
IN FINLAND

SUOMALAISEN PAINOTYÖN PUOLESTA

Jos jokainen suomalainen ostaisi 100 eurolla enemmän suomalaisia palveluita ja tuotteita vuodessa, olisi työllisyysvaikutus jopa 10 000 työpaikkaa. Vuonna 2019 painoala työllisti Suomessa n. 6000 henkilöä ja alalla toimii yhteensä noin 750 yritystä. Tyypillisesti painoalan yritykset ovat paikallisia pienyrityksiä, jotka palvelevat lähialueen kuluttajia, vähittäiskauppaa, urheiluseuroja ja teollisuutta.

Tehdään yhdessä suomalaisesta työstä menestys!

KUKA SAA KÄYTTÄÄ TUNNUSTA?

Proudly Printed in Finland -tunnus on FESPA Finland ry:n (fespa.fi) rekisteröimä merkki. Se on käytettävissä Fespa Finlandin jäsenyrityksille, jotka täyttävät suomalaisen painotyön kriteerit.

- 1) Yrityksen tulee olla yli 50%:sti suomalaisessa omistuksessa ja maksaa veronsa suomeen.
- 2) Yrityksen tuotanto ja muut toiminnot oltava vähintään 2/3 Suomessa.

MITEN SAAN TUNNUKSET KÄYTTÖÖN?

Ole yhteydessä Fespa Finland ry:n toiminnanjohtaja Minna Petterssoniin sähköpostitse minna.pettersson@fespa.fi



FESPAn tekninen opas

An introduction to TEXTILE PRINTING

Tekstiilit ovat tärkeä ja iso osa maailmanlaajuisesta painomarkkinasta. Markkina on erittäin monimuotoinen ja -tahoinen. Tekstiilit ovat välttämättömyyshyödyke.

Kankaalle painaminen on kehittynyt aikojen saatossa. Alkuun oli batikivärijäystä vahojen avulla, puupalikkatekniikkaa, painamista kaiverretuilla kuparirullilla ja näitä tekniikoita hyödynnetäänkin vielä nykyään ns. artisaanien toimesta.

Tekstiilien massatuotanto rullalta rullalle alkoi 1800-luvulla, kun box press otettiin käyttöön tekstiilien painamisessa. Näin voitiin tehdä suurempia määriä. 1960-luvulla siirryttiin nopeasti pyörivään seripainantaan, joka on vieläkin yksi suosituimmista tekstiilipainamisen muodoista, kun tehdään suuria määriä. Seripainamisen perusperiaate ei ole oikeastaan muuttunut viimeisen 60 vuoden aikana. Se on automatisoitu ja tietokone on mukana tuotantoprosessissa, mutta mikään muu ei juuri ole muuttunut.

Markkina on muuttunut ja kehittynyt, tuotantomäärät kasvavat jatkuvasti ja tämä ajaa alaa kohti vaatimuksia uudemmasta teknologiasta, joka kasvattaa nopeutta, on monipuolisempia sekä tehokkaampi tuotannossa.

Kestävä kehitys on tuki edellytyksenä tuotantoprosessissa ja lopulta tehokkaan ekotuotannon hyödyt otetaan käyttöön koko tekstiiliteollisuudessa. Samoin kun kaupallinen painoala uudisti alaa yli 20 vuotta sitten, tulee tekstiiliteollisuuskin näin tekemään.

Lue lisää tätä tekstiilitietoutta
www.fespa.fi/jasenille/jasenmateriaali



FESPAn tekninen opas

An introduction to PRINTED PACKAGING

Miksi pakkauksia painettaisiin digitaalisesti?

Pakkausteollisuus on muutoksen kourissa, kun painettavat erät muuttuvat pienemmiksi ja kestävä kehitys jokaisen huollilla. Värit ja erikoisefektit lisääntyvät pakkauksissa ja digitaalisesti tulostettuja pakkauksia tehdään yhä enemmän.

Uudet dynaamiset kommunikaatio mallit sekä lisääntyvä verkkokauppa ajaa ostoksia ja tilauksia verkkoon ja siellä odotukset pakkauksia kohtaan ovat muuttumassa. Tämä tarjoaa uusia mahdollisuuksia pienillekin pakkausmateriaali erille ja uusille monimuotoisille mediakampanjoille, jotka käyttävät kaikkia markkinointikanavia ja jopa käyttävät markkinoinnissaan pakkauksen avauskokemuksia, joita asiakkaat jakavat.

Tämä vaikuttaa myös kaupallisiin ympäristöihin, kun verkkokauppa ja web-to-print valtaavat alaa: ostavatko asiakkaat pelkästään tuotteen tai vaatteen vai vaikuttaako myös pakkaus ostopäätökseen kuten on esim. kirjojen ja monien ruokien kanssa?

Digitaalisuus ja verkkokaupan lisääntyminen tarjoaa rajallisia mahdollisuuksia painoalalle, mutta pakkausmateriaali on siinä erikoisasemassa, että sen näkee myös loppuasiakas. Pakkausala kasvaa kovaa vauhtia ja etenkin suurien erien painajille, mutta tulostajille, jotka voivat tarjota myös pieniä eriä, on selvästikin kysyntää.

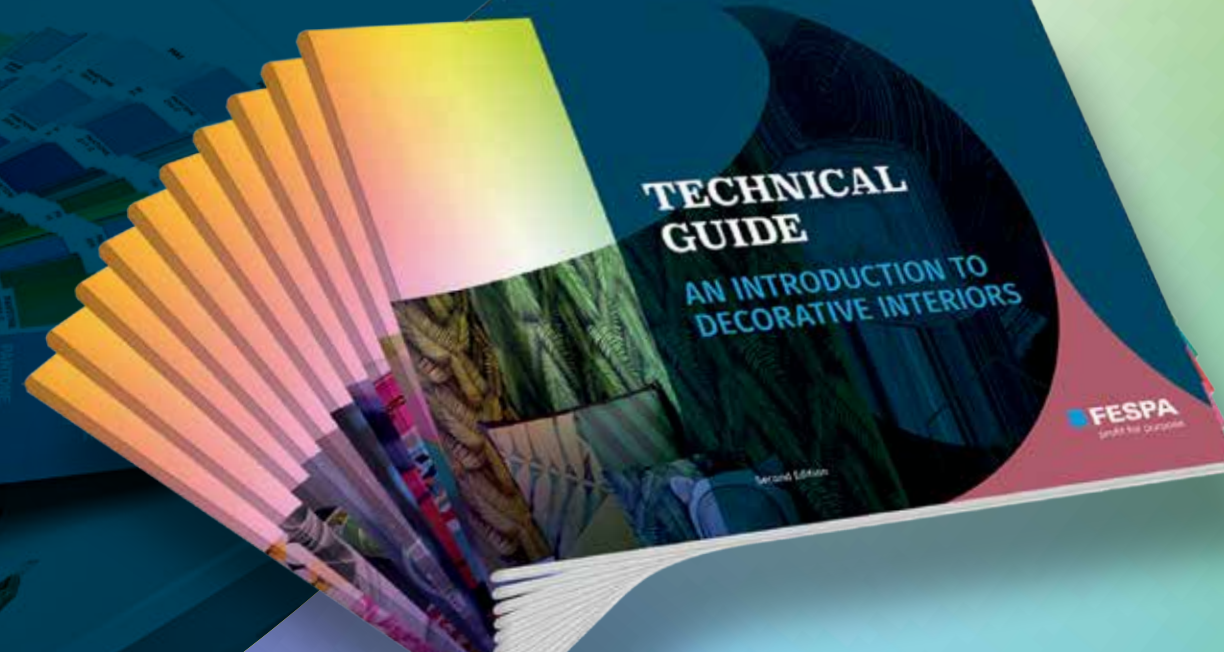
Web-to-pack -konsepti vakiotuotantoon levää etenkin kartonkisektorilla, mutta leviää myös muihin pakkaustuotteisiin. Verkkokaupan bisnesmalli olettaa, että tuotteet valitaan, pakataan ja lähetetään heti oli määrä mikä hyvänsä. Pakkaus voidaan myös kustomoida yksittäiseen profiiliin, maantieteelliselle alueelle tai sijainnille sopivaksi. Myös ostotavat voidaan ottaa materiaalisissa huomioon.

Lue lisää tätä pakkaustietoutta
www.fespa.fi/jasenille/jasenmateriaali

TOINEN
PAINOS

FESPAn tekniset oppaat

Erikoispainamisen pikakurssi oikeisiin päätöksiin sisältäen yli 500 sivua viimeisintä teknologiaa.



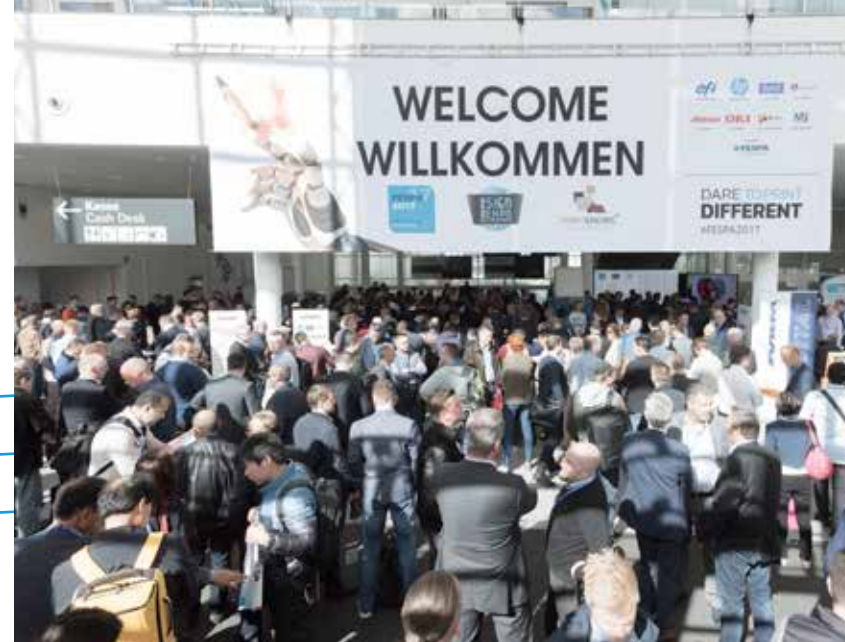
Uusia päivitettyjä englannin kielisiä teknisiä oppaita löytyy yhteensä 46 erilaista. Nyt voi olla hyvä hetki kouluttautua ja mikä parasta, ne ovat ilmaisia jäsenille. Salasanana saat pyytämällä: minna.pettersson@fespa.fi tai 040-7465 465.

FESPA
profit for purpose

www.fespa.com/techguides

VIRTUAALISTA MESSUMATKAILUA

AY1305	10MAR	HELSINKI AMSTERDAM	16.40	18.20	FINNAIR
AY1306	12MAR	AMSTERDAM HELSINKI	19.10	22.35	FINNAIR



Oheisissa kuvissa messu-
tunnelmia FESPA Hampuri,
Berliini ja München mes-
sulta sekä maaliskuun
Sign, Print & Pack -mes-
sulta.

Toivottavasti päästään
taas pian!



FESPA²¹
GLOBAL
PRINT EXPO

Amsterdam
9-12 March 2021

FESPA Global Print Expo 9.-12.3.2021, Amsterdam

Vuoden 2021 Messumatkakin on alustavasti varattu ja pitää vahvistaa tammikuun alkupäivinä.

AY1305 10MAR HELSINKI AMSTERDAM 1640 1820
AY1306 12MAR AMSTERDAM HELSINKI 1910 2235

Voit kertoa alustavan kiinnostuksesi osallistua sikäli, kun messut järjestetään. Lentoja on todella vähän ja nämäkin ovat jo syksyn aikana muuttuneet eli muita (Finnair) vaihtoehtoja on niukasti.

FESPA 21
GLOBAL
PRINT EXPO

Amsterdam
9-12 March 2021

CLUB
FESPA

Empo
peo



PLATINUM SERIES

Uudet kustannustehokkaat Platinum sarjan tulostimet nyt myös Suomessa!

KTA Nordic tuo tarjolle 8 erilaista Platinum mallia taso-, rulla ja tekstiilitulostamiseen.



Platinum Q2 Hybrid nyt nähtävissä Suomessa.
Ota yhteyttä 09 7590 7250 ja sovitaan aika!



Platinum PCT UV LED 3,2m



Platinum Q2 Hybrid



Platinum KC-tasotulostinsarjat

KTA-NORDIC

Myynti / Huolto / Tarvikkeet, värit, varaosat / Tukipalvelut
myynti@liyuprinter.fi / 09 - 7590 7250 / www.liyuprinter.fi

Kohti YHDEN tuotteen massatuottamista

Pyhä Graalin malja massaräätälöinnissä on tuottaa ainutlaatuisia räätälöityjä tuotteita yhden sarjatuotetun yksikön hintaan. Paul McKinlay irlantilaisesta Cimpresstulostustalosta selventää asiaa.



Paul McKinlay
Cimpress

Mikä tarkalleen on "yhden massaräätälöinti"?

Massaräätälöinti on pienen erän tuottamista, jossa tuotteet ovat räätälöityjä, mutta niillä on kuitenkin massatuotteiden toimintavarmuus, laatu ja kohtuuhinta. Massaräätälöinti antaa yksityishenkilöille ja yrityksille mahdollisuuden suunnitella, sisustaa ja räätälöidä omia tuotteitaan ja ostaa niitä edullisesti, pieninä määrinä – usein vain yksi kerrallaan. Massaräätälöinti voi luoda arvoa monin tavoin, mukaan lukien nopeus, henkilökohtaisuus, vanhojen varastojen eliminointi, joka on ominaista suurille vähimmäistilausmäärille, laajempi tuotevalikoima, alhaisemmat kustannukset, parempi laatu sekä vähemmän ympäristövaikutuksia kuin perinteisin tuotantomenetelmin tuotetuilla tuotteilla.

Suurin osa yrityksistämme tarjoaa jo satoja tuotteita, joiden tilaustiedot ovat yhden yksikön vähimmäisvaatimukset. Se ei ole järkevää sellaisille tuotteille kuin käyntikortit, mutta jopa siellä voimme tarjota kohtuuhintaa niinkin pienelle määrälle kuin 25 kappaletta. Suuremmille painetuille tuotteille, kuten bannerit ja opasteet, sekä brodeeratuille tuotteille, kuten lip-pikset tai poolopaidat, (MOQ=1) ovat hyvin yleisiä.

Kuinka Cimpress saavuttaa tämän?

Yrityksemme luottavat yleensä omaan tekniikkaan houkuttellakseen ja pitääkseen asiakkaansa. Asiakkaamme voivat luoda graafisia malleja ja tehdä tilauksia verkkosivustoillamme sekä koota ja tuottaa useita tilauksia standardoiduissa, skaalautuvissa prosesseissa. Teknologia on kilpailuetumme ydin, koska ilman sitä yrityksemme eivät pystyisi tuottamaan tilauksia pieninä määrinä saavuttaen massatuotantoa vastaavan taloudellisuuden.

Mitä joukkomuokkauskykyjä Cimpressillä on jo?

Yrityksemme tavoittavat asiakkaita verkkosivustojemme kautta, jotka tarjoavat yleensä laajan valikoiman työkaluja ja ominaisuuksia, joiden avulla asiakkaat voivat luoda tuotesuunnittelun tai ladata oman suunnitelmansa ja tehdä tilauksen joko täysin itsepalveluperiaatteella tai vaihtelevalla avustustasolla.



Vistaprintin räätälöidyt kasvonaamarit ovat loistava esimerkki yksittäisen yksikön massamuokkauksesta samaan hintaan kuin 10 yksikön määrä.

Yritystemme yhdistetty tuotevalikoima on laaja, ja se sisältää tarjouksia seuraaviin tuoteryhmiin: käyntikortit, markkinointimateriaalit, kuten lehtiset ja postikortit, digitaaliset ja markkinointipalvelut, kirjoitusvälineet, opasteet, kankaalle painetut seinäkoristeet kuten taulut, painetut vaatteet, myynninedistämistuotteet ja lahjat, pakkaukset, tekstiilit sekä aikakauslehdet ja luettelot. Olemme myös vastanneet asiakkaiden tarpeisiin uusilla pandemiaan liittyvillä malleilla olemassa



oleville tuotteille sekä tuomalla markkinoille uusia tuotteita, kuten kasvomaskit.

Mikä tekniikka auttaa sinua saavuttamaan tämän? Mitkä tulostimet? Mitkä automaattisen työnkulun järjestelmät?

Rakennamme ja käytämme massaräätälöintialustaa (MCP), joka on pilvipohjainen kokoelma ohjelmistopalveluja, sovel-lusliittymiä, verkkosovelluksia ja niihin liittyviä teknologia-tuotteita, joita yrityksemme ja kolmannet osapuolet voivat hyödyntää itsenäisesti tai yhdessä yleisten tehtävien suo-rittamiseksi, joita tarvitaan massaräätälöinnissä. Cimpres-yritykset ja yhä useammat kolmannen osapuolen toteuttajat eri yrityksillemme voivat hyödyntää MCP-palveluiden erilaisia yhdistelmiä riippuen siitä, mitä ominaisuuksia he tarvitsevat täydentääkseen omaa yrityskohtaista teknologiaansa. MCP: n nykyisin käytettävissä oleviin ominaisuuksiin kuuluvat asi-akkailla suunnatut tekniikat, kuten ne, joiden avulla asiakkaat voivat visualisoida suunnittelunsa eri tuotteille, sekä valmis-tus-, toimitusketju- ja logistiikkatekniikat, jotka automatisoi-vat tuotannon eri vaiheita ja jakelun tuotteen asiakkaalle.

Mitkä ovat yhden joukkomuokkauksen kestävyysvaikutukset?

Arvioimme säännöllisesti tapoja minimoida toimintamme vaikutukset ympäristöön. Ilmastonmuutoksen torjumiseksi olemme perustaneet ja rahoittaneet keskitetysti koko yrityk-sen kattavan hiilidioksidipäästöjen vähentämisohjelman vä-hentämään toimintamme päästöjä nopeudella, joka ylittää hiukan 1,5 ° C: n tavoitepolun, ja odotamme saavuttavamme hiilineutraaliuden vuoteen 2040 mennessä. Suunnitelmamme sisältää investoinnit energiaa vähentävään infrastruktuuriin ja laitteisiin, uusiutuvien energialähteiden hankintaan sekä substraatti- ja logistiikkavalintojemme tutkimiseen, jotta löy-täisimme uusia mahdollisuuksia vähentää kokonaispäästöjä.

Olemme muuttaneet omistamissamme tuotantolaitoksis-sa suurimman osan paperista, jolle tulostamme, FSC-ser-tifioiduksi paperiksi. Tällä hetkellä yli 85% paperista on FSC-

sertifioitu, jolle tulostamme ja pyrimme siirtämään sen 100 prosenttiin ajan myötä. Olemme sitoutuneet myös paranta-maan muovipakkausten ja -tuotteiden profiilia New Plastics Economy Global Commitment -järjestön asettamien tavoit-teiden mukaisesti, jota tukee YK: n ympäristöohjelma. Tähän sisältyy keskittyminen muovin käytön vähentämiseen, kierrä-tettävyyden parantamiseen ja kierrätettyä materiaalia sisäl-tävien tuotteiden tukemiseen.

Kun huomaamme pienimpien tulostajien keskittyvän yhä kapeampiin markkinarakoihin, kuinka he voivat hyötyä yhden tuotteen yksilöinnistä?

Yksilöllisyyden avulla voimme luoda tavaroita, jotka palve-levat itseämme, liiketoimintaamme tai organisaatiotamme. Etsiikö kahvilan omistaja houkuttelevia vaatteita työntekijöil-leen, konsultti markkinointimateriaaleja uuden yrityksen aloit-tamiseksi, graafinen suunnittelija lyhytaikaisia pakkauksia vaativille asiakkailleen tai henkilö haluaa vain muistaa tär-keän henkilökohtaisen tapahtuman - joukkomuokkaus mah-dollistaa yksilöllisyyden ilmaisemisen konkreettisella tavalla. Ja koska jokaisella pitäisi olla mahdollisuus ilmaista yksilöllii-syyttään, olemme innokkaita tuomaan yksilöimisen mahdol-lisuuden vaihtoehdoksi kaikille.

Kuinka palaudutte takaisin COVID-19:stä?

Pandemia vaikutti liiketoimintaamme monin tavoin, mutta olemme toipumassa tasaisesti. Näimme tuotteidemme ja palvelujemme kysynnän laskun ja vastasimme puolestaan COVIDiin liittyviin asiakkaiden tarpeisiin uusilla pandemiaan liittyvillä suunnittelupohjilla jo olemassa oleville tuotteille ja hyödynsimme räätälöintiosaamista uusien tuotteiden lan-seeraamiseksi; kasv suojaat, antimikrobiset kynät ja yksi-löidyt käsidesipakkaukset. Koko tilanteen kehittymisen aikana saimme arvokkaita oivalluksia ja laitoimme teknologiamme, tietomme ja innovatiiviset työntekijämme työskentelemään tavoilla, jotka auttavat meitä toteuttamaan työmme hyvin ja vahvistamaan optimismia Toivomme olevamme vahvempia pandemian jälkeen kuin ennen sitä.

HALUATKO TURVATA HENKILÖKUNTASI, ASIAKKAASI JA LIIKETOIMINTASI?

COALA COVERSAFE™ - JUST ASK ANTALIS



COALA COVERSAFE™ on ainutlaatuinen läpinäkyvä antimikrobinen muovikalvo, joka on helppo asentaa ja poistaa jälkiä jättämättä.

COALA COVERSAFE™ tuo neljän vuoden jatkuvan ja turvallisen suojan bakteereja, viruksia, hiivaa ja homeita vastaan. Teho ei laske käytössä.

COALA COVERSAFE™ on kulutuksen kestävä ja sitä voidaan pestä tavallisilla puhdistus- ja desinfiointiaineilla.

COALA COVERSAFE™ -tarraratkaisulla suojaat toistuville kosketuksille alttiita sisätilojen pintoja mm. ovenkahvoja, valokatkaisimia, hissinaappeja, käsijohteita ja porraskaiteita, pöytien pintoja ym.

COALA COVERSAFE™ soveltuu erinomaisesti toimistoihin, teollisiin tiloihin, laboratorioihin, sairaaloihin, hoivakoteihin, lastentarhoihin, baareihin, ravintoloihin, kauppoihin, julkiseen liikenteeseen ym.

COALA COVERSAFE™ on saatavana ovenkahva-arkkeina tai rullina suuremmille pinnoille.

ANTALIS OY

Tahkotie 2, 01530 Vantaa
Puh. 0201 800 254 Suurkuva
Puh. 0201 800 200 Paperit
Puh. 0201 800 255 Pakkaaminen
www.antal.fi | asiakaspalvelu@antal.fi



antal TM

PHOTOSHOPIN VOIMA ON RETUSOINNISSA!

Alex Keese kertoo kuinka parannat taitojasi retusoinnissa.



Mitä avaintaitoja tarvitaan, että tullaan paremmiksi retusoinnissa?

Tarvitaan useita taitoja, alkaen siitä, että osaat käyttää Photoshop'ia hyvin, mutta kannattaa muistaa, että sovellus itsessään on vain työkalu. Ammattilaisen on osattava valokuvausta ymmärtääkseen valon ja varjon käsitteet, hänellä on oltava mielikuva muotoilusta hyvien yhdistelmien kehittämiseksi ja jopa opittava taiteen historiaa tekniikoiden ja tyylien parantamiseksi.

Alex Keese,
FESPA



Mitä tulostimet voivat tehdä kunnioittaakseen retusointien laatua ja nähtyä vaivaa tiedostojen käsittelyssä?

Viimein painetussa tuotteessa tapahtuu jotain todella maagista, missä koko konsepti toteutuu ja kokonaisuutta voidaan arvioida. Jotta tämä tapahtuisi, on välttämätöntä hallita prosessia noudattaen kunkin painotyyppin teknisiä vaatimuksia odottamattomien yllätyksien välttämiseksi.

Tällä hetkellä värinhallinta on erittäin tärkeä roolissa, koska sen lisäksi, että varmistetaan visuaalinen vaikutus lopulliseen painotuotteeseen, sen hallitseminen on välttämätöntä myös tuotemerkeille ja tuotteille, joilla on oltava johdonmukainen viestintä.

Mihin retusojien kannattaa keskittyä, että hyöty näkyy lopputuloksessa?

Uskon, että painoteollisuus on sataprosenttista viestintää ja hyvä retusojan ja painajan välinen suhde on välttämätöntä. Joten sellaiset edellytykset kuin resoluutio, väriprofiili ja tulostusjärjestelmä on tunnettava alusta alkaen, jotta koko työnkulku voi seurata prosessin kutakin vaihetta ilman ikäviä yllätyksiä. Mitä yleisiä sudenkuoppia tehdään retusoinnissa tai taidetta valmistettaessa?



Viimein painetussa tuotteessa tapahtuu jotain todella maagista...

Vaaditun resoluution noudattamatta jättäminen tai väärän väriprofiilin käyttö ovat yleisiä teknisiä ongelmia.

Itse retusointiprosessin kannalta ilmeisimpiä ongelmia on, jos jättää valon suunnan tai kuvassa olevien elementtien välisen suhteen huomioimatta ja jopa perspektiivivirheiden tekeminen on aika yleistä.



Photoshop-prosessin hallinta edellyttää kunkin tulostustyyppin teknisten vaatimusten noudattamista odottamattomien yllätyksien välttämiseksi

Voitko kertoa meille tilanteista, jolloin asiat eivät menneet suunnitellusti?

Olen kerran toimittanut joitain hienoja kuvia, jotka esitettiin erittäin tyylikkäässä ravintolassa. Siellä olevat valaistusolosuhteet olivat lämpimämpiä ja päätyivät häiritsemään tuotteen lopullista laatua. Mutta koska käytän väriprofileja osana työnkul-

kua, tämä muuttaja oli erittäin helppo tunnistaa ja tein kaikki säädöt ennen lopullista tulostusta. Lopputulos oli huikea!

Mitä vinkkejä, ohjeita tai internet-vihjeitä voit antaa parantamaan tehokkuutta retusoinnin tekemisessä?

Ensimmäinen vinkki on pitää itsesi ajan tasalla, koska Photoshopin tuntemisen lisäksi ammattilaisella on oltava hyvä ymmärrys taiteesta, valokuvauksesta ja muotoilusta ja tietenkin aina noudatettava muodin, taiteen ja kulttuurin suuntauksia.

Hyvien referenssien etsiminen on myös välttämätöntä – minun on mainittava, että Brasiliassa on uskomattomia studioita, töitä tehdään asiakkaille ympäri maailmaa.

Henkilökohtaiset projektit ovat myös erittäin tärkeitä – ne tarjoavat mahdollisuuden esitellä luovuuden rajoja, testata uusia taitoja ja pitää hauskaa! Palomiesprojektin aikana minulla oli mahdollisuus olla yksi malleista pitäen sammutinta ja lisäksi sain työskennellä erittäin hyvän ystävän ja valokuvaaja Rodrigo de Magalhãesin kanssa.



Onko joitain erityisiä näkökohtia, joita haluat jakaa opasteiden tuotantoon?

Pyri aina parantamaan. Kasvun on oltava jatkuvaa ja johdonmukaista.

Mitä mieltä olet Photoshopin vaihtoehdoista?

En näe vaihtoehtoa Photoshopille, mutta hyödyllisiä lisäosia on paljon – esimerkiksi 3D ja CGI ovat yhä enemmän mukana ja ne, jotka tietävät niiden perusteet, voivat laajentaa mahdollisuuksiaan, kun Photoshop ja 3D-ohjelmistot toimivat yhdessä. Liikkuva kuva on toinen kasvualue, etenkin kun sosiaaliset verkostot ovat yhä enemmän läsnä elämässämme ja näin Photoshop on jälleen kerran arvokas työkalu.

Järjestät Latinalaisen Amerikan suurimman Photoshop-kurssin: miksi se on niin suosittu? Mitä ihmiset haluavat tietää?

Photoshop-konferenssi on nyt 17. kerran ja se on jälleen tärkein Photoshop-tapahtuma Latinalaisessa Amerikassa. Kun

niin monta vuotta jaoimme edistyskellistä Photoshop-tietämystä tuhansille ammattilaisille koko Etelä Amerikassa, huomasimme kovan työemme positiivisen vaikutuksen vastaanotamalla satoja uskomattomia suosituksia.

Näemme kuinka tapahtuma yhdistää ihmiset ja heidän perusteellisen tietoutensa ja yhteistyön avulla esitämme parhaat käytänteet tällä kasvavalla markkinalla. Tällä kertaa konferenssin pääteema onkin yhteys.

Photoshop-konferenssi 2021 pidetään 17.-19. toukokuuta Campinas, Brasilia. Kolmen päivän aikana suunnittelijoilla, valokuvaajilla, digitaalitaiteilijoilla ja digitaalisilla retusioijilla on täysi pääsy auditorioon oppiakseen uusimpia tekniikoita, vinkkejä ja aikaa säästäviä temppuja.

LISÄTIETOJA JA ILMOITTAUTUMINEN ON OSOITTEESSA [PHOTOSHOPCONFERENCE.COM.BR](https://photoshopconference.com.br)





FESPA tuottaa omaa sisältöä, joka on saatavilla vain jäsenille Club FESPAssa

FESPAn tehtävänä on edistää ja kehittää osaamista painoalalla!

Nyt kaikki artikkelit löytyvät myös suomeksi (Google kääntäjä) ja käännöksiä korjataan koko ajan niin paljon, kun ehditään.

Tähän päästäkseen FESPA haluaa tuoda uutta ja innostavaa sisältöä jäsenilleen sekä tarjoaa maailmanlaajuisen yhteisön avulla voimaa ja osaamista henkilöiden ja liiketoimintojen hyödyksi sekä kasvun mahdollistamiseksi. Club FESPA tarjoaa painoalan asiantuntijoiden luomaa käytännönläheistä sisältöä, hyväksi koettuja käytäntöjä ja johtamismenetelmiä yritysten kehittämiseen.

Asiantuntijoiden luomaa sisältöä saatavilla juuri sinulle jäsenemme niin digitaalisesta- kuin seripainamisestakin. Sinun tarvitsee jäsenenämme vain rekisteröityä käyttäjäksi ja pääset mukaan!

NYT KAIKKI ARTIKKELIT MYÖS SUOMEKSI!

TARJOLLA:

Business Advice – kehitä yritystäsi kohti kasvua!
How to Guides – materiaalia sille, jota ajan hermolla pysyminen kiinnostaa niin tekniikassa kuin prosesseissakin!

Tomorrow's World – tulevaisuuden suunnittelua, mahdollisuuksia sekä riskien analysointia.

People in Print – alan osaajia ja menestyksen ylistystä – opitaan virheistä ja nostetaan osaajia jalustalle!

www.fespa.com/club fespa

UUSI NORMAALI

– uhka vai mahdollisuus?

Kuluva vuosi jää varmasti mieliin monessakin mielessä. Keväällä tullut, tähänkin alaan vahvasti vaikuttanut ”markkinahärö” on edelleen täällä. Kuinka kauan ja mitä sen jälkeen – voidaan vain arvailla.

Usein tällaisissa unohdetaan etsiä sitä, ohuen ohutta hopeareunaa. Kun kaikki menee poskelleen, niin mitä se meille opettaa tai minkä mahdollisuuden oppia se meille tarjoaa? Tunnistetaanko ja tartutaanko siihen?

En vähättele yhtään niitä ikäviä asioita mitä härö sai aikaan. Liikevaihdot laskivat lähes joka alalla, uusia töitä ei tullut sisään, YT-kierroksia, tehostamista, kulukuureja, ihmiset eivät liikkuneet, työpaikoilla siirryttiin ”etäaikaan” – langan toiseen päähän. Haasteita on ollut riittävästi yhdelle vuodelle.

Keväässä oli kuitenkin hyviä aineksia mitä ei pidä unohtaa. Miten pienemmällä liikevaihdolla saat paremman katteen? Miten karsit kuluja niin ettei tuottavuus laske? Voisiko jotain asioida tehdä toisin? Tehtiin asioita, mitä joka tapauksessa olisi pitänyt tehdä – ennemmin tai myöhemmin.

Raporttien laatua parannettiin, ennustettavuutta kehitettiin ja lukuja analysoitiin entistä paremmin ja niistä tehtiin järkeviä johtopäätöksiä sekä hyviä toimenpiteitä. Tutkittiin omaa tekemistä todella tarkasti. Johdettiin datalla, tai ne johtivat, joilla sitä oli saatavilla.

Tuotekehitys syntyneeseen markkinaan oli todella aktiivista. Suojaessut, maskit, bakteerikalvot, ja-mitä-näitä-nyt-on-tuotteita – saivat kulmahuoneissa kuhinaa. Miten me olemme tuossa mukana? Moni onnistui. Oli toinen toistaan näyttävämpiä nostoja ja uusia tapoja tavoittaa asiakkaita. Osto

käyttäytymisen muutos on ollut pitkään käynnissä, nyt sekin saatiin uudelle tasolle. Tuotekehitystä tehtiin syntyneeseen tilanteeseen. Yleensä näillä leveysasteilla tullaan muutama vuosi perässä, mutta tällä kertaa tätä viivettä ei ollut.

Mitä, jos olisi sellainen kristallipallo, että tuosta pääsisi askeleen eteenpäin? Sen askeleen mikä erottaa minut kilpailijoista. Yrittäisinkö juosta nopeammin kuin muut vai menisinkö sellaista polkua, mistä muut eivät ole vielä kulkeneet.

Uusi normaali on jotain missä ei vielä olla. Vai ollaanko? Joku voisi kysyä – uhka vai mahdollisuus? Onko se pysyvä ja vakaa tila vai onko se jatkuvaa muutosta. Ne, jotka tunnistavat ja joilla on ”kotiasiat kunnossa”, ovat jatkossa vahvoilla. He tunnustavat uudet mahdollisuudet, muuttavat ketterästi omaa tekemistä, vievät muita paremmin asiakkuudet kumppanuuksiin, pysyvät mukana kehityksen pikajunassa. Voittavat.

Tatu Rinne
Hansaprint Oy

”

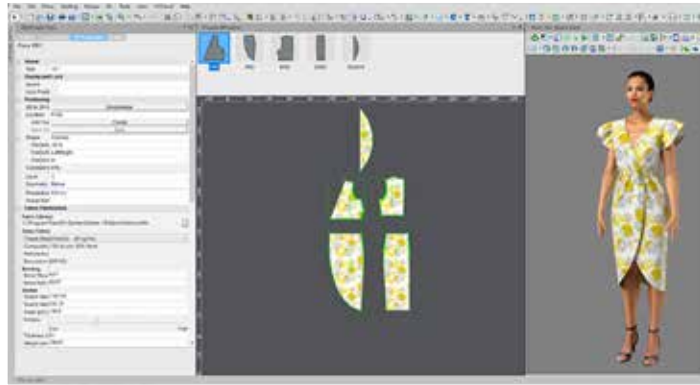
Yrittäisinkö juosta nopeammin kuin muut vai menisinkö sellaista polkua, mistä muut eivät ole vielä kulkeneet.



3D-visualisointi sekä 2D-suunnittelu virtaviivaistaa ja nopeuttaa

Suunnittelijan pöydältä valmiiksi tuotteeksi mahdollisimman nopeasti. Muoti elää sykleissä ja 3D-suunnittelu voi virtaviivaistaa toimintaa kestäväällä tavalla COVID-kriisin aikoina tehostaen kierron nopeutta vähentäen hukkaa.

Oleellinen kysymys on, kuinka säilyttää kyky ylläpitää haasteellista suunnittelu-, tuotanto- ja markkinointisykliä sekä pärjätä muodin tuotemerkkien kilpailussa? Viime kuukausina, COVID-19-pandemian vuoksi meille kaikille asetetuilla rajoituksilla, jopa innovatiivisten, nykyaikaisten muotibrändien tavanomainen liiketoiminta on ollut helpommin sanottu kuin tehty. Nämä olosuhteet ovat kuitenkin antaneet tietokoneavusteisten suunnittelujärjestelmien, kuten 2D-suunnittelu ja 3D-visualisointialusta Optitexin näyttää mahdollisen tavan edetä ja ominaisuudet lisääntyvät jatkuvasti.



3D-suunnittelu voi virtaviivaistaa järjestelmiä, parantaa kestävyyttä esimerkiksi COVID-kriisin aikoina ja jopa ylläpitää tavaran kiertoa odottamattomien haasteiden aikana.

”Ennen COVID-19: tä verkkoon siirtyminen 3D-kuvannetuilla kuvilla oli ehkä pelottavaa joillekin jälleenmyyjille ja he pitivät 3D-suunnittelun puhtaasti sisäisenä prosessina”, Optitexin tuotekonsultti **Elizabeth Brandwood** sanoo.

”Mutta nykyinen todellisuus on, että valokuvastudiot ovat edelleen suljettuina ja tuotemerkkien on lähetettävä näytteitä vaikuttajille kuvien ottamiseksi kodeissaan. 3D-suunnittelulla voit kuitenkin nyt tehdä hyvän suunnitelman, joka näyttää ihan todelliselta. Voit lisätä rypyt, vaihtaa valaistusta, saada oikean tuntuman ja varjot kankaaseen – me kutsumme sitä tuotteen kaunistamiseksi ja sen saa todella valokuvarealistiselle tasolle. Kuinka kauan jälleenmyyjät haluavat jatkaa toimintaansa, kun he voivat saada tuotteen näytölle muutamassa päivässä ja tilata sen jostain läheltä?”

VISUALISOINNISTA TUOTANTOON

Paikallisen tuotannon mainitseminen on tärkeää. Vaikka yksi 3D-suunnittelun tulos saattaa olla vain kuva jälleenmyyjän verkkosivustolla, 3D: n vaikutus koko tuotantoprosessiin ja toimitusketjuun on mahdollisesti paljon vallankumouksellisempi.

Optitexin tapauksessa sen 3D CAD-ohjelmisto on myös täysin integroitu 2D-kuvio-ohjelmistoihin, mikä tarkoittaa, että se, mitä näet näytöllä kolmessa ulottuvuudessa, muunnetaan 2D-kuvioksi, jota voidaan sitten käyttää valmiin vaateen valmistamiseen. Ohjelmisto määrittää täydellisesti tuotemerkkikohtaiset 3D-ihmishahmot sopivuuden tarkistamiseksi ja käyttää upotettuja kirjastoja, joissa on mm. kangastyyppejä, koristeita ja ompeleita ja siihen voi jopa skannata oman kuvan. Suunnittelijat ja tuotekehittäjät voivat määrittää virtuaalimaailmassa kaikki yksityiskohdat ennen kuin tarvitsee koskaan mennä tuotantoon.

”Luokittelemme itsemme suunnittelevaksi 3D-ohjelmistoksi, jossa 3D-visuaaliin takana on 2D-kuvio”, Elizabeth sanoo.

”Jos joku on työskennellyt muiden 2D-ohjelmistomerkkien kanssa, luonnostellut luonnosmallin Adobe Illustratorissa, voi hän tuoda kuvion järjestelmään ja liittää sen yhteen melkein kuin ompelisi virtuaalisesti ja näin luoda 3D-sisällön. Vaihtoehtoisesti voit skannata perinteisen paperikuvion digitalisointilevyltä tai piirtää vaatekuvion suoraan avatariin ja tasoittaa sen sitten 2D-kuvioon.”

”Innovatiivisemmat jälleenmyyjät luovat 2D-lohkokuviot ruudulle ja jakavat ne sitten kaikkien toimittajiensa kanssa varmistaakseen, että heillä on yhdenmukaisuus koko tuotevalikoimassaan ja myös kaikilla toimittajilla. Siten kaikki muutokset, jotka tehdään ruudulla tai virtuaalisessa tarkistus-tunnossa, voidaan päivittää kaikille toimittajille.”

YKSINKERTAISET NÄYTTEET

Toimittajille on sama mitoitus, koska kaikki käyttävät samoja tuotemerkin hyväksymiä malleja – mikä tarkoittaa vähemmän tarvetta käsitellä ja kuljettaa palautuksia – tarjoaa välittömän edun alennettujen kustannusten ja paremman kestävyyskannalta. Optitex-järjestelmän erilaiset työkalut parantavat sitä edelleen, jotta suunnittelijat näkevät, missä tyyliiviivat istuvat kehossa tai kuinka eri kankaat vaikuttavat istuvuuteen. Itse asiassa, Elizabeth sanoo, monet asiakkaat ovat niin luotavaisia järjestelmään, joka tarjoaa noin 98% tarkkuuden, että

he siirtyvät suoraan tuotantoon tarvitsematta tuottaa ja toimittaa valtavia määriä näytteitä.

”Muotialalla käytetään vuosittain 6–8 miljardia dollaria fyysisiin näytteisiin, joita pidetään puhtaana jätteenä, koska niitä ei koskaan myydä eikä käytetä. Jälleenmyyjät kehittävät tyyppillisesti kolmesta kymmeneen näytettä tyylistä riippuen, mutta Optitexin kanssa suurimmasta osasta tuotteita riittää yksi näyte”, Elizabeth sanoo.

”Yksi asiakkaistamme sanoi, että heidän fyysinen näytteenottoonsa on vähentynyt 47% ja oikean ensimmäisen kerran otanta on 90%. Toinen jälleenmyyjistä, joiden kanssa työskentelemme, käytti yli 600 000 puntaa vuodessa sopivien mallien kustannuksiin, mutta he ovat vähentäneet sitä 60%. Aikahyödyt ovat myös huomattavat: kriittisen reitin läpimenoaikana mitattuna yksi jälleenmyyjä, jonka kanssa työskentelemme, on laskenut 24 päivästä kahteen päivään. Toinen on mennyt 47 päivästä neljään tai viiteen päivään.”

”Toinen merkittävä jälleenmyyjä käyttää jopa 3D-suunnittelua nimenomaan kestävyysparantamiseen, ja nyt kaikki tärkeimmät toimittajat ovat mukana. Jotta asiat olisivat kestävämpiä, he ovat siirtyneet suoraan tuotantoon jatkavilla tuotteillaan, joten se ei edes luo näytteitä tai edes pyydä mitään näytöllä olevaa kuvaa. Tuo tuotemerkki sai 368 000 kehitysnäytettä vuodessa, mutta jos se onnistuu vähentämään sitä 47 prosentilla, kaatopaikalle menevää jätettä on paljon vähemmän.”

OPTITEX TULOSTUSTA VARTEN

On myös toinen tapa, jolla Optitex auttaa vähentämään jätettä, ja tämä kiinnostaa erityisesti painotaloja.

”Voit tulostaa eri kuvista 3D: n avulla ja voit kohdistaa eri sijoittelut ja lisätä esimerkiksi logoja. Näemme paljon enemmän useiden kuvioiden yhdistelmiä”, Elizabeth sanoo.

”Tulostin tulostaa tällöin vain kuvion ylimenoviivan sisäpuolelle, mikä tarkoittaa, että tulostimet käyttävät vähemmän mustetta. Heidän ei tarvitse tulostaa koko kangasta ja sitten leikata, vaan he voivat itse asiassa luoda viisi tai kuusi erilaista tulostusta kerrallaan ja tulostaa ne kaikki samalle kangastulostimelle.

VALMISTAJILLA ON NYT MAHDOLLISUUS TARJOTA PIENIÄ SARJOJA ERITTÄIN NOPEASTI KÄYTTÄEN 3D:TÄ.

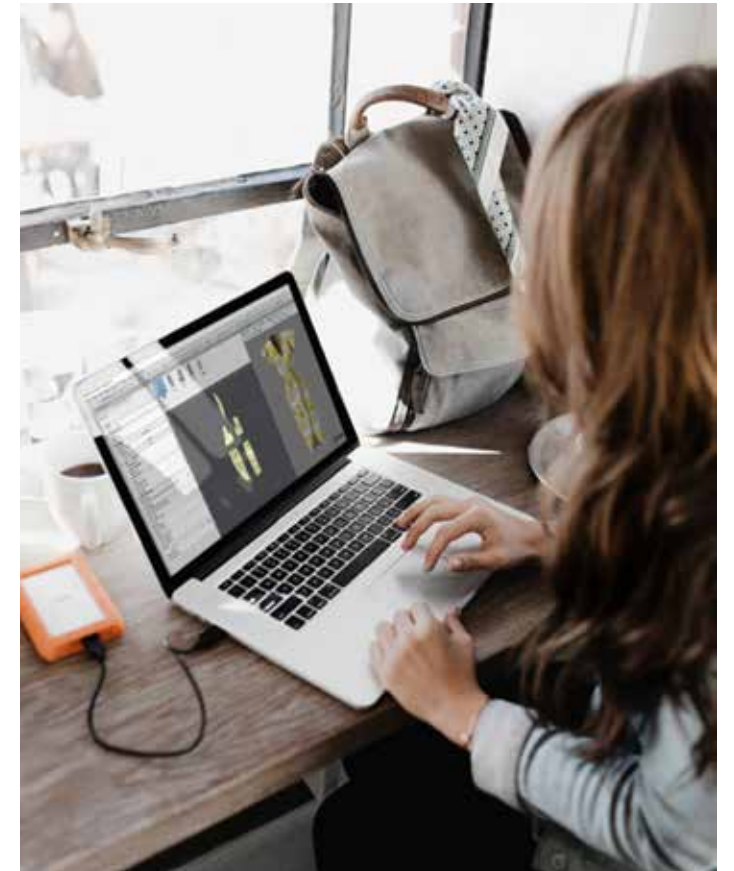
”Joillakin tuotemerkeillä voi olla esimerkiksi sama leninki, josta he haluavat tehdä muutamalla eri kankaalla, mutta COVIDin kaltaisen tilanteen takia he eivät välttämättä pysty sitoutumaan valtavien tilausnumeroihin tai trendi on ehkä jo hiipumaan päin. Valmistajilla on nyt mahdollisuus tarjota pieniä sarjoja erittäin nopeasti hyödyntäen 3D:tä ja tulostaa pienen määrän ilman, että koko kangas olisi painettava samanlaisiksi ennen leikkaamista.

Tuotantolinjan yhteensopivuuden suhteen Elizabeth sanoo, ettei hän tiedä yhtään tulostinta, jonka kanssa Optitex ei toimisi.

Vaikka 3D-tekniikkaa ovat ottaneet käyttöön pääasiassa suu-

remmat vähittäiskauppiat ja tuotemerkit, yhä useammat pk-yritykset, freelancerit, valmistajat ja toimittajat sopeutuvat näihin uusiin toimintatapoihin. Yhdistetty arvoketju, joka toimii ja kehittyy 3D-tekniikoiden avulla, varmistaa perustan rakentamisen kestävämmälle digitaaliselle tulevaisuudelle.

Yksi alue, jonka COVID on korostanut, on tällä tavoin työskentelemällä voit yhdistää tiimisi etäyhteyden kautta ja silti luoda vaatteita, tosin virtuaalisesti, tarkastelemalla yksityiskohtia, mittakaavaa, graafisia sijainteja, koristeita ja kankaita sekä arvioimalla sopivuus näytön edessä.



TULEVAISUUTEEN

Jos meidän on mietittävä, miten voimme siirtyä parempaan tulevaisuuteen, meidän on satsattava osaamiseen ja itseluottamuksen vahvistamiseen, jotta tiimit luottavat kykynsä tehdä päätöksiä digitaalisesti, 3D-muodossa ja myös omak-sua muutos.

Kestävän kehityksen, johdonmukaisuuden, tarkkuuden ja tehokkuuden ilmeisen potentiaal – sekä huomattavasti nopeamman markkinoille tulon ja helpomman kysynnän vastaamisen ansiosta täysin integroitu 2D-suunnittelu ja 3D-visualisointi tuntuu siltä, että sillä on hyvä tulevaisuus muodin maailmassa.

Korona toi jotakin hyvääkin:

TKP Print karsi kuluja, kirkasti toimenkuvia ja löysi uusia uria

Korona-aikana olemme päässeet tekemään esimerkiksi uudenlaisia drive in -testiopasteita sekä asfaltti-, betoni- ja lasitarroja. Kriisi sai meidät yrityksenä tehostamaan toimintatapojamme ja kirkastamaan työnkuviamme, kertoo TKP Printin toimitusjohtaja Teppo Lehtinen.

TKP Print toimii Itäkeskuksessa, Vantaalla ja Heinolassa. Jokaisella toimipisteellä on omat osaamisalueensa, työntekijöitä on yhteensä 11. Yritys on perustettu vuonna 1988, ja Teppo astui yrittäjän rooliin 17 vuotta sitten. Hän haluaa pitää tiukasti kiinni yrityksen sloganin komparatiivista.

- Parempaan palvelun digitalo -lupauksesta emme tingi. Viimeistellyn työnjäljen lisäksi siihen sisältyy hyvin joustavat toimitusajat. Asiakas arvostaa tätä, ja hyvä palvelu poikii uusia asiakassuhteita. Hyvänä esimerkkinä tilaus, joka tuli perjantaina kello 10. Uuden toimipisteen avaus oli lauantaina kello 8. Me sitten nakerrettiin ja asennettiin materiaali illan aikana. Tästä saimme hyvää palautetta ja puskaradio vei viestiä eteenpäin.

Teppo on ylpeä omien työntekijöidensä ammattitaidosta sekä ajanmukaisesta laite- ja konekannasta. Yrityksen lippulaiva on TKP Print Tikkurilan toimipiste.

- Monesta muusta digipainosta poiketen toimimme hyvällä ja näkyvällä paikalla keskustassa. Meille on helppo tulla. Monet yksityisasiakkaat poikkeavatkin mielellään viihtyisiin toimitiloihimme, ajanmukaista ja hyvännäköistä laitekantaakaan on turha piilotella. Palvelun parantamiseksi olemme rakentaneet erillisen, viihtyisän asiakastilan, jossa voi keskustella rauhassa ja tutustua mallitöihimme, Teppo kertoo.

Korona karsi julisteet, raksoilta uusia töitä

Korona tuoma poikkeustila löi ravintolatoiminnan, konsertit ja tapahtumat jäihin.

- Eräs asiakkaistamme on iso musiikkituotantoyhtiö, joten sen juliste- ja muut materiaalitilaukset peruuntuivat kerta heitolla. Onneksi jotkut ravintolat käyttivät hiljaisen ajan ikkunateipauksen uusimiseen, ja sieltä saatiin tärkeitä toimeksiantoja. Etikettipainaminen sai myös vauhtia. Esimerkiksi ravintolisä-etikettejä painettiin hurjalla tempolla.

- Poikkeuksellinen aika panee ihmiset ideoimaan ja aina syntyy myös uusia innovaatioita, Teppo tietää. Remontointi- ja saneerauspuolellakin ollaan aktiivisia. Siltä saralta tilataan esimerkiksi opastetauluja ja työmaa-aitojen näköesteprinttejä.

”

Kyllä vaan, poikkeuksellinen aika panee ihmiset ideoimaan ja aina syntyy myös uusia innovaatioita, Teppo tietää.

Poikkeusaika poiki parannuksia

Kevät pakotti kulujen karsimiseen uudella tavalla.

- Sain vihdoin virtaa tyhjentää liiketilan kellarin, pikemmin romuvaraston, josta maksoimme aivan turhaan vuokraa. Olemme tehneet muutakin kulukarsintaa ja viilanneet prosesseja, toimintatapoja ja työnkuvia järkevämmäksi. Lomautuksiin jouduttiin huhti- ja toukokuussa. Itse olen venynyt ja





tehnyt pitkiä päiviä. Täytyy tunnustaa, että viisi kuukautta on ollut aika haipakkaa.

Monet tukijalat yrityksen onni

Yritys ei ole yhden asiakkaan eikä yhden toimintamallin varassa, mikä on ollut kuluvana vuonna pelastus. Työntekijöiden ammattitaito on arvokasta valuuttaa. Koulutusmateriaaleita kysytään Tepon kertoman mukaan jo jonkin verran, julisteiden, ravintoloiden ruokalistojen ja peruskäyntikorttien tilauksissa näkyy niissäkin jo vähän valoa. Myös suurkuvatulosteet kulkevat.

- Palvelemme myös pienasiakkaita. Meiltä saa hää- ja hautajaiskutsut ja vaikka parinkymmenen kappaleen painoksen omakustannuskirjasta.

Tutkimuskyselyllä 60 000 kontaktia

Heinolan TKP Vidois on erikoistunut tutkimuskyselyiden tuotantoon. Yritys investoi taannoin uuteen tulostimeen.

- Vuosisopimus Terveiden ja hyvinvoinninlaitoksen kanssa teettää mukavasti töitä. Teemme tutkimuskyselyitä avaimet käteen -periaatteella. Taitamme, tulostamme ja postitamme tilaajan aineiston. Vastatut kyselyt palautuvat TKP Datastiin jossa kuoret avataan, vastauksen skannataan ja tallennetaan dataksi asiakkaan käyttöön.

Viimeisin, Finsote-kysely lähti syyskuussa 60 000 suomalaiselle.

Uudet tuulet tervetulleita

Teppo katsoo tulevaisuuteen varovaisen optimistisesti. Uudet kuviot ovat tervetulleita.

- Voisin olla ostamassa tai myymässä. On hyvä tutkailla vaihtoehtoja. Erilaisten osaamisalueitten yhdistäminen yhdeksi kokonaisuudeksi kiinnostaa. Jo nyt teemme hyvää yhteistyötä monen osaavan toimijan kanssa, ehkä fuusioituminen voisi tarjota uusia näkymiä. Antaa ajan näyttää.

tkp-print.fi

Kuka?

Teppo Lehtinen

- 41-vuotias
- yrittäjä
- koti Keravalla
- 12- ja 13-vuotiaat lapset
- pelannut 30 vuotta vesipalloa, tänä vuonna Kuopion Uimaseurassa
- kahdeksan Suomen mestaruutta Uintiseura Kuhissa
- valmentaa vesipallojunioreita Uintiseura Kuhissa ja Keravan Uimareissa



The logo for FESPA 21 Global Print Expo. It features a large, stylized '21' in orange and yellow. Below it, the word 'FESPA' is in a bold, dark blue font, followed by 'GLOBAL' in a smaller, dark blue font, and 'PRINT EXPO' in a bold, light blue font.

FESPA
GLOBAL
PRINT EXPO

Amsterdam
9-12 March 2021

The logo for Club FESPA. It features a stylized, golden 'S' or infinity symbol. Below it, the word 'CLUB' is in a bold, white font, and 'FESPA' is in a bold, golden font.

CLUB
FESPA

BRINGING COLOUR BACK

AT EUROPE'S LARGEST FOCUSED PRINT EXPO

9 – 12 MARCH 2021 | AMSTERDAM

REGISTER FOR FREE WITH YOUR UNIQUE
PROMO CODE **ACN09**

WWW.FESPAGLOBALPRINTEXPO.COM