

PrintForum

ČASOPIS SVAZU POLYGRAFICKÝCH PODNIKATELŮ

číslo 1 | 2026



Stabilní práce v Břeclavi **NÁBOROVÝ BONUS až 45 000 Kč**

Walstead Moraviapress je moderní tiskárna
v Břeclavi s **více než 35letou tradicí.**

Tiskneme časopisy, katalogy a další tiskoviny
pro zákazníky v celé Evropě.

Náš tým tvoří přibližně **230 zaměstnanců.**

Volné pracovní pozice

Pracovník na knihárně

Strojník na knihárně

Pracovník v tisku

Skladník

Tiskař

Co nabízíme zaměstnancům

- ✓ **Náborový příspěvek až 45 000 Kč (dle pozice)**
- ✓ Stabilní zaměstnání v jedné z největších tiskáren v ČR
- ✓ Příspěvek na penzijní připojištění 800 Kč měsíčně
- ✓ Dotovaná firemní jídelna – obědy od 52 Kč
- ✓ Karta Benefit Plus – 2 500 Kč ročně
- ✓ Výhodný mobilní tarif

Chcete stabilní práci v moderní výrobě?

Zašlete nám svůj životopis nebo nás kontaktujte.



☎ **+420 720 840 519**

✉ **osobni@walstead-moraviapress.com**

🌐 **www.pracevmoravce.cz**



Slovo prezidenta Svazu polygrafických podnikatelů



Vážení kolegové, vážení čtenáři, dostává se vám do rukou první číslo nového odborného časopisu Print Forum, který vydává Svaz polygrafických podnikatelů. Věřím, že je to důvod k radosti, ale také důvod k určitému zamyšlení. V české polygrafii už v minulosti vycházelo několik odborných časopisů. Většina z nich měla velmi dobrou úroveň, měly své čtenáře a přinášely informace, které byly pro lidi v našem oboru užitečné. Přesto jejich vydávání po určité době skončilo. Důvodů proč, bylo samozřejmě víc. Jedním z těch podstatných ale byla ekonomická stránka. Vydávat odborný časopis něco stojí a nemůže dlouhodobě fungovat jen na nadšení lidí, kteří jej připravují. Odborný časopis potřebuje nejen čtenáře, inzerenty, ale především podporu firem z oboru. A právě tady bych byl nerad, kdyby se situace opakovala. **Print Forum vzniklo jako časopis Svazu polygrafických podnikatelů.** Chtěl bych, aby právě jako náš svaz, byl také tak

časopis užitečný svým členům, respektive celému našemu oboru. A pokud chceme, aby měl své místo i za několik let, nemůže být Print Forum pouze starostí vedení svazu nebo redakce.

Svaz totiž není něco, co existuje samo o sobě. Jeho činnost stojí na jeho členech, na jejich členských příspěvcích, ale také na jejich zájmu o to, co se v oboru děje. Úkolem svazu je zastupovat zájmy polygrafických podnikatelů, pomáhat řešit problémy, které jednotlivá firma sama řešit nemůže, a vytvářet prostor pro komunikaci a spolupráci.

A k tomu potřebujeme také vlastní odborné médium. Chceme, aby Print Forum přinášelo informace o tom, co se v polygrafii skutečně děje. O nových technologiích, investicích, materiálech, výrobcích a službách. O problémech, které naše firmy každodenně řeší, ale také o příležitostech, které před nimi stojí. Náš obor se mění. Některé tradiční oblasti komerčního tisku postupně ustupují a jejich místo přebírají jiné segmenty. Významnou oblastí jsou například obaly, jejich potisk a zpracování. I tady vidíme velký prostor pro další rozvoj polygrafie, pro nové technologie, materiály a postupy. Nemyslím si proto, že bychom se měli na budoucnost polygrafie dívat nějak pesimisticky. Naopak. Tisk bude mít své místo i v době digitální komunikace. Jen musíme dobře vědět, kde je jeho místo, co zákazníci potřebují a kam se bude náš obor dále posouvat. A právě o tom by mělo být Print Forum. Chceme v časopisu dát prostor nejen dodavatelům technologií a materiálů, ale především lidem, kteří v polygrafii podnikají.

Chceme psát o tom, co se daří, ale také o tom, co se nedaří. O investicích, které dávají smysl, o nových příležitostech, ale také o problémech, které nás všechny trápí. A chtěl bych, aby se na jeho obsahu podíleli sami lidé z oboru. Aby to nebyl časopis „o vás“, ale časopis „**pro vás a s vámi**“. Proto bych chtěl už při vydání prvního čísla požádat všechny členy Svazu polygrafických podnikatelů i ostatní firmy působící v našem oboru o podporu. Nejen o finanční. Potřebujeme také vaše názory, zkušenosti, náměty a informace. A samozřejmě potřebujeme i inzerenty a partnery, bez jejichž podpory se odborný časopis dlouhodobě neobejde. V minulosti jsme už několikrát viděli, že zájem o odborný časopis může být velký, ale samotný zájem bohužel nestačí. Pokud má Print Forum přežít své první roky a stát se dlouhodobě respektovaným odborným médiem české polygrafie, musí za ním stát celý obor.

To je podle mého názoru především naše společná odpovědnost.

Přeji proto Print Foru, aby se mu podařilo získat nejen čtenáře, ale také důvěru a podporu lidí a firem, kterým je určeno. A nám všem přeji, aby se z něj stal časopis, který budeme za několik let považovat za samozřejmou součást české polygrafie.

A hlavně doufám, že osud, který potkal některé odborné časopisy před námi, Print Forum nepotká. Přeji vám příjemné čtení.

Zdeněk Sobota

prezident Svazu polygrafických podnikatelů



HP Indigo 18K HD

digitální tiskový stroj B2+

Nová generace nejprodávanějšího digitálního tiskového stroje formátu B2+ s vysokým rozlišením tisku. Tiskněte knihy, letáky, časopisy, vizitky, stejně tak jako obaly nebo krabičky.

Zvýšení produktivity. Neomezené možnosti. Nejmodernější technologie.



Spousta tiskáren vůbec netuší, co pro ně SPP dělá

Svaz polygrafických podnikatelů existuje desítky let, přesto o jeho konkrétní práci řada lidí z oboru mnoho neví. Co dnes svaz řeší, v čem pomáhá tiskárnám a jaký je současný stav české polygrafie? O tom hovořil Jiří Richtr se zástupci Svazu polygrafických podnikatelů, předsedou svazu Jiřím Myšíkem, generálním ředitelem tiskárny Walstead Moraviapress v Břeclavi, a prezidentem svazu Zdeňkem Sobotou.



Zdeněk Sobota

Co dnes vlastně Svaz polygrafických podnikatelů dělá?

Zdeněk Sobota: To je ten hlavní důvod, proč jsme tento rozhovor chtěli udělat. Lidé z oboru velmi často vůbec nevědí, co svaz pro polygrafii dělá a co už se mu podařilo. Přitom řada věcí se týká prakticky všech tiskáren.

Jiří Myšík: Presidium svazu se pravidelně schází, a to osobně i online. Online zasedání jsme se naučili používat v době covidu a ukázalo se, že to funguje, šetří to čas i výdaje. Máme členy prakticky z celé republiky, vzdálenost pro online nehraje roli a pro členy je důležitá možnost výměny informací a zkušeností.



Jiří Myšík

Na začátek je třeba říci, že postavení polygrafie je v posledních letech v rámci národního hospodářství poměrně náročné. Objem výroby se zmenšuje, výrobní náklady naopak rostou – energie, materiály i mzdy. A velkou výzvou je také pracovní síla. Sehnat tiskaře nebo člověka do knihárny, který je ochotný pracovat ve třísměnném provozu, není jednoduché.

Boj o reklamní letáky

Z. S.: Svaz se „pere“ za všechny své členy i za nečleny. Jedním z typických příkladů, abych byl konkrétní, je snaha našich zákonodárců zavést poplatek za likvi-

daci reklamních letáků a jiných tiskovin. Spousta tiskáren vůbec netuší, co jsme v této věci udělali.

Zmiňovali jste poplatek za likvidaci reklamních letáků. Co se tehdy vlastně stalo?

J. M.: Jeden z odborníků, se kterým jsem o této problematice mluvil, dokonce říkal, že tiskárny by nám za to měly líbat ruce. Je to samozřejmě nadsázka, ale určitý kus pravdy v tom je.

Z. S.: Naším hlavním úkolem je hájit zájmy oboru a snažit se, aby na něj negativně nedopadala nová nařízení legislativy. Zmíněný poplatek za likvidaci letáků byla kauza, která se táhla dva roky. Návrh se měl dostat do legislativy prostřednictvím novely zákona. Svaz se aktivně zapojil do připomínkování a lobbingu. Jednali jsme přímo v poslanecké sněmovně i na ministerstvu. Vznikla široká koalice profesních asociací a svazů, které měly na celé věci zájem. Společně jsme návrh odmítli a podařilo se legislativní proces zastavit. Pro tiskárny přitom nešlo o malou částku. Navrhovaný poplatek měl být kolem **5500 korun za tunu** potištěného papíru.

RYDAVATEL A REDAKCE:

Svaz polygrafických podnikatelů, z. s.
Hálkova 1406/2, 120 00 Praha 2, IČO: 00248525,
tel.: +420 602 302 772, e-mail: info@svazpp.cz,
e-mail: sobota@svazpp.cz, www.svazpp.cz
REDAKČNÍ TÝM: Zdeněk Sobota,
Stanislav Vaníček, Martin Bělík, Jiří Richtr
TISK: UNIPRESS, spol. s r. o.,
Svobodova 1431, 511 01 Turnov, www.unipress.cz

GRAFIKA A DTP: AÑO AGENCY, s.r.o.,
Bezručova 17a, 602 00 Brno, www.ano-agency.cz
s přispěním firmy Koenig & Bauer (CEE)

Podávání novinových zásilek povoleno
Českou poštou, s. p.

REGISTRACE: Evidováno MK ČR
jako periodický tisk, evidenční číslo
MK ČR E 24843

Vnitřní část časopisu je vytištěna na
bezdrhový natíraný papír Vantage Silk, 150 g,
dodaný firmou Igepa CZ, s. r. o.

Papír vyrobila společnost Sappi.

© Svaz polygrafických podnikatelů, z. s.
Všechna práva vyhrazena. Reprodukce
textů a fotografií je bez písemného souhlasu
vydavatele zakázána.

J. M.: Pro nás, tím myslím břevlavský Walstead Moraviapress, by to znamenalo přímý dopad na cenu našich produktů. Už tehdy, v průběhu zrodu nařízení, jsme si připravovali varianty, jak bychom náklady promítli do cen a jak bychom to vysvětlovali našim zákazníkům. Nakonec nařízení spadlo pod stůl a pro nás všechny to byla obrovská úleva.

Z. S.: Argumentovali jsme mimo jiné tím, že papír je plně recyklovatelný, že je o něj zájem a že se dá opakovaně využívat. A navíc jsme považovali navrženou výši poplatku za nesmyslnou. Důležité bylo také to, že jsme se nesnažili problém řešit sami. Spojili jsme se s dalšími organizacemi a vytvořili koalici, která táhla „za jeden provaz“.

Svaz jako partner pro státní správu

To znamená, že svaz se zabývá i legislativou, která na první pohled s polygrafií nesouvisí?

Z. S.: Přesně tak. Je to další z důležitých částí naší práce. Připomínkujeme legislativní návrhy na změnu nebo úpravu podnikatelského prostředí, komunikujeme s ministerstvy a upozorňujeme na dopady jednotlivých opatření. Během covidu jsme například řešili pohyb pracovníků přes hranice. Některé tiskárny měly zaměstnance ze Slovenska a najednou hrozilo, že se tito lidé do práce vůbec nedostanou. Pokud vám chybějí lidé u stroje, nemůžete vyrábět. Následně jsme řešili také dotační podporu na drahé energie, která se podle nás nedostávala ke všem firmám, které ji potřebovaly. A řešili jsme i otázky kolem DPH nebo dalších předpisů.

Výhodou svazu je, že když někam oficiálně napíšeme, instituce mají povinnost nám odpovědět. To je úplně jiná pozice, než když se na ně obrátí jednotlivá firma.

EUDR: další příklad, kdy se vyplatilo být u toho

Z. S.: Dalším velkým tématem byla pro náš svaz evropská legislativa. Například EUDR. Přeloženo do češtiny, jde o „Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2023/1115 o dodávání na trh EU a vývozu z EU některých komodit a produktů spojených s odlesňováním a znehodnocováním lesů“. Šlo o evropské nařízení týkající se komodit a produktů spojených s odlesňováním. A pro polygrafii by znamenalo další administrativní povinnosti a sledování původu materiálu v celém řetězci. Svaz se spolu s evropskými partnery aktivně zapojil do snahy vyjmout tiskové produkty z působnosti tohoto nařízení. Výsledkem bylo mimo jiné to, že tiskové produkty pod kódem HS 49 byly z působnosti EUDR vyřazeny.

J. M.: Smysl nařízení byl založen na dohledatelnosti původu materiálu. Bylo by třeba evidovat původ materiálu od vytěžení dřeva přes papírnu a distributora až k tiskárně. Pro představu: ve skladech většiny tiskáren je velké množství různých druhů papíru od více dodavatelů. A každý ten druh by musel mít svůj „rodný list“, v které zemi, v kterém lese bylo vytěženo dřevo, kdo jej zpracoval, kdo vyrobil papír atp... Pro tiskárnu by to znamenalo další obrovskou administrativní zátěž. To je přesně příklad, proti kterému je třeba se ozvat, a věc, kterou jednotlivá tiskárna sama těžko ovlivní. Svaz ale může říct: Tohle se týká celého oboru a musíme se proti tomu rázně ozvat.

Školství je další důležitou oblastí

Svaz se ale nezabývá jen legislativou. Co školství?

Z. S.: Máme ve svazu sekci školství, která funguje velmi dobře. Spolupracujeme se školami a stát-

ní správou. Polygrafie jako obor se mění a musejí se proto měnit i školské osnovy. Některé profese zanikly, jiné vznikly. Proto je potřeba aktualizovat i to, co se studenti ve školách učí. Nemá smysl se podrobně učit zastaralé tiskové technologie, i když je třeba, aby studenti měli o nich povědomost, ale je třeba se zaměřit na moderní technologie, aby studenti mohli být lépe připraveni pro vstup do polygrafie.

Podíleli jsme se jako svaz například na revizích rámcových vzdělávacích programů, aby se studenti učili to, co od nich bude požadovat tiskárna, až ukončí studium. Máme zpracovány také takzvané jednotky práce, kde jsou přesně popsány jednotlivé polygrafické profese a jaké znalosti a požadované schopnosti musí student mít, aby je mohl vykonávat.

J. M.: Spolupracujeme například s řadou polygrafických průmyslových škol. Nabízíme studentům možnost poznat chod tiskárny v praxi, pořádáme exkurze a využíváme i další možnosti, jak studentům obor představit, aby byl pro ně atraktivní, aby po ukončení studia neodcházeli jinam, ale zůstali oboru věrni.

Přitom dnešní tiskař už není člověk, který stojí u stroje s umazanýma rukama od barvy. Technologie se posunuly, zdokonalily, tiskové stroje jsou dnes vysoce sofistikované a ovládané i umělou inteligencí. Takže pracovní podmínky, ale i mzdy, jsou dnes úplně jinde. Problém je změnit vnímání mladých lidí, aby viděli dnešní polygrafii jinak než před lety jejich rodiče. Sociální sítě, obrazovky, digitální technologie a umělá inteligence jsou pro ně přirozené, ale oni netuší, že řadu z nich najdou i v tiskárně. Přesvědčit mladého člověka, že by měl pracovat jako tiskař, je proto poměrně náročné.

Nová odborná publikace

Z. S.: Svaz se vedle své činnosti podílí na vydání nové odborné literatury, aby odpovídala současnosti. Ke studiu se mimo jiné stále používá publikace Moderní polygrafie, která vznikla již před řadou let a neobsahuje všechny nové trendy. Připravujeme proto novou publikaci, která ji nahradí.

Měla by mít zhruba 350 až 400 stran a nebude, právě jako Moderní polygrafie, určena jen školám. Chceme, aby byla užitečná i pro zadavatele tisku, reklamní agentury a další profese, které s polygrafií spolupracují, ale nepotřebují být jejími specialisty.

Měla by srozumitelně vysvětlit, jak jednotlivé procesy fungují, jak se připravuje tiskovina do výroby, na co si dát pozor při zadávání zakázky. Součástí publikace budou také informace o vydavatelské činnosti, co jsou ISBN, ISSN, co je remiten-da a celá řada dalších věcí, které lidé z oboru potřebují znát.

Jak si stojí česká polygrafie v roce 2026?

Pojďme tedy od svazu k samotnému trhu. V jaké kondici je dnes česká polygrafie?

J. M.: Trh je segmentovaný. Když to zjednoduším, můžeme mluvit o několika hlavních oblastech. Jsou to časopisy, letáky, školní produkce, knihy, drobnější zakázky a státní zakázky.

U časopisů, jak všichni víme, výše nákladů klesá. Myslím tím počty kusů. Jinak je to samozřejmě u nákladů na výrobu, tam je trend právě opačný. Ale z hlediska počtu kusů jsou zajímavou výjimkou například časopisy s televizním programem, kde se náklady zatím nedostávají pod takový tlak. Významným segmentem pro polygrafii zůstávají letáky. Velké obchodní řetězce je stále používají, ale současně tlačí na cenu, plošnou hmotnost papíru, formát a celkové náklady.

U některých zakázek, kde se dříve používal papír o vyšší plošné hmotnosti, se hmotnost snižuje. Optimalizuje se (*tedy zmenšuje a snižuje – pozn. red.*) formát i kvalita papíru. Letáky jdou dolů z hlediska kvality i kvantity, ale stále jsou velmi přítomným segmentem. Významnou skupinou zákazníků jsou starší lidé, kteří jsou na letáky zvyklí, podle nabídky si plánují nákupy a potom cíleně nakupují zboží v akcích. Letáky jdou dolů, časopisy také. U některých zakázek se proto přesouvá výroba z kotoučového na archový tisk. U nás se například kolem nákladu deseti tisíc kusů začínáme rozhodovat, zda už zakázku nepřevést na archový stroj.

Jak rychle dnes dokáže tiskárna vyrobit například letákovou akci?

J. M.: Samotný tisk a dodání na určené místo se může pohybovat v řádu dvou až tří dnů. Pro řetězce je rychlost důležitá, protože jsou navázány na konkrétní akci a nákupní termíny. Důležitá je samozřejmě také mlčenlivost. Pracovníci tiskáren podepisují NDA (*Non-Disclosure Agreement*, dohoda o mlčenlivosti) a celý proces výroby a komunikace je přesně strukturován.

Knihy jsou překvapivě odolné Jsou ale segmenty, kde se polygrafie drží?

J. M.: Určitě jsou to učebnice. Tam výroba standardně funguje v určitých cyklech podle školních ročníků a samozřejmě závisí i na prostředcích, které jsou na ně vyčleněny, a na počtu studentů. Zajímavý je také knižní trh.

Je vidět, že obavy z nástupu elektronických knih se nenaplnily tak, jak se před lety očekávalo. Tištěná kniha stále funguje a významná část české tištěné produkce jde také na export.

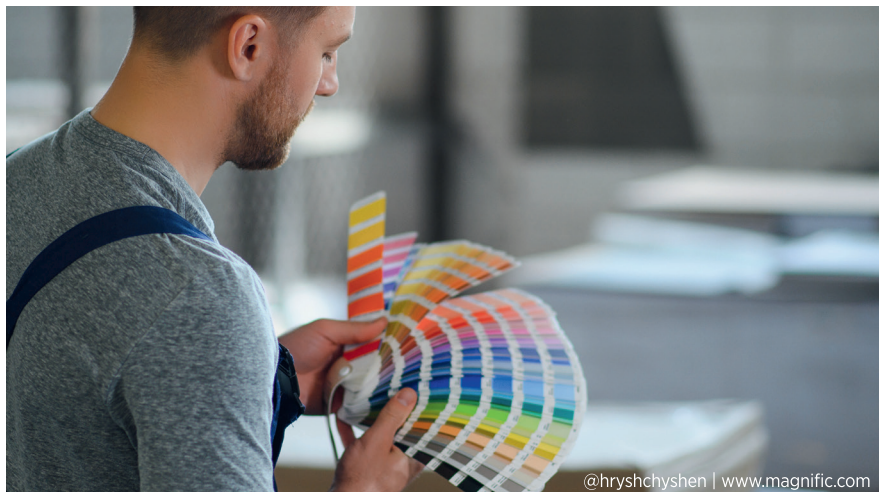
Z. S.: Polygrafie tu bude s námi i za dalších dvacet, třicet let.

V tiskárně budou vedle sebe stát analogové i digitální tiskové stroje, nebudou si konkurovat, budou spolupracovat, budou se doplňovat. Dnešní doba je dobou digitální, ale jak dnešní mladé ročníky budou stárnout, dojde jim, že čtení v mobilu není to pravé ořechové. I dnes, kdy je dlouhodobý pokles u výroby novin, noviny pořád vycházejí. Není důvod se bát budoucnosti.

Česká tiskárna stále dokáže konkurovat zahraničí

Jak si české tiskárny stojí v evropské konkurenci?

J. M.: Je to především otázka ekonomických nákladů. Polsko už například není tak levné jako bylo dříve. Polští výrobci výrazně



@hryshchysheh | www.magnific.com

investovali do své infrastruktury a náklady tam rostou. Pokud jde o pracovní sílu, zejména proti Rakousku, Německu nebo třeba Slovinsku, jsme stále výrazně konkurenceschopní. Rozdíl tu může být velmi výrazný. Máme zkušenost, že některé zakázky kalkulované v Rakousku se nakonec vyrábějí v České republice. I když přičteme dopravu, pořád dokážeme vyrobit výrazně levněji. Současně ale potřebujete lidi, kteří se dokážou domluvit německy, anglicky, nebo třeba polsky. U exportních zakázek je jazyková vybavenost velmi důležitá.

Největší problém? Lidé

Takže nakonec se znovu dostáváme k zaměstnancům.

J. M.: Ano. Máme velmi nízkou nezaměstnanost a sehnat dobrého člověka do výroby je velký problém. Pokud potřebujete lidi do třísměnného provozu, musíte je zaplatit. U nás máme zhruba 250 zaměstnanců, z toho asi 55 v administrativě a zbytek ve výrobě. Fluktuace je ve výrobě sice vyšší než v administrativě, ale i tak se nám daří si klíčové lidi udržet. Používáme k tomu také různé benefity a snažíme se nastavit směny tak, aby lidé měli dostatek volného času. Například jedou tři dvanáctihodinové směny a potom mají několik dní volna. Řada zaměstnanců si tento systém pochvaluje. Je důležité, aby nedocházelo k jejich přetížení.

A co umělá inteligence?

O AI se dnes mluví všude.

Jak zasahuje do polygrafie?

J. M.: V administrativě se AI standardně používá už dnes. Nejde jen o překlady, ale také o vyhodnocování různých aspektů práce. V tiskové produkci se podle mě bude AI prosazovat především v oblasti dálkové podpory, analýzy chybovosti a prediktivní údržby. Už dnes máme například program, který vyhodnocuje životnost náhradních dílů a upozorňuje na možné problémy. Do budoucna se budou stále více používat systémy, které budou online analyzovat výrobu a automaticky upozorňovat na chyby. Další oblastí je kontrola kvality – barevnost, míchání barev, kontrast a podobně. Je jen otázkou času, kdy budou tyto moduly natolik propracované, že budou seřizovat stroj automaticky, ale moderní tiskové stroje již umějí i toto.

Takže tiskař už nebude chodit kontrolovat barvu a hledat chyby?

J. M.: Ne. To už bude řízené automaticky. Ale tiskař bude pořád potřeba. Jen se z něj stále víc stane operátor. A čím dřív se tenhle obraz podaří mladým lidem dostat do povědomí, tím lépe.

„Musíme se připomínat a bubnovat“

Uvědomuje si podle vás státní správa, jak důležitá polygrafie

je a jak rozhodnutí státní správy dopadají na tiskárny?

Z. S.: Polygrafie je podle mě ve státní správě trochu na periferii. Když se objeví problém, musíme se připomenout. Ozveme se, začneme psát na všechny strany a vysvětlovat, co může dané legislativní rozhodnutí pro polygrafii znamenat. Někdy je to ovšem trochu boj s větrnými mlýny. Ale dělat to musíme. Musíme sledovat, co přichází z EU, co přichází od nás, a když se objeví něco, co může obor poškodit, musíme se ozvat.

A co byste tedy řekli někomu, kdo uvažuje o vstupu do svazu? Co mu členství přinese?

Z. S.: Nemám rád otázku, kolik mi členství ve svazu přivede nových zákazníků. Taková otázka je „mimo mísu“. Úkolem svazu není dělat marketing za jednotlivé firmy. Smyslem je hájit zájmy členů a celého oboru, nepřipouštět a odstraňovat zákony, předpisy a nařízení, které by na ně mohly nepříznivě dopadnout, a poskytovat odborné informace a napomáhat odbornému vzdělávání.

Právě proto má smysl, aby se obor ozval společně, aby nás bylo co nejvíce a mluvili jsme jednou společnou řečí. Aby naše milované „černé umění“ mělo nikoliv černou, ale růžovou budoucnost.



**Podporujeme korektní,
odborné a právní uspořádání
polygrafického trhu**

www.svazpp.cz

Současný stav polygrafie a jak dál?

„V polygrafii působím velmi dlouho a za tu dobu jsem nezažil období, kdy by se obor neměnil. Dnes je však tempo změn vyšší než dříve. Nestačí pouze investovat do strojů. Úspěch stále více závisí na řízení firmy, obchodních dovednostech, marketingu a schopnosti reagovat na vývoj trhu,“ říká Jaroslav Švejda ze společnosti Heidelberg CZ & SK.



Jaroslav Švejda

Polygrafie se potýká s problémem své „neviditelnosti“. Když se běžného člověka zeptáte na tiskárnu, většinou si vybaví Jiří Richtr, nikoliv moderní polygrafický provoz. I proto je stále složitější získávat nové pracovníky.

Jak dnes vypadá trh?

Dlouhodobě sledujeme několik trendů:

- klesají náklady tradičních tiskovin,
- některé produkty postupně mizí,
- chybějí kvalifikovaní pracovníci,
- roste tlak na udržitelnost,
- tiskárny hledají nové zdroje příjmů a nové segmenty trhu,
- v řadě případů se bojuje pouze cenami.

Jde o změny, které probíhají řadu let. Vedle toho bude ovlivňovat konsolidace trhu, odchody majitelů do důchodu, nástupnictví i akvizice. Data z českého trhu a slovenského trhu ukazují, že celkový objem výroby neklesá, jak by se mohlo zdát. Velké tiskárny dokázaly

část zakázek získat v zahraničí. Prohlubují se rozdíly mezi úspěšnými a méně úspěšnými podniky.

Kde vznikají problémy?

Z trhu zmizela řada tradičních zakázek, například letáky, formuláře, pozvánky nebo katalogy. Současně se výrazně zkrátily náklady a vzrostl počet objednávek. To znamená více administrativy, více příprav a vyšší nároky na organizaci práce. Dnešní ekonomika tisku stojí především na efektivitě procesů. Pokud nejsou procesy dobře nastaveny, stroje víc stojí, než vyrábějí (*viz graf*). Nejde přitom jen o tiskový stroj, ale o celý výrobní řetězec.

Proto je stále důležitější:

- technická připravenost strojů, jejich kondice,
- pravidelná údržba, prováděná kvalifikovanými lidmi,
- kvalitní spotřební materiály, ne pouze ty, které stojí nejméně,
- dobře připravená data, umožňující hladký průběh výroby
- minimalizace prostojů,
- efektivní organizace výroby,
- vhodné produkty, které odpovídají daným zařízením.

Ofset a digitální tisk přitom nevnímám jako konkurenty. Každá technologie má své místo a optimální využití podle struktury zakázek.

Nedostatek lidí

Jedním z největších problémů zůstává nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Firmy čelí

růstu mzdových nákladů, investování prostředků do školení nových zaměstnanců, mnohdy s tím, že po zaškolení často odejdou.

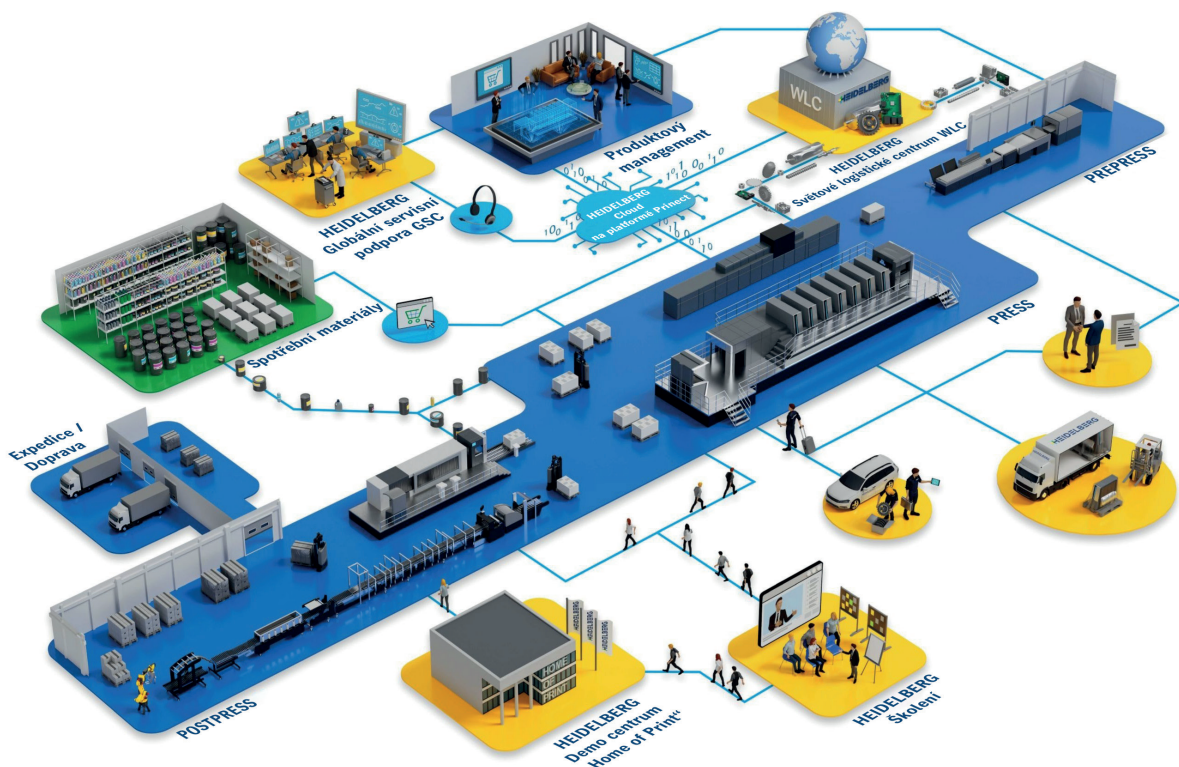
Příčinou je i malá znalost oboru mezi mladými lidmi. Pokud chceme situaci změnit, musí se polygrafie více prezentovat veřejnosti a aktivně pracovat na získávání nových pracovníků. Témata, jako AI, automatizace, zpracování dat, robotizace, by měla patřit do každého moderního podniku.

Jak získávat zakázky?

Zde se dá situace rozdělit zhruba do dvou proudů podnikatelských záměrů. Zjednodušeně: buď specializace, nebo „dělám všechno“, velmi široké portfolio služeb a produktů. Pokračování v trendu některých komerčních tiskáren tak, jak jsme byli roky zvyklí, tedy velmi širokého zpracovávání velkého počtu a druhů zakázek, znamená doslova boj o každou korunu v marži, nutnost získat poměrně velký počet objednávek a obrovskou kázeň při jejich výrobě, minimální ztráty ve zmetkovitosti a z reklamací. Je třeba si uvědomit, že na zakázce za několik tisícovek je tak malá přidaná hodnota, že jakékoliv škobrtnutí znamená velké ztráty. Mluvíme o čase, materiálu, penězích, pověsti. Najděte si na internetu pojmy „blue ocean“ a „red ocean“ – je to zajímavé čtení, pak ale přichází velmi těžké rozhodování jak dál.

Technologie, servis a odborná podpora pod jednou střechou

Když se řekne HEIDELBERG, většina lidí si vybaví špičkové tiskové stroje. Ve skutečnosti však společnost nabízí mnohem širší ekosystém služeb a řešení, jejichž cílem je jediné: pomáhat tiskárnám dosahovat vyšší produktivity, stabilní kvality a dlouhodobě spolehlivého provozu.



Moderní polygrafická výroba již nestojí pouze na výkonu technologie. Stále větší význam mají efektivně nastavené procesy, kvalitní servis, kvalita vhodných spotřebních materiálů a schopnost rychle reagovat na změny ve výrobě.

Významnou roli hraje servisní zázemí včetně vzdálené diagnostiky, systému eCall, preventivních prohlídek a služeb Predictive Monitoring, které pomáhají předcházet neplánovaným odstávkám.

Součástí nabídky jsou také odborná školení, color management, technologické konzultace a analýzy výrobních dat. Díky nim mohou tiskárny identifikovat rezervy ve výrobě, doškolit operátory strojů, optimalizovat pracovní postupy a naplno využívat potenciál svých technologií.

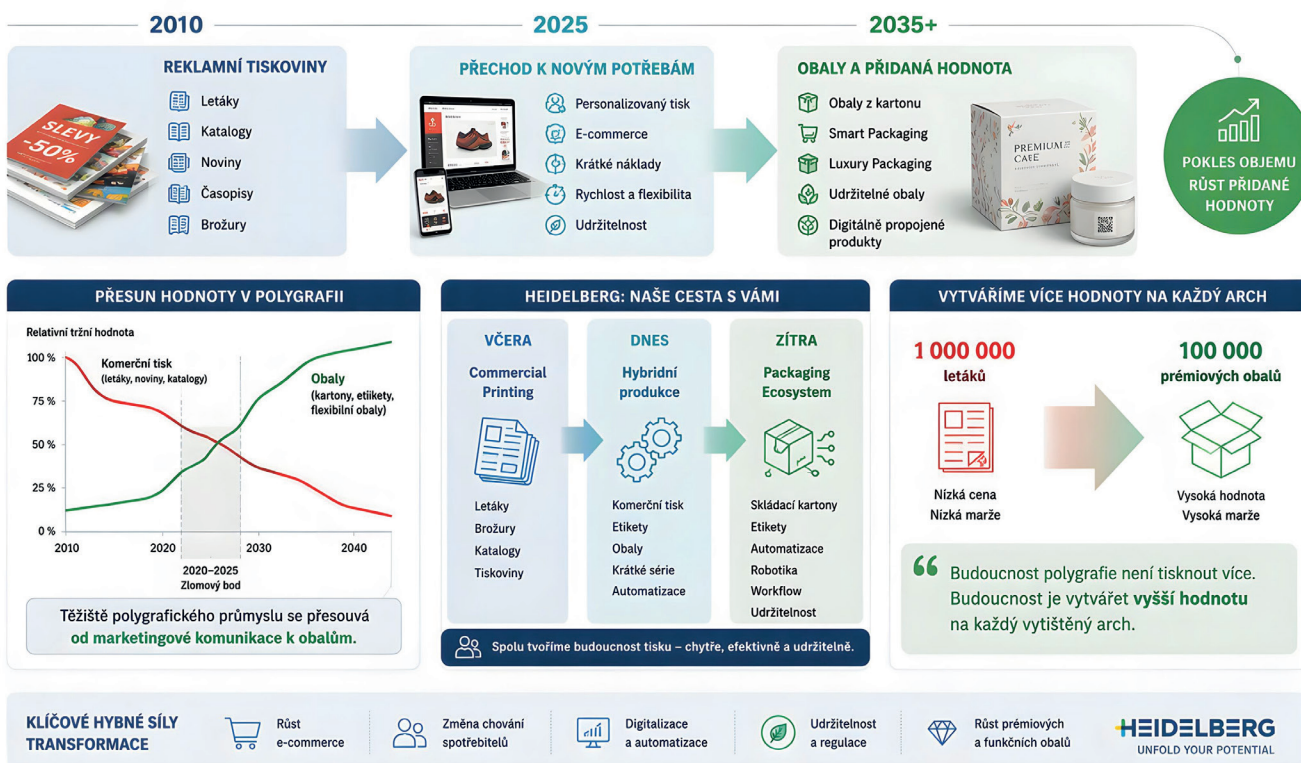
HEIDELBERG tak dnes není pouze dodavatelem strojů. Je partnerem, který propojuje technologie, servis, logistiku, spotřební materiály, vzdělávání i digitální podporu do jednoho funkčního celku. Právě toto komplexní pojetí pomáhá zákazníkům uspět v každodenní výrobní praxi i v dlouhodobém rozvoji jejich podnikání.

**SLUŽBY OD
HEIDELBERGU
ZVYŠUJÍ VÝKONY
TISKÁREN**

OD LETÁKU KE KRABIČCE

Transformace polygrafického průmyslu

MÉNĚ OBJEMU. VYŠŠÍ HODNOTA.
Budoucnost polygrafie je v obalech.



„Co mě přivedlo sem, mě těžko dovede dál“

Proto je důležité hledat vlastní konkurenční výhodu a ziskové segmenty trhu. Mnoha firmám se nelíbí vývoj trhu, ale současně váhají s rozhodnutím, jakým směrem se vydat. Bez jasné strategie se však situace sama nezlepší.

Kam se trh posouvá?

Vývoj evropského trhu ukazuje, že největší potenciál mají obaly. Tlak na udržitelnost a nahrazování plastů papírovými alternativami vytváří nové příležitosti. Tento trend lze stručně charakterizovat heslem: „Od letáku ke krabici.“ Ani obaly však nejsou automatickou cestou k úspěchu. Investice jsou vysoké, technologické nároky rostou a zákazníci mají vysoké očekávání. Obaly mohou být příležitostí, nikoli garancí úspěchu. Určitě pamatujete dobu, kdy všichni začali vyrábět skládané letáky, pak V1, pak V2, pak knížky – a končí to nízkou marží, jsme opět v „red ocean“.

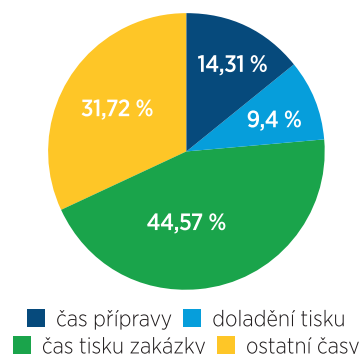
Co rozhodne o budoucnosti?

Budoucnost polygrafie nebude určovat pouze kvalita nebo rychlost tisku. Ty se stávají standardem. Klíčové budou:

- rychlost reakce na zákazníka, jeho pohodlí při nákupu,
- automatizace procesů, SW.
- efektivní využití dat,
- přidané služby,
- schopnost najít perspektivní tržní segment, vhodné zákazníky.

Umělá inteligence pravděpodobně nenahradí pracovníky ve výrobě, ale může významně pomoci v oblastech obchodu, kalkulací, plánování výroby, zákaznického servisu nebo administrativy. Lidskou sílu lze nahradit tam, kde je možné automatizovat – například výrobu tiskových desek, vyřazování archů, odebírání od skládacího stroje, řezání, skladování či balení. Stejně důležitý je kvalitní software pro řízení výroby, kalkulace, zpracování zakázek a komunikaci se zákazníkem.

Největším problémem mnoha tiskáren dnes není samotná produktivita, ale výroba zakázek s nízkou přidanou hodnotou a minimální marží. Konkurencí navíc nemusí být místní tiskárna, ale vysoce automatizovaný provoz vzdálený stovky kilometrů. Firmy proto musejí vedle každodenní operativy přemýšlet, kde chtějí být za pět nebo deset let, a hledat cesty k automatizaci a změně. Budoucnost nebude patřit těm největším, ale těm, kteří dokážou nejrychleji reagovat na změny trhu a podaří se jim najít vhodné zaměstnance, produkty a zákazníky. Přeji hodně úspěchů a dobrých zakázek.





merlin[®]
SUPERIOR HUMIDIFICATION **TECHNOLOGIES**

ZVLHČOVÁNÍ VZDUCHU

**ENERGETICKY ÚČINNÁ ŘEŠENÍ PRO
PRŮMYSL A OBCHOD S MERLIN[®] ALPHA**



Redukce tvorby prachu až 80%



Redukce elektrostatiky až o 50%



Efektivní využití vody a energie



Špičková hygiena pro maximální
bezpečnost

MR MEDIA s. r. o.



**INFORMUJTE SE NYNÍ &
DOMLUVTE SI SCHŮZKU**

VÁŠ PARTNER MERLIN[®] PRO ČR A SR

MR MEDIA s.r.o.

Opletal Jan

Dipl.-Ing (FH)

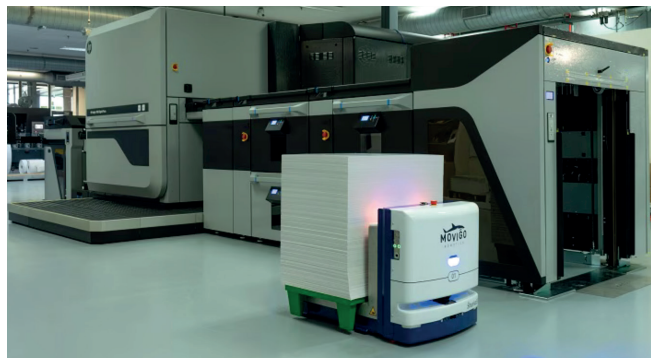
+420 721 051 044

jan.opletal@mrmedia.cz

www.mrmedia.cz

Tiskárna budoucnosti neroste počtem lidí, ale kvalitou digitalizace

Ještě před deseti lety byl výkon tiskárny daný především strojovým parkem – kolik archů vytiskne za hodinu, jak velký je tiskový formát, kolik má dokončovací strojů. Dnes je to jinak. O konkurenceschopnosti tiskáren stále více rozhoduje to, co se odehrává mimo samotný tisk – ve web2printu, workflow systémech a algoritmech, které řídí stroje samotné. A tenhle posun bude v následujících letech ještě výraznější. Píše Martin Bělík ze společnosti DataLine Technology.



Tři faktory, které ovlivňují změny v tiskárnách

Mluví se o nich v oboru už řadu let, nyní se ale sčítají a jejich tlak neustále roste. Prvním je požadavek na rychlost – zákazníci chtějí zakázku obratem, ideálně v řádu hodin, nebo dnů. Druhým je variabilita – místo několika velkých nákladů přibývá množství drobných zakázek, personalizací a především dotisků. Místo jedné velké zakázky – několik malých. Třetím, a možná nejpalčivějším, je chronický nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Sehnat dnes tiskaře na klasický stroj je téměř nemožné a mladí lidé o tuto profesi nejeví zájem. Všechny tři trendy vedou ke stejnému závěru – bez maximální automatizace a chytrého softwaru to dál nepůjde.

Web2print a workflow: brána, kterou řada tiskáren stále nemá otevřenou

Nejslabším místem českých tiskáren je dlouhodobě příjem zakázek. Pokud poptávka, kalkulace, schvalování dat a předání do výroby probíhají přes e-mail, telefon a excelovou tabulku, zvládne jeden

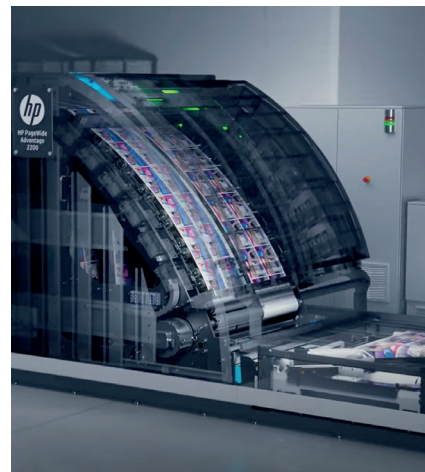
obchodník realizovat jen několik zakázek denně. To fungovalo, dokud byly zakázky velké a jejich výroba trvala hodiny. U krátkých zakázek s výrobním časem v řádu minut je to ale neudržitelné. Řešením je web2print – zatímco v USA přes něj podle odhadů dodavatelů technologií prochází devět z deseti zakázek a v Německu kolem sedmi z deseti, v Česku zůstává využití w2p mimo segment fotoproduktů spíše výjimkou. Tiskárny, které systém provozují, běžně řeší jednotky až desítky zakázek denně, zatímco v zahraničí jsou naprosto běžné instalace zpracovávající stovky až tisíce objednávek.

Web2print ale sám o sobě nestačí. Výstupem je zpravidla PDF konkrétního produktu, který musí projít vyřazením, doplněním značek, škál a výrobních dat – a právě tady nastupuje workflow systém, který dokáže tyto kroky provázat a zautomatizovat. Příkladem může být firma ESKO, která nabízí v rámci uceleného workflow kompletní škálu nástrojů pro vyřazení a kontrolu zakázek, doplněnou o nástroje pro

automatické vyřazení. Společnost HP zase přichází s vlastními nástroji pro plánování výroby. Zavedení podobného řešení navíc není otázkou týdnů – reálný rozjezd w2p i workflow trvá zpravidla nejméně rok a jde o proces, který nikdy nekončí, protože šablony, nabídku produktů i propagaci portálu je třeba průběžně obnovovat. Proto je lepší s přípravou začít už dnes, ne až v okamžiku, kdy tlak trhu bude nezvladatelný.

Digitální tisk je samozřejmostí, nyní dále zrychluje díky umělé inteligenci

Zatímco ještě před pár lety byla digitalizace tiskového parku otázkou volby, dnes je těžké najít tiskárnu, která by aspoň jeden digitální stroj neměla. U menších provozů je budoucnost prakticky čistě digitální, u větších firem se bude jednat o kombinaci výkonového offsetu s digitálem podle konkrétního portfolia zakázek. Zajímavé je, že těžiště inovací se u digitálního tisku přesouvá od samotného hardwaru směrem k softwaru a datům. Ukazuje to



příklad HP Indigo, které postavilo škálovatelnou platformu inteligentní automatizace na datech z desítek tisíc strojů zapojených do systému PrintOS. Algoritmy dnes dokážou samy navrhnout ideální nastavení stroje na základě podobných dříve tištěných zakázek, rozpoznat tiskovou vadu a okamžitě zajistit dotisk vadného archu, nebo dokonce samy vyřešit část provozních chyb bez zásahu obsluhy. Podobně funguje i volba tiskového módu – u strojů HP Indigo se dnes díky analýze milionů dříve realizovaných zakázek automaticky vybírá, zda se zakázka vyplácí tisknout v běžném čtyřbarvovém režimu, úsporném módu bez černé, nebo v novém ekonomickém módu s nižšími náklady. Podle průzkumů v oboru už přes třetina tiskových firem nasadila umělou inteligenci alespoň pro prediktivní údržbu, kontrolu kvality nebo logistiku – a podíl bude jen růst.

Podobným směrem se ubírá i velkoformátový inkoustový tisk. Stroje řady HP PageWide, postavené na technologii termálního inkjetu, dnes cílí přímo na náhradu rotaček a ofsetu u velkoobjemových zakázek v komerčním tisku, direct mailu i výrobě knih – a to díky kombinaci vysoké rychlosti, širokého rozsahu potiskovaných materiálů a softwarového řízení barevnosti, které dříve bylo

doménou těchto strojů. Obdobně se posouvá i digitální tisk obalů, kde nové generace strojů cílí na krátké, vysoce ziskové zakázky obalů s dodáním v řádu dnů místo týdnů a neomezenými možnostmi mutací. Společným jmenovatelem všech těchto novinek není jen vyšší rychlost tisku, ale především míra automatizace a schopnost strojů se samostatně rozhodovat.

Zušlechtění a dokončení: kde dřív stačily ruce, dnes rozhoduje software

Tlak na rychlost a variabilitu se přenáší i do navazujících procesů. Zákazníci dnes očekávají u prémiových zakázek – luxusních obalů, knižních obálek, reprezentativních katalogů – nejen kvalitní tisk, ale i přidanou hodnotu v podobě zušlechtění. Digitální zušlechťovací stroje, jako jsou zařízení Scodix, nahrazují klasický lak speciálním polymérem a umožňují realizovat i velmi malé série nebo více variant efektu na jednom archu – něco, co u klasického sitotisku nebo fóilovacích strojů prostě nejde. I zde přitom stále více rozhoduje software: automatická analýza dat, výběr vhodného efektu a generování 3D náhledu i ceny zakázky jsou dnes u vyspělých systémů plně automatizované. Obdobný vývoj probíhá u dokončovacích technologií, konkrétně

u laserového výseku. Tyto stroje umožňují digitální výsek, to znamená, že odpadá čas i náklady na výrobu klasické výsekové formy. Instalace tohoto typu se zatím soustředí především na výrobu obalů, kde je poměr přidané hodnoty k nákladům nejvýhodnější – u běžného komerčního merkantilu je rychlost i cena výseku zatím limitující. I tady je ale směr jasný: oddělení přípravy dat od samotné výroby a maximální automatizace celého procesu.

Kam to všechno směřuje

Pokud se pokusíme spojit tyto trendy do jednoho obrazu tiskárny budoucnosti, vychází z toho provoz, který přijímá zakázky přes web2print, automaticky je zpracovává ve workflow systému, tiskne na strojích, které si samy hlídají kvalitu a řeší většinu provozních událostí, a doplňuje je o zušlechtění a dokončení řízené obdobnou mírou automatizace. Nejde přitom o vzdálenou vizi – jednotlivé části této skládačky už dnes fungují, jen zatím málokde propojené do jednoho celku. Nedostatek pracovních sil, se kterým se obor dlouhodobě potýká, tenhle vývoj jen urychluje. Tiskárny, které investují do software a automatizace dřív než ostatní, si tak nekupují jen vyšší produktivitu, ale budou postupně získávat náskok před svou konkurencí.

Akciční tisk zrychluje: Koenig & Bauer ukazuje cestu k efektivnější výrobě

Krátké přípravné časy, vysoká produktivita, automatizace a co nejmenší podíl manuálních zásahů. Právě tímto směrem se dnes ubírá průmyslový akciční tisk. O tom, že nejde jen o technologické proklamace, svědčí také několik letošních instalací osmibarvových strojů Rapida v Polsku a České republice.



Akciční tisk je prostředím, v němž se ekonomika výroby počítá doslova na minuty. Zakázky se často střídají v rychlém sledu, náklady bývají relativně nízké a zákazníci zároveň požadují širokou škálu produktů v krátkých dodacích termínech. Tiskárny proto hledají technologie, které dokážou nejen tisknout vysokou rychlostí, ale především co nejrychleji přejít z jedné zakázky na druhou. Právě na tento požadavek je zaměřena **Rapida 106 X** společnosti Koenig & Bauer. Stroj je koncipován pro vysoce produktivní akciční výrobu a spojuje vysoký tiskový výkon s automatizací řady přípravných i výrobních procesů. V režimu obracení dosahuje rychlosti až 20 000 archů za hodinu.

Méně času na přípravu, více času na tisk

U akcičních zakázek však není rozhodující pouze maximální rychlost stroje. Pokud se zakázky často střídají, může několik

minut strávených při každé změně představovat v součtu významnou část pracovní doby. Rapida 106 X proto využívá řadu automatizovaných funkcí zaměřených právě na minimalizaci přípravných časů. Patří mezi ně například automatizovaná logistika tiskových desek nebo systém DriveTronic SPC, umožňující současnou výměnu desek v průběhu dalších přípravných procesů. Novou zakázku lze podle výrobce připravit ke spuštění přibližně během tří minut. Významnou roli hraje také automatizace samotné produkce. Funkce AutoRun umožňuje stroji autonomně zpracovávat sekvenci tiskových úloh, sledovat požadovaný počet dobrých archů, po jeho dosažení se zastavit a následně automaticky přejít k další zakázce. Smyslem je omezit manuální zásahy obsluhy a zvýšit využití výrobní kapacity. Vedle produktivity se přitom nezapomíná na kvalitu. Rapida 106 X nabízí automatickou kontrolu sou-

tisku i průběžné sledování kvality včetně porovnání s PDF předlohou a kontrolu vyvážení šedé.

Potvrzení z praxe: Pozkal, fronte a FINIDR

O tom, že podobná konfigurace odpovídá reálným potřebám trhu, svědčí také letošní instalace strojů Rapida v regionu střední a východní Evropy. Podle společnosti Koenig & Bauer byly v letošním roce v regionu CEE uvedeny do provozu tři nové osmibarvové Rapidy s obracením. První z nich našla svůj nový domov v polské tiskárně Pozkal, následovala česká tiskárna fronte v Sezemicích a třetí je v tiskárně FINIDR v Českém Těšíně. Polský Pozkal představuje poněkud specifický případ. Tiskárna v Inowrocławu, která se dlouhodobě specializuje především na knižní produkci, obnovuje svou výrobní kapacitu po ničivém požáru vloni v květnu. Součástí tohoto „nového začátku“ se stal osmibarvový tiskový stroj Rapida 106-8 SW4 SPC s obracením archů za čtvrtou tiskovou jednotkou. Stroj je vybaven také technologií pro potisk tenkých substrátů, systémem simultánní výměny desek SPC a řídicími a měřicími systémy včetně QualiTronic ColorControl a automatické kontroly soutisku. Pro Pozkal byla při výběru technologie důležitá nejen samotná technická úroveň stroje, ale také servisní zázemí. Zástupci tiskárny před podpisem smlouvy absolvovali testy v Customer Experience

Center v Německu v Radebeulu a oceňovali mimo jiné krátkou dodací lhůtu a dostupnost polského servisního zastoupení Koenig & Bauer. Nový stroj byl dodán v lednu 2026 a po specializovaném školení byl během přibližně jednoho měsíce uveden do provozu.

Česká odpověď na tlak na cenu

Na podobný problém reaguje také **tiskárna fronte v Sezemích**. Český specialista na akcidenční tisk modernizoval svůj strojový park osmibarvovým strojem Rapida 106 s obracením. Cílem investice je především zkrácení časů potřebných k přípravě zakázek a snížení výrobních nákladů v prostředí charakterizovaném vysokým tlakem na cenu a požadavkem na flexibilitu. Konfigurace stroje kombinuje například paralelní mytí ofsetových gum, tlakových a barevníkových válců v systému CleanTronic, automatickou výměnu tiskových desek FAPC a nakládací systém SIS. Významnou součástí vybavení jsou také systémy QualiTronic ColorControl, PrintCheck a ICR, a informační systém LogoTronic Professional.

Majitel společnosti Petr Kozel přitom zdůrazňuje právě ekonomickou stránku investice. Podle jeho slov tiskárnu k rozhodnutí vedl tlak na ceny v sektoru akcidenčního tisku a potřeba efektivnějších

výrobních procesů. Při testech v Radebeulu jej přesvědčilo zejména výrazné zkrácení přípravných časů a průběžná kontrola kvality.

FINIDR: další krok v automatizaci

Další významnou českou instalaci zaznamenal **FINIDR v Českém Těšíně**, jeden z největších výrobců knih v regionu. Tiskárna zde uvedla do provozu osmibarvovou Rapidu 106X s obracením za čtvrtou tiskovou jednotkou. Projektu předcházely rozsáhlé tiskové testy v předváděcím centru Koenig & Bauer, návštěvy u referenčních zákazníků a další technická jednání.

Po instalaci, zprovoznění a zaškolení obsluhy absolvoval stroj slavnostní křest za účasti vedení obou společností a realizačního týmu. Podle Jana Korence, jednatele Koenig & Bauer (CEE), byla instalace výsledkem společné práce obou firem a současně závazkem zajistit FINIDRu odpovídající podporu při využití nové technologie.

Právě FINIDR navíc ukazuje, že technologie vyvíjená pro průmyslový akcidenční tisk může najít výrazné uplatnění také v knižní výrobě. Z hlediska tiskárny není podstatná pouze rychlost stroje, ale především schopnost rychle reagovat na změny zakázek, minimalizovat prostoje a udržet stabilní kvalitu.

Automatizace jako podmínka konkurenceschopnosti

Tři nové instalace tak mají společného jmenovatele: **efektivitu**. Nejde už jen o to, jak rychle dokáže tiskový stroj potiskovat archy. Stejně důležité je, jak rychle se stroj dokáže připravit na další zakázku, kolik práce musí vykonat obsluha, jak stabilně udrží kvalitu a jak velkou část výrobního procesu dokáže řídit automaticky.

Rapida 106 X jde v tomto směru ještě dál. Kromě automatizace přípravy a autonomního tisku nabízí například integrované možnosti dokončování, LED-UV technologii a možnost zpracování různých typů substrátů. Součástí konceptu je také centrální databáze substrátů, která přenáší nastavení do jednotlivých komponent stroje. Instalace v Pozkalu, ve fronte a ve FINIDRu ukazují, že automatizace a vysoká produktivita nejsou v akcidenčním tisku pouze otázkou budoucnosti.

Pro stále více tiskáren se tyto moderní tiskové stroje stávají podmínkou, jak ekonomicky zvládnout kratší zakázky, častější změny zakázek a neustále rostoucí tlak na cenu.

A právě v tom lze hledat jeden z důvodů, proč se osmibarvové Rapidy s obracením v regionu CEE stále častěji objevují ve výrobních halách tiskáren zaměřených na akcidenční i knižní produkci.



Když chybí veletrh, přichází IGEPA CZ Select

Klasický polygrafický veletrh už v českém kalendáři prakticky nenajdeme. O to zajímavější je možnost potkat během dvou dnů na jednom místě více než dvacet dodavatelů technologií a materiálů, prohlédnout si živé ukázky a poslechnout si přednášky k tématům, která současná polygrafie skutečně řeší. IGEPA CZ Select 2026 se uskuteční 21. a 22. října v Kácově.

Kdo pamatuje doby, kdy se polygrafové pravidelně scházeli na veletrzích, možná občas zavzpomíná na situaci, kdy stačilo projít několik hal a během jediného dne člověk potkal většinu dodavatelů, které potřeboval. Podíval se na nové stroje, osahal si materiály, dal si kávu s kolegy a cestou domů měl hlavu plnou nových nápadů. Dnes už je situace jiná. Samostatný velký polygrafický veletrh v Česku chybí a příležitosti, kdy se **technologie, materiály, dodavatelé a lidé z oboru sejdou na jednom místě**, není mnoho.

Právě proto stojí za pozornost IGEPA CZ Select 2026

Společnost IGEPA CZ připravuje na 21. a 22. října v Kácově dvoudenní akci, která má ambici nabídnout nejen výstavní část, ale také **odborný program, praktické ukázky a prostor pro neformální setkávání**. A podle zveřejněného programu nebude rozhodně chybět ani dostatek technologií a materiálů, které si návštěvníci budou moci prohlédnout přímo v akci.

Přes dvacet partnerů

Na jedné výstavní ploše se představí více než dvacet partnerů IGEPA. Jejich záběr je poměrně široký – od digitálního a produkčního tisku přes velkoformátový tisk, řezací plotry a tisková média až po dokončování, samolepicí a perforované fólie nebo další materiály.

Mezi prezentovanými značkami najdeme například **Canon, Epson, Ricoh, Xerox, Kyocera Document**

Solutions, Graphtec, JWEI, Pala, RollSroller, 3M, Avery Dennison, ORAFOL, Mondi, Sappi a další.

To už je sestava, kvůli které má smysl do Kácova vyrazit i v případě, že člověk zrovna neřeší nákup nového stroje. Technologický vývoj totiž nemusí být zajímavý jen ve chvíli, kdy tiskárna vypisuje objednávku.

Nejen stroje a materiály

IGEPA ale letošní Select nestaví pouze na technologiích. Připravila **více než dvanáct přednášek, praktické ukázky a networking**.

První den nabídne například přednášku Dariusze Tondery ze společnosti Avery Dennison s otázkou, **proč by měl každý signmaker nabízet architektonické fólie**. Věrka Vojtíšková z IGEPA CZ se zaměří na **nové příležitosti pro známé materiály** a Iva Bastlová z časopisu INTERIÉRY představí **digitální tisk očima interiérového designéra**.

Druhý den se program dotkne například automatizace a dat v polygrafii. Martin Bělík ze společnosti DataLine Technology přijde s přednáškou nazvanou poněkud provokativně, jak je jeho zvykem, a sice **„Grafickou všchnopárty“**. Zajímavým tématem bude také přednáška Lukáše Beránka z EKO-KOMU **Co přináší Nařízení o obalech a obalových odpadech (tzv. PPWR)**.

A protože jedním z problémů současné polygrafie nejsou jen stroje, ale také lidé, dostane

prostor i téma **jak najít a udržet zaměstnance v reklamě a polygrafii**. O tom bude hovořit Lubor Malý z Workoholix.

Některé věci je lepší vidět naživo

Kromě přednášek bude možné technologie a materiály sledovat při praktických ukázkách. Welpplast například předvede **svařování bannerů**, připraveny budou živé ukázky práce na velkoformátových, digitálních i dokončovacích strojů, a návštěvníci budou mít možnost některé technologie a materiály sami testovat.

A pak je tu samozřejmě část, která se do programu veletrhu nikdy pořádně napsat nedá – **setkávání s lidmi z oboru**. IGEPA proto počítá také s networkingem a občerstvením po celou dobu akce. Možná právě v tom je dnes největší kouzlo podobných akcí. Člověk nemusí jet do Kácova s přesně formulovaným požadavkem „potřebuji nový digitální tiskový stroj“. Může přijet jen zjistit, **co je nového, co by mohl nabídnout svým zákazníkům, jaké materiály se objevily na trhu nebo kam se posunuly technologie, které už zná**.

A třeba cestou domů zjistí, že ten nový stroj vlastně potřebuje.

IGEPA CZ Select 2026 se uskuteční 21. a 22. října 2026 v Kácově. Účast pro registrované návštěvníky je zdarma a lze se přihlásit na jeden nebo oba dny. Program se podle pořadatelů ještě průběžně doplňuje.

KOENIG & BAUER CEE



SPOJENÍ TISKEM

Společnost **Koenig & Bauer CEE** slaví **20 let** úspěšného působení na trhu, během nichž se stala klíčovým partnerem polygrafických firem v oblasti obalového a akcidenčního tisku. Díky technologicky vyspělým řešením – od archových ofsetových strojů Rapida přes systémy pro potisk vlnité lepenky flexotiskem a inkjetem až po výsek a lepení – nabízí komplexní portfolio strojů a zařízení špičkové kvality a produktivity.

Koenig & Bauer (CEE) Sp. z o.o.,

organizační složka

Pobřežní 249/46, 186 00 Praha 8

cz-info@koenig-bauer.com

we're on it. cz.koenig-bauer.com

EmpCo: Konec obchodu s odpustky

Autorem je Bernd Zipper, německý konzultant pro tiskový průmysl, zakladatel a CEO společnosti zipcon consulting a zakladatel Initiative Online Print. Publikováno v Německu 19. srpna 2026.

V tomto příběhu je jistá ironie. Johannes Gutenberg ve své tiskárně tiskl nejen bible, ale také odpustky, tedy papírová potvrzení o tom, že si někdo koupil úlevu od výčitek svědomí. O zhruba 570 let později se Evropská unie přesně tento druh „obchodního modelu“ chystá zatrhnout. A polygrafie je znovu u toho, tentokrát ovšem na straně zákazníků.

Od 27. září 2026 by se označení „vytištěno klimaticky neutrálně“ mohlo stát problémem. Kdo dosud kompenzoval CO₂ vznikající při výrobě, a výsledek této kompenzace uvedl na potištěném archu, bude od tohoto data potřebovat něco víc a také něco výrazně nepříjemnějšího: důkaz.

Co se stane – stručně a bezbolestně

Směrnice EU 2024/825, zkráceně EmpCo (Směrnice EmpCo – Empowering Consumers for the Green Transition, směrnice o posílení postavení spotřebitelů při ekologické transformaci), byla v Německu implementována. Třetí zákon, kterým se mění zákon proti nekalé soutěži, byl vydán 12. února 2026, vyhlášen 19. února 2026 (BGBl. 2026 I č. 43) a musí se začít uplatňovat od 27. září 2026. Nové zákazy jsou uvedeny v příloze k § 3 odst. 3 UWG. Jde o tzv. černou listinu – tedy seznam praktik, které jsou zakázány bez ohledu na posuzování konkrétního případu. Žádné zvažování, žádné „ano, ale my jsme to mysleli jinak“. Barevně to alespoň sedí.



Bernd Zipper

Kdo je Bernd Zipper

Bernd Zipper je stratég a „forward-thinker“ v oblasti digitální transformace tiskáren, Mass Customization a agentního tisku. Je autorem whitepaperu o Agentic Print, který je k dispozici ke stažení na <https://zipcon.de/en/agentic-print/>.

Jako poradce pro polygrafický průmysl a odborník na Digital Commerce pomáhá tiskárnám s přechodem k digitalizované budoucnosti, v níž budou hrát stále významnější roli umělá inteligence a agentní systémy.

Je také předsedou představenstva iniciativy Online Print, která sdružuje 58 členských firem z celé Evropy s celkovým obrátem přes 14 miliard eur.

Čtyři body se odvětví týkají přímo:

- **Kompenzace už nepotvrzuje klimatickou neutralitu.** Spolkový svaz tisku a médií (BVDM) to formuluje naprosto jednoznačně: „Klimaticky neutrální tisk“ je „zakázán, pokud se opírá výhradně o kompenzaci emisí skleníkových plynů“.
- **Obecná tvrzení potřebují důkaz.** „Ekologický“, „zelený“, „udržitelný“ bude možné používat pouze s ověřitelným, uznávaným podkladem.
- **Svépomocí vytvořené značky nejsou přípustné.** Nadále jsou přípustné certifikační systémy s transparentními kritérii

a nezávislou kontrolou. Modrý anděl: ano. Ekologická značka EU: ano. Symbol listu, který v roce 2011 vytvořil praktikant v Illustratoru: ne.

- **Přísliby do budoucna potřebují plán.** „Do roku 2030 klimaticky neutrální“ vyžaduje měřitelné, veřejně přístupné cíle s průběžnými kroky a externím ověřením. Jeden odstavec v letáku o udržitelnosti nestačí.

Dr. Carsten Föhlisch z Trusted Shops to v časopise e-commerce magazin shrnuje takto: „*Pojmy jako ‚klimaticky neutrální‘ nebo ‚udržitelný‘ budou v budoucnu přípustné pouze tehdy, pokud budou firmy schopny prokazatelně doložit, co přesně tím myslí.*“ Malý detail pro milovníky dramatičnosti: 27. září 2026 je neděle. Kdo chce ještě dát svůj e-shop do pořádku, má čas do sobotního večera. Advokátní kanceláře specializované na žaloby kvůli porušení pravidel podle zkušenosti pracují v pondělí.

Ne, není to jen německý problém, jde o směrnici EU

Myšlenka, která nejspíš jako první napadne většinu lidí: typická německá přeregulovanost. Jenže tentokrát to neplatí ani náhodou. EmpCo je směrnice EU. Od 27. září 2026 platí ve všech **27 členských státech**. Lhůta pro její implementaci uplynula 27. března 2026 a tady to začíná být zajímavé: 28. května 2026 rozeslala Evropská komise 20 členským státům výzvy k nápravě, protože své povinnosti nesplnily. Na seznamu byly mimo jiné Francie,

Španělsko, Rakousko, Nizozemsko, Belgie, Polsko, Portugalsko, Švédsko a Finsko. Německo na tomto seznamu nebylo. Nechme tu větu chvíli působit. Podle CMS Implementation Trackeru (stav k 20. červenci 2026) implementovaly směrnici mimo jiné Německo, Itálie prostřednictvím legislativního dekretu 30/2026 z 9. března 2026, přičemž dozorovým orgánem je AGCM, dále Irsko prostřednictvím S.I. No. 124 of 2026 a Maďarsko. A mimo EU? Švýcarsko, které jinak není proslulé regulační rychlostí, bylo rychlejší než všichni ostatní. Nový čl. 3 odst. 1 písm. x UWG schválil parlament 15. března 2024 a platí od 1. ledna 2025 – včetně obráceného důkazního břemene: kdo učiní tvrzení týkající se klimatu, musí mít důkazy k dispozici už v okamžiku, kdy tvrzení zveřejní, nikoli až v případě sporu. Ve Velké Británii se stejnou otázkou zabývají CMA a zákon DMCC Act. Francie měla vlastní pravidla pro tvrzení o klimatické neutralitě v reklamě už před přijetím EmpCo, zakotvená ve vyhlášce Décret n° 2022-539 ze 13. dubna 2022. Země tím překročila tehdejší standard EU, ovšem pouze v tomto jediném bodě: kdo se v reklamě odvolává na uhlíkovou neutralitu, musí zveřejnit svou emisní bilanci a plán snižování emisí. EmpCo požaduje více a požaduje to na více místech. Právě v tom spočívá vysvětlení výzvy z Bruselu: Komise nevytýkala absenci pravidel, ale to, že nebyla oznámena úplná implementace. *Pozn. red.: Podle našich informací jsme na tom takto: Stav v ČR k 1. září 2026. Směrnice EU 2024/825 (EmpCo) zatím není v Česku plně implementována. Česká republika připravila*

novelu zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, a občanského zákoníku č. 89/2012 Sb., která má směrnici převést do českého práva. Návrh vláda schválila v listopadu 2025 a v Poslanecké sněmovně prošel 2. čtením 24. června 2026. Stále tedy jde o návrh, nikoli o účinný český zákon. To je docela podstatné, protože samotná směrnice stanoví, že členské státy by měly své předpisy přijmout a používat od 27. září 2026.

Požadavky na online tiskárny rostou

Pro online print (Web-to-Print) je to závažná zpráva – a není příjemná. Polygrafický průmysl je právě nejvíce mezinárodní v oblasti online printu. Kdo dodává svoje produkty z Německa do Francie, Itálie nebo Švýcarska, podléhá právu toho trhu, na kterém inzeruje či dodává, nikoli právu země, kde sídlí. E-shop s dvanácti jazykovými verzemi tak bude mít od září potenciálně dvanáct režimů pro používání tvrzení, která mohou nabývat účinnosti v různých termínech a v detailech se od sebe lišit. A protože fakta nepřikrášluji, tady je jedno přiznání: ohledně stavu implementace ve Francii si sám nejsem jistý. Komise koncem května Paříž napomenula, zatímco CMS Tracker uvádí Francii k 20. červenci jako implementovanou. Pravděpodobně tedy země mezitím povinnost splnila. Dokázat to ale nemohu. Kdo tedy právě plánuje francouzské landing pages, měl by stav ověřit aktuálně ke konkrétnímu dni a nevěřit ani mně, ani trackerovi. A právě to je mimochodem skutečný problém: mozaika různých pravidel se v současnosti mění prakticky každý týden. Směrnice měla harmonizovat vnitřní trh. Krátkodobě harmonizuje především zpoždění.

Budme k sobě upřímní

Než začne polygrafický průmysl jednotně ukazovat prstem na Brusel, krátké sebezpytování. „Klimaticky neutrálně vytištěno“ bylo něco jako bioznačka ofsetového tisku. Všichni ji chtěli, téměř nikdo se neptal, co přesně se za ní skrývá. Bylo období, kdy každé druhé logo tiskárny zdobil list, některé měly rovnou tři a zelená barva byla v oboru běžnější než karton 300 g/m². Na veletrzích jste mohli vypít kávu a přitom si vyslechnout čtyři definice klimatické neutrality, z nichž ani dvě nebyly vzájemně kompatibilní.

Nikdy to nebylo myšleno zle. Bylo to pohodlné. Zaplatili jste roční poplatek, dostali číslo, logo a dobrý pocit – a co bylo nejlepší: fungovalo to v obchodě. Jenže nikoli jako ochrana životního prostředí, ale jako argument. Ani já se z toho nevyjímám. Na dostatečném počtu prezentací, které jsem sám ukazoval, stálo slovo „klimaticky neutrální“ bez jakékoli poznámky pod čarou. V tomto ohledu nám EmpCo zadává také společný domácí úkol.

Co dělá BVDM a proč je to skutečný point

Spolkový svaz tisku a médií (BVDM) pracuje už více než rok na dvou frontách. Politicky od července 2025 požaduje implementaci jedna ku jedné bez národních přídavek, uplatňování pouze v režimu B2C a nikoli B2B, ekonomicky únosné intervaly kontrol namísto povinného každoročního ověřování, uznání značek Klimainitiative v důvodové zprávě k zákonu a přechodná období pro doprodej obalů, tiskovin a knih.

Kirsten Hommelhoffová, hlavní výkonná ředitelka BVDM, se letos 30. dubna dala slyšet: „Bez přechodných lhůt hrozí zničení

Tohle musejí online tiskaři udělat IHNE

- 1. Udělejte si inventuru všech tvrzení, která obsahují text.** E-shop, produktové stránky, filtry, popisy kategorií, check-out, patička, newslettery, automatické odpovědi, PDF nabídky, veletržní stánky, příbalové materiály, e-mailové podpisy. Ano, i uvítací e-mail, který byl původně vytvořen v roce 2019. Nikdo ho sice pořádne nečte, ale počítá se.
- 2. Ke každému tvrzení přiřadte důkaz.** Pravidlo palce dolů: Pokud odpověď začíná slovy „máme na to takový certifikát“ a potom nikdo neví, kde je, je tvrzení už mrtvé.
- 3. Kompenzaci pryč, redukci dovnitř.** Místo „klimaticky neutrálně vytištěno“ buďte konkrétní: recyklovaný papír s Modrým andělem, zelená elektřina ve výrobě, barvy bez minerálních olejů, uvedení produktu, fáze životního cyklu a zdroje. Méně poetické, zato právně bezpečnější a odpovídající skutečnosti.
- 4. Pošlete zelený list do důchodu.** Svépomocí vytvořené ekologické symboly bez certifikačního systému budou od září nepřípustné.
- 5. Nezapomeňte na checkout.** „CO₂ neutrální doprava“ je totéž, jen o něco níže v prodejním trychtýři. A právě tam se při interních auditech nikdy nikdo nedívá – kontrolní komise se tam ale možná podívá.
- 6. Kontrolujte jednotlivé země a jazykové verze zvlášť.** Francouzská šablona není německá šablona. Platí princip místa trhu: uplatňuje se právo trhu, na kterém je reklama provozována. Francie má vlastní požadavky na tvrzení o klimatické neutralitě už od roku 2022, které byly mezitím pravděpodobně ještě rozšířeny. Švýcarsko uplatňuje své předpisy od ledna 2025.
- 7. Napište zákazníkům, jejichž potisky budou problematické.** Jediný bod na tomto seznamu, který vydělává peníze místo toho, aby je utrácel. Kdo ví, které tiskoviny jeho zákazníků se od září stanou problematické, prodá na podzim dotisky a nebude muset v zimě poskytovat kompenzace.
- 8. Určete člověka, který smí říct ne.** Efektivní řízení (governance) obsahu není o procesech, ale o lidech. Stačí vám jeden rozumný, kriticky uvažující člověk s právem veta, který nepustí ven nic, co by mohlo poškodit jméno firmy.
- 9. Výrazně si označte 26. září v kalendáři.** Sobota. Poslední pracovní den před oficiálním rozhodným datem, které připadá na neděli. Od následujícího pondělí jsou zaměstnanci advokátních kanceláří specializovaných na žaloby zase v kanceláři.

bezvadných výrobků a materiálů.

To není ani ekonomicky únosné, ani ekologicky smysluplné.“

A pokračuje: „Spolková vláda se nyní musí důrazně zasazovat o praktické řešení na úrovni EU.“

Má pravdu. Zákon proti greenwashingu, který vede k tomu, že se bezvadně skládačkové krabíčky skartují jen proto, že je na nich slovo, které od jedné neděle na konci září už nesmí být uvedeno, má „konstrukční“ chybu. Kvůli životnímu prostředí spalovat životní prostředí – to je přesně ten druh logiky, který vzniká, když si právníci a ekologové včas nesednou ke společnému stolu. Jenže to je argument pro přechodné lhůty na doprodej, nikoli proti tomuto pravidlu. Důležitější než jakékoli stanovisko je ostatně to, co svaz paralelně dělá prakticky. BVDM prověřuje vlastní certifikační systém, aby značky Klimainitiative

zůstaly právně použitelné i po rozhodném datu, a v červenci 2026 zveřejnil pro své členy průvodce ve formě FAQ. Zní to jako práce svazu v tom nejnudnějším slova smyslu. Ve skutečnosti je to ale **otázka přežití pro velkou část průmyslu.** Podle údajů BVDM zaměstnává přibližně 83 procent z asi 6 000 podniků méně než 20 lidí. Tyto firmy si samy nevybudují externě ověřovaný systém klimatické bilance. Buď bude existovat kolektivní řešení, nebo tyto firmy od září o životním prostředí raději neřeknou vůbec nic.

A teď dobrá zpráva

Za prvé konečně vyhrává podstata. Kdo skutečně investoval do úspornějších strojů, vlastní fotovoltaiky, skutečné zelené elektřiny, Modrého anděla, barev bez minerálních olejů nebo recyklovaného papíru, bude to od září moci říct a doložit. Kdo si

tvrzení koupil pouze bankovním převodem, bude stát vedle a mlčet. Dvacet let vypadali oba v prospektu stejně zeleně. Tato nespravedlnost uvedeným dnem končí.

Za druhé se ekologické tvrzení stává otázkou dat – a to je domácí hřiště pro tisk. Doložitelné tvrzení o výrobku, fázi životního cyklu, zdroji a časovém období není nic jiného než vlastnost produktu. Vlastnosti produktu patří do PIM (Product Information Management), do kalkulace, do API (Application Programming Interface), do záznamu nabídky. Kdo dokáže spočítat papír, energii a proces na jednu zakázku, bude v budoucnu prodávat číslo namísto přídatného jména. Číslo lze automatizovat. Přídatná jména může opisovat každý. **Za třetí vzniká z ničeho nový poradenský byznys.** Každá tiskárna ví, co je uvedeno na obalech jejích zákazníků. Kdo

nyní projde jejich produkty a zákazníkovi řekne, které náklady nebo potisky budou od 27. září problémem, prodává dotisky a redesigny, místo aby v prosinci řešil reklamace. Odpovědnost nese zákazník. Tiskárna může varovat. Málokdy byla péče o zákazníka tak dobře kalkulovatelná.

Za čtvrté se trh pročistí. Debata o životním prostředí v polygrafii byla dvacet let založena na tvrzeních. Nyní existuje evropské měřítko. To, že byla samostatná směrnice Green Claims Directive zastavena, na tom nic nemění. EmpCo je platné právo a kdo čeká, že zase zmizí, vsadil na špatného koně.

Máme se připravit na novou vlnu žalob na online print?

Stručná odpověď: vlna pravděpodobně ne, ale cílená palba ano. Tady je současný stav v pěti větech:

„Pro“ hovoří: Nové zakázky jsou na černé listině. Žádné zvažování, žádné vyvažování zájmů, stačí screenshot. A napsat skript, který projde tři sta e-shopů a vyhledá „klimaticky neutrální“, zvládnete za jedno odpoledne. Nejdražší část každého právního útoku, tedy hledání, odpadá.

„Proti“ hovoří: Zákon proti zneužívání žalob z roku 2020 účinně vysušil „masový“ byznys založený na chybějících údajích v tiráži a poučení o odstoupení od smlouvy. Hospodářská sdružení musejí být vedena na seznamu Spolkového úřadu pro spravedlnost a zneužití práva je výrazně obtížnější. Pro hromadně rozesílané výzvy je navíc téma příliš komplikované, protože tvrzení týkající se životního prostředí vyžadují větší prověřování než chybějící povinná informace.

Kde to bude opravdu drahé: Ne u první výzvy, ale až u následného prohlášení o zdržení se jednání.

Kdo ho podepíše, ručí za každý opakovaný případ smluvní pokutou. A e-shop s několika tisíci produktovými stránkami, filtry, datovými listy a automatizovanými e-maily je z provozního hlediska obtížné dokonale vyčistit. Zapomenutý text kategorie z roku 2021 může být dražší než výzva, která jej vyvolala. Před podpisem musí k jednomu stolu usednout právník a IT současně, nikoli jeden po druhém.

K pokutám, které se právě předpovídají: § 19 UWG stanoví až 50 000 eur, u ročního obrátu nad 1,25 milionu eur až 4 % ročního obrátu, s limitem 2 miliony eur. Zní to dramaticky, ale vztahuje se to pouze na rozsáhlá porušení s unijním rozměrem v rámci koordinovaných opatření k prosazování práva. Pro tiskárnu s nešťastným slovem v patičce to není realistický scénář. Kdo těmito čísly straší, má obvykle co prodávat.

A skutečný point:

Nejnebezpečnější žaloba nepříjde od advokáta, kterého neznáte. Příjde od kolegy, kterého znáte z veletrhu. Kdo si sám uklidil a přitom přišel o jeden prodejní argument, nebude od 28. září rád sledovat, jak ho konkurent dál používá. Tento motiv přichází přímo z oboru a je silnější než jakýkoli zájem profesního svazu.

Můj pohled: Řekněme si to na rovinu: Pobouření v oboru se netýká ochrany životního prostředí. Týká se ztráty prodejního argumentu. To lze říct, aniž bychom někomu připisovali špatné úmysly. Ale měli bychom to alespoň poctivě pojmenovat, než podepíšeme další stanovisko. Kdo si dvacet let pronajímal image ekologické firmy, neměl by být překvapen, když smlouva vyprší.

Kdo 28. září zjistí, že má problém, neměl problém s dodržováním předpisů, ale s řízením firmy. Směrnice pochází

z února 2024. Německý zákon je od února 2026 ve Spolkové sbírce zákonů. To jsou dva a půl roku předstihu. Kdo tento čas promarnil, není obětí Bruselu, ale učinil manažerské rozhodnutí. Konkrétně rozhodnutí to nechat být.

Čekat na svaz není strategie.

To, že BVDM přepracovává svůj certifikační systém, je správné a důležité a pro tisíce malých firem jediná realistická možnost. Nová značka ale není nový argument. V nejlepším případě je vstupenkou. Kdo deleguje celý svůj profil udržitelnosti na kolektivní značku, nebude mít ani po její úpravě nic, čím by se odlišil od konkurenta, který používá stejnou značku. Svaz může nabídnout licenci. Jak z vlastního úsilí znovu udělat konkurenční výhodu, má každý podnik ve svých rukou.

To, že Německo se probudilo včas, je konkurenční výhoda, která se objevuje jen zřídka.

Zatímco Komise napomenula dvacet členských států, němečtí dodavatelé měli náskok sedmi měsíců. Kdo ho využil, bude v říjnu na evropském trhu jedním z mála, kdo bude schopen poskytovat podložená tvrzení, zatímco konkurence v Madridu a Varšavě bude ještě třídit. Je to časové okno, nikoli trvalý stav. V roce 2027 se uzavře. A nakonec to nejnepříjemnější poznání. Otázka, kterou si firmy v polygrafickém průmyslu kladou, zní: Co ještě vlastně smím říkat? Jenže to je špatná otázka. Správná otázka zní: Co vlastně dokážu změřit? Kdo na ni nemá odpověď, nikdy neměl ekologickou strategii. Měl ekologickou komunikaci. **Tečka.** Politika by mezitím měla rychle dodat přechodné lhůty pro doprodej, a to ještě před zářím, nikoli dodatečně. Ekologický zákon, který vede k ničení zdrojů, dodává svým odpůrcům municí rovnou do ruky.

Aktuální situace ve výrobě papírů a lepenek v Evropě

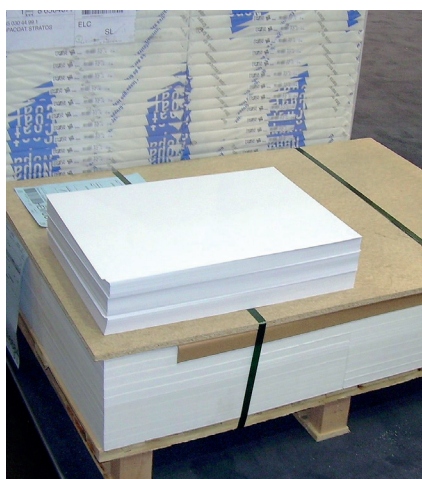
Celková evropská výroba papírů, kartonů a lepenek v Evropě se nevyvíjí v posledních letech příznivě a obdobný pokles zaznamenala i většina globálních konkurentů. Evropský papírenský průmysl však těží ze své vedoucí pozice v oblasti materiálů na biologické bázi a oběhového hospodářství, což přispívá k jeho celkové odolnosti. Pro Print Forum píše Miloš Lešíkar, šéfredaktor časopisu Papír a celulóza.

Stav a trend

Výroba v zemích CEPI se meziročně snížila v roce 2025 o 1,5 %. Celkový produkční trend již od roku 2021 není pozitivní, což odráží problémy, s nimiž se v uplynulých pěti letech potýkají prakticky všechna evropská průmyslová odvětví v důsledku nepříznivého makroekonomického vývoje: slabé poptávky, výrazného dopadu vysokých cen energií a výrobních nákladů ve srovnání s globální konkurencí, jakož i rostoucí regulační zátěže v Evropě, geopolitických výzev a silícího obchodního napětí.

Výroba grafických papírů, která je nadále výrazně zranitelnější než ostatní segmenty papírenské produkce, v roce 2025 poklesla až o 7,2 %. Sortimenty obalových papírů a lepenek (+ 0,1 %), hygienických papírů (tissue) (– 0,8 %) a ostatních papírů a lepenek (+ 0,4 %) se však jeví jako relativně stabilní.

Výkonnost evropského sektoru průmyslu papíru a celulózy v roce 2025 je třeba posuzovat i ve srovnání s globální konkurencí. Zatímco celosvětová výroba papíru a lepenky zůstala prakticky beze změny (– 0,3 %), ve většině významných producentů zemí byl pokles výraznější než v Evropě. Spojené státy, Japonsko, Kanada a Jižní Korea zaznamenaly pokles výroby v rozmezí od – 1,9 % do – 5,7 %. Výjimkou však byla Brazílie (+ 0,1 %), která je významným vývozcem buničiny do Evropy, a především pak Čína (+ 2,9 procenta), která od roku 2020 výrazně zrychluje růst papírenské



výroby ve všech sortimentech a stala se již největším světovým producentem. Údaje společnosti Deloitte však také ukazují, že Evropa nemá konkurenci v klíčových ukazatelích konkurenceschopnosti: ve směřování toků biomasy do výroby biomateriálů a ve vysoké míře využívání oběhových materiálů, která je z velké části tažena právě evropským papírenským průmyslem.

Situace na trhu papíru v ČR

V uplynulém roce se ve statistikách celkové produkce papíru u nás začalo projevovat uvedení do provozu nové výrobní kapacity ve Štětí a došlo tak k celkovému vzestupu výroby papírů a lepenek na 1,033 mil. tun. Mírně stoupla také spotřeba (celkem 1,451 mil. tun) i když zde bylo zaznamenáno zvýšení jen o 2,3 % v porovnání s dosaženým výsledkem roku 2024.

Celá sekce papírů a lepenek vykázala vloni výrazný produkční vzestup na 116 %, který je v porovnání se statistickými údaji za Evropu (CEPI) mimořádný. Z výše

uvedených údajů je také zřejmé, že dovozy byly i v roce 2025 opět vyšší než celá tuzemská výroba. Jen tak je totiž možné zajistit pokrytí vlastní spotřeby, a část importů byla dokonce opět reexportována (export z ČR činil 1,032 mil. tun papírů a lepenek). Po několika letech se projevilo i zvýšení spotřeby grafických papírů, které jsou do ČR z 90 % importovány (statistika vykazuje vzestup o 1,3 %) a dodávány na trh především prostřednictvím nadnárodních velkoobchodních společností. Zvýšila se o 3,5 % také spotřeba obalových a baličích papírů, kterých je více než 66 % z celkové spotřeby všech papírů, kartonů a lepenek v tuzemsku. Největší položkou jsou zde přitom suroviny na vlnité lepenky, které jsou dominantním obalovým materiálem. Prakticky na setrvalé úrovni zůstává spotřeba ostatních (speciálních) papírů a lepenek a rovněž i hygienických (tissue) papírů. Podle pololetních výsledků statistik 2026 zůstává tuzemská výroba oproti loňsku na prakticky setrvalé úrovni. Celková spotřeba papírů a lepenek ovšem opět dosti výrazně stoupá, dokonce až o 8 %. Pozitivní vzestup uplatnění byl zaznamenán opět i u tiskových (grafických) papírů, což by mělo vypovídat o zlepšení situace na polygrafickém trhu. Za první pololetí letošního roku tedy také znamenáváme opět i vyšší importy ve všech druzích papírů, a to o 7 %.

Tištěné letáky z českého maloobchodu jen tak nezmizí

Myslí si to (a není sám) i prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu (SOCR) Tomáš Prouza. Je přesvědčen, že tištěné letáky mají v českém maloobchodě stále nezastupitelné místo. Pravidelně je čtou více než dvě třetiny spotřebitelů a obchodníci potvrzují přímý vliv letáků na návštěvnost.

Tištěné letáky jsou a ještě dlouho zůstanou klíčovým komunikačním nástrojem českého retailu. Členové Svazu obchodu a cestovního ruchu navíc potvrzují, že letáky mají prokazatelný dopad na návštěvnost prodejen.

„Letáky máme často spojené s nabídkou potravin, ale velmi dobře fungují i u nepotravinářského zboží, které lidé nekupují tak často. Leták tak slouží jako úspěšná připomínka existence daného obchodu a jako inspirace, co nového by si člověk mohl koupit, ať už jde o dům a zahradu, elektro či třeba sportovní vybavení,“ říká Tomáš Prouza. „Mladší generace samozřejmě více reaguje na digitální komunikaci a postupně roste podíl nákupů přes influencerů a sociální média, stále jde ale o malou část prodejů a letáky rozhodně v dalších deseti letech nezmizí.“

Jak potvrzují členové svazu, letáky fungují jako efektivní nástroj pro řízení návštěvnosti. Obzvláště důležité jsou pro starší zákazníky (kategorie 50+), kteří tvoří významnou část zákaznické základny maloobchodu a mají často vyšší průměrný nákup. Letáky jim umožňují naplánovat nákupy a hledat nejvýhodnější nabídky, protože u nich přetrvává citlivost na cenu a zároveň mohou do nákupů investovat více svého času. Letáky jsou pevnou součástí integrované komunikační strategie. Nejde o volbu „buď digitál,



Tomáš Prouza

nebo tisk“, ale o kombinaci obou přístupů. Svaz obchodu a cestovního ruchu letáky nepovažuje za překonané. Všichni obchodníci hledají způsoby, jak je lépe propojit s digitálními kanály a zvýšit jejich efektivitu. Více si testují, co a kde funguje a letáky využívají i pro posilování své značky, nejen pro cenovou komunikaci. Tomáš Prouza však očekává evoluci ve formátu. Budoucnost podle něho patří kratším, cílenějším letákům s vyšší kvalitou obsahu a lepším propojením s digitálními kanály. Říká, že členové SOCR testují také regionální přizpůsobení obsahu podle specifických potřeb jednotlivých oblastí nebo jako nástroj podpory lokálních dodavatelů, kteří by se v celostátním letáku neměli šanci objevit.

Na otázku, jak obchodníci vnímají soužití tištěných letáků s dalšími online nástroji, Tomáš Prouza odpovídá:

„Tištěný formát je rozhodně nezbytnou součástí komunikačního mixu, ale klíčovým slovem je právě mix. Nejúspěšnější jsou kampaně, kde se letáky propojují s mobilními aplikacemi, věrnostními programy a personalizovanými nabídkami. QR kódy v letácích směřují zákazníky k dalším informacím v online podobě, což zvyšuje efektivitu obou kanálů. Budoucnost patří hybridním řešením. Mimochodem, některé řetězce už letáky s individualizovaným obsahem pro různé zákaznické segmenty testují, stejně jako se testují různé moderní technologie, často pro celou Evropu, protože Češi patří mezi nejnáročnější zákazníky v celé Evropě.“

Obchodníci aktivně a dlouhodobě pracují na snižování odpadu. Používají certifikovaný papír z udržitelných zdrojů, optimalizují náklady distribuce podle skutečné poptávky v jednotlivých regionech a testují kratší formáty letáků s větším důrazem na kvalitu obsahu než na objem stránek. Letáky rozhodně nejsou největší zátěží životního prostředí, větší úsporu je třeba hledat ve zlepšení recyklovatelnosti obalů.

(Převzato z Bulletinu se souhlasem společnosti Česká distribuční a redakčně kráceno.)

Projekt Poly-Hub

Dne 29. června 2026 se v sídle ČSVTS v Praze uskutečnila prezentace projektu Poly-Hub. Jde o projekt propojení škol, studentů a firem v polygrafii, který realizuje Společnost tisku. Od Václava Mlynáře.



Předseda Společnosti tisku Václav Mlynář a člen představenstva Martin Shejbal společně představili myšlenky stojící za vznikem projektu, jeho strukturu, zapojené subjekty, cíle i způsob financování.

Co je Poly-Hub a proč vznikl?

Projekt Poly-Hub je přímou reakcí Společnosti tisku na nepříznivý demografický vývoj v polygrafickém oboru. Průzkumy dlouhodobě ukazují, že podíl pracovníků s odborným vzděláním v polygrafii klesá, což se negativně projevuje na kvalitě i efektivitě produkce. Jednou z klíčových příčin tohoto trendu je skutečnost, že většina absolventů odborných polygrafických škol po ukončení studia odchází zcela mimo obor. Studenti jednoduše nemají dostatečné povědomí o tom, jak moderní a technologicky vyspělá polygrafie dnes je.

Obor jim proto připadá neatraktivní. K tomu se přidává komunikační vakuum: firmy nedokážou oslovit mladé lidi způsobem, který je pro ně přirozený. Studenti jsou zvyklí na online komunikaci – rychlou, pohodlnou a dostupnou odkudkoli. Pokud ji nenajdou, odcházejí tam, kde ji mají.

Platforma, která propojuje

Poly-Hub je komunikační platforma dostupná ve dvou podobách: jako mobilní aplikace pro studenty a učitele, a jako webová aplikace pro školy a podniky. Jejím hlavním cílem je zjednodušit a zefektivnit propojení všech klíčových aktérů – studentů, učitelů, škol a průmyslových firem. Výsledkem má být snazší hledání pracovních příležitostí pro studenty a přístup k vzdělaným novým pracovníkům pro firmy. Vedle přímé komunikace mezi

studenty a zaměstnavateli platforma nabídne také prostor pro spolupráci škol s podniky a pro interní komunikaci škol se studenty. Vše je navrženo tak, aby co nejúčinněji podporovalo hlavní poslání projektu.

Vývoj s účastí studentů, spuštění na podzim

Aplikace je v současné době ve fázi vývoje, na němž se budou podílet sami studenti. Cílem bylo uvést první verzi do provozu v září tohoto roku. Platforma bude dále průběžně rozvíjena a modernizována – na základě zpětné vazby od skutečných uživatelů.

Závěr akce Poly-Hub patřil živé diskusi o přínosech, úskalích a dalším potenciálu projektu.



Váš průvodce na cestě od kreativního konceptu k finální realizaci



Publikace představuje zásadní zdroj informací pro každého, kdo se pohybuje ve světě grafické produkce. Tato odborná publikace je nezbytným pomocníkem všem, kteří chtějí, aby jejich tiskoviny a vizuální materiály dosahovaly špičkové kvality. Kniha vás provede celým procesem od prvotního návrhu až po finální zpracování.

Pro koho je kniha určena?

- ▶ **Studentům tiskové a vizuální komunikace:**
Jako komplexní studijní materiál s důrazem na praxi.
- ▶ **Grafikům a designérům:**
Aby vaše návrhy v tiskárně dopadly přesně podle představ.
- ▶ **Polygrafickým pracovníkům:**
Pro prohloubení odborných znalostí a sledování trendů v oboru.
- ▶ **Produkčním a marketérům:**
Pro lepší orientaci v materiálech, technologiích a nákladech.
- ▶ **Zadavatelům reklamy,**
kteří chtějí lépe rozumět výrobním procesům.

Proč si publikaci pořídit?

- ▶ **Praktická orientace:**
Množství schémat, tabulek, obrazových příloh a reálných ukázek.
- ▶ **Srozumitelnost:**
odborný text je psán přístupnou formou.

Prodej publikací:

▶ **info@svazpp.cz**

Více info na:

▶ **www.svazpp.cz**



VYŠŠÍ ODBORNÁ
ŠKOLA GRAFICKÁ
A STŘEDNÍ PRŮMYŠLOVÁ
ŠKOLA GRAFICKÁ



Svaz
polygrafických
podnikatelů, z.s.

Přesah působnosti Svazu polygrafických podnikatelů do oblasti školství v ČR

Svaz polygrafických podnikatelů (SPP) již několik let úzce spolupracuje s Národním pedagogickým institutem (NPI ČR, dříve NÚV) a v posledních šesti letech také s Centrem pro zjišťování výsledků vzdělávání (CZVV neboli Cermat). Styčnými osobami pro spolupráci v rámci těchto institucí jsou: odborná garantka pro polygrafii Ing. Vladimíra Zezulková (NPI) a editorka závěrečných zkoušek Ing. Lenka Bečvářová (CZVV), v jejíž gesci je mj. vzdělávání v polygrafických oborech. Posledně jmenovaná je i autorkou textu.



Spolupráce SPP s institucemi přímo řízenými MŠMT

NPI ČR je organizace přímo řízená Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT). Je školským, metodickým, kurikulárním, výzkumným a poradenským zařízením, které se zaměřuje na předškolní, základní, střední a vyšší odborné vzdělávání, včetně základního uměleckého, jazykového, neformálního a zájmového vzdělávání a které rovněž podporuje vzdělávání a další profesní rozvoj pedagogických pracovníků v ČR. Spolupráce SPP s NPI ČR a odbornými školami je přínosná zejména při tvorbě a revizích rámcových vzdělávacích programů (RVP) formou různých doporučení, posudků a odborných konzultací. Cermat je také organizace přímo řízená MŠMT. Zajišťuje realizaci

Spolupráce SPP a Cermatu probíhá především ve dvou rovinách, a to přímo v rovině editor ZZ – prezident SPP a nepřímo prostřednictvím tzv. „svazových“ škol a jejich zástupců. SPP pod sebou sdružuje a metodicky, materiálně i jiným způsobem podporuje celkem deset škol, z toho jednu vysokou školu a devět středních odborných škol vyučujících polygrafické obory vzdělání. Mezi tyto školy patří:

1. **Fakulta chemicko-technologická Univerzity Pardubice** (<https://fcht.upce.cz>) Katedra polygrafie a fotofyziky, 532 10 Pardubice, Studentská 95 (za polygrafii: Ing. Jan Vališ, Ph.D., současný předseda Komise, viz níže)
2. **Vyšší odborná škola grafická a Střední průmyslová škola grafická** (www.hellichovka.cz). 118 00 Praha 1, Hellichova 22 (ředitel: Ing. Radek Blahák)
3. **Střední škola mediální grafiky a tisku, s. r. o.** (www.medialnigrafika.cz) 199 00 Praha 9, Beranových 140 (jednatel a ředitel: RNDr. Jozef Dudáš)
4. **Vyšší odborná škola obalové techniky a Střední škola** (www.odbornaskola.cz) 411 08 Štětí, Kostelní 134 (ředitel: PhDr. Jiří Konvalinka)
5. **Střední průmyslová škola Otty Wichterleho, Hronov, Hostovského 910** (<https://spsow.cz>); Centrum Velké Poříčí, 549 32 Velké Poříčí, Náchodská 285 (ředitel: Ing. Josef Matyáš)
6. **Střední odborná škola mediální grafiky a polygrafie, Rumburk, příspěvková organizace** (www.sosmgp.cz) 408 01 Rumburk, Jiřikovská 840/4 (ředitel: Ing. Richard Sýkora)
7. **Střední škola grafická Brno, příspěvková organizace** (<https://ssgbrno.cz>), 627 00 Brno, Šmahova 364/110 (ředitel: Ing. Petr Veselý)
8. **Střední škola grafiky a médií Olomouc** (<https://sgmo.cz>) 779 00 Olomouc, Střední novosadská 87/53 (ředitel: Mgr. et Mgr. Petr Skyva)
9. **Střední průmyslová škola polytechnická – Centrum odborné přípravy Zlín** (www.spspzlin.cz) 760 01 Zlín, Nad Ovčírnou 2528 (ředitel: Ing. Bc. Jiří Charvát)
10. **Albrechtova střední škola** (www.albrechtovastredni.cz) 737 01 Český Těšín, Tyršova 2/611 (ředitel: Mgr. Pavel Cieslar)

plošných evaluačních projektů. V oblasti středního všeobecného a odborného vzdělávání se jedná o centrální zajištění a následné vyhodnocení výsledků jednotné přijímací zkoušky a maturitní zkoušky (u středního vzdělávání s maturitní zkouškou), v oblasti

středního odborného vzdělávání pak ve spolupráci s odborníky ze škol zajištění podkladů pro závěrečné zkoušky žáků (u středního vzdělávání s výučním listem, kategorie vzdělávání H a E), to vše včetně metodické podpory škol.

Polygrafické obory vzdělání pro uchazeče o studium ve „svazových“ školách

Co se týče středního odborného školství, „svazové“ školy vyučují aktuálně tyto čistě polygrafické obory vzdělání, tj. obory zařazené do skupiny oborů 34 – Polygrafie, zpracování papíru, filmu a fotografie:

Kód oboru vzdělání	Název oboru vzdělání (název RVP)	Studium (vyučující škola)
34-52-H/01	Tiskař na polygrafických strojích	1leté s VL (5; 7) 3leté s VL (5; 6; 9; 10)
34-53-H/01	Reprodukční grafik	1leté s VL (5; 7) 3leté s VL (6)
34-57-H/01	Knihář	1leté s VL (7) 3leté s VL (6; 9)
34-52-L/01	Tiskař na polygrafických strojích	4leté s MZ (5 – pro 2026/2027 neotevřen; 6; 7 – model L+H; 8 – model L+H H)
34-53-L/01	Reprodukční grafik pro média	4leté s MZ (3; 5 – model L+H; 6; 7 – model L+H; 8 – model L+H; 9 – model L+H)
34-57-L/01	Technik dokončovacího zpracování tiskovin	4leté s MZ (7 – model L+H)
34-41-M/01	Polygrafie	4leté s MZ (2; 6; 7; 10)
34-42-M/01	Obalová technika	4leté s MZ (4; 7; 8)

Pozn.: **VL**: výuční list; **MZ**: maturitní zkouška; **1leté studium**: pro absolventy středních škol s ukončeným 4letým maturitním nebo 3letým učebním oborem vzdělání; **Model L+H**: ve 3. ročníku má žák možnost získat výuční list; Jednotlivé obory vzdělání jsou v tabulce přiřazeny k vyučujícím školám prostřednictvím čísla/pořadí škol v seznamu „svazových“ škol uvedeném dříve.

Odvětví polygrafie všeobecně je zaměřeno především na produkci tiskovin, s přesahem i do online médií. Žákům polygrafických oborů vzdělání tedy umožňuje zajímavé a široké uplatnění nejen v tiskárnách, ale také v grafické a produkční přípravě, v technologii a kontrole kvality nebo v distribuci tiskovin a digitálních médií, v reklamních agenturách. Během jednoho až dvou let studia (podle délky studia) se žáci učí technickému základu oboru, ve vyšších ročnících se pak věnují různým specializacím a zaměřením, které daný obor nabízí (detaily a podmínky studia, příp. včetně názvů školních vzdělávacích programů (ŠVP) lze dohledat na webových stránkách jednotlivých škol).

Činnost komise škol s výukou polygrafických oborů vzdělání

Zástupci „svazových“ škol si se zástupci SPP předávají mj. své zkušenosti a informace o novin-

kách v oboru. Za tím účelem se dvakrát ročně osobně setkávají na společném jednání odborné skupiny pro školství – komisi škol s výukou polygrafických oborů vzdělání (dále jen Komise), a to vždy na jaře ihned po konání valné hromady SPP v areálu Výzkumného ústavu pro krajinu, v. v. i. – Vzdělávacího a informačního centra Floret v Průhonicích, a na podzim na půdě jedné ze „svazových“ škol. Místo konání jednodenního, resp. dvoudenního podzimního jednání Komise je plánováno vždy rok dopředu. Ředitel hostitelské školy koordinuje program jednání, organizaci návštěvy účastníků v budově školy i případné exkurze do místních polygrafických podniků a firem v úzké spolupráci se svými blízkými kolegy, editorkou ZZ a prezidentem SPP. Nemalou zásluhu na dobré informovanosti z oblasti školské legislativy a o nových trendech v oblasti polygrafické výroby mají ředi-



tel pražské školy Hellichovka Ing. Radek Blahák a prezident SPP Zdeněk Sobota.

V následující tabulce jsou uvedena jednotlivá podzimní jednání Komise posledních let včetně místa konání:

Rok	Místo konání	Počet dnů
2015	Praha 1	1
2016	Zlín	1
2017	Rumburk	1
2018	Pardubice	1
2019	Velké Poříčí	2
2020	nekonalo se (covid)	0
2021	Olomouc	2
2022	Český Těšín	2
2023	Brno	2
2024	Zlín	1
2025	Praha 1	2
2026 (plán)	Olomouc	2

Spolupráce oddělení ZZ se školami v rámci Komise

Spolupráce „svazových“ škol s Cermatem a jeho oddělením závěrečných zkoušek (ZZ) nespočívá pouze v kontaktu dvakrát ročně, ale probíhá průběžně v rámci celého školního roku. Během roku i po konání závěrečných zkoušek v červnu příslušného roku mají školy možnost připomínkovat obsah jednotného zadání (JZZZ). Editorka ZZ jejich připomínky vypořádá a v případě potřeby

svolává tzv. poradou škol (většinou online) nebo využije pravidelná jednání Komise k představení návrhů nových řešení, nezbytných úprav obsahu závěrečných zkoušek (úkolů a témat) nebo k navázání spolupráce s autory ZZ z řad odborníků ze škol. Příkladem plodné spolupráce oddělení ZZ (Cermat) a „svazových“ škol je v posledních letech celá řada. Odborníci ze škol se podílejí na úpravách jednotného zadání pro žáky tak, aby zadání neobsahovalo chyby, odpovídalo současným trendům v polygrafické výrobě a zároveň nevybočovalo svým obsahem z jednotlivých RVP. Takto byly např. za aktivní účasti zástupců škol v Českém Těšíně a Velkém Poříčí (Ing. Ilona Černická, Mgr. Jiří Jančar) revidovány banky úkolů pro písemnou zkoušku v oborech vzdělání Reprodukční grafik a Tiskař na polygrafických strojích (kategorie H), nebo témata ústní zkoušky, kde s návrhy na úpravu přišli zástupci brněnské školy (Ing. Petr Veselý, Ing. Lada Požárová aj.). Zmínit je třeba i velkou revizi výpočetních a grafických úloh, které se zhostila těšínská škola (Vít Moravec, Mgr. Jiří Jančar). Před třemi lety došlo z podnětu školy mimo SPP k větší revizi ústní zkoušky v oboru vzdělání Knihař. Z témat byly eliminovány tzv. druhé odborné otázky a byl z nich sestaven samostatný soubor, z něhož nyní ředitel/ka školy u zkoušky přiřazuje žákům k vybraným tématům vždy jednu otázku z tohoto souboru. Editorkou takto upravená témata bez zjevné duplicity obsahu byla ještě před zveřejněním předložena „svazovým“ školám ke schválení. Letos přišla zlínská škola (Ing. Jan Suchomel) s návrhem provést podobnou úpravu i v ústní zkoušce oboru vzdělání Tiskař na polygrafických strojích (kategorie H). Návrh byl



jednohlasně přijat a editorkou realizován s tím, že výsledek bude opět předložen členům Komise. V případě schválení bude zařazen do JZZZ pro termín červen 2027. Dalším příkladem spolupráce je návrh zlínské školy na rozšíření tzv. otázek ze světa práce (OZSP), které jsou jednotně součástí témat ústní zkoušky všech oborů vzdělání. Také tento návrh bude realizován v JZZZ pro termín červen 2027.

Komise se v rámci jednání nebrání ani účasti hostů, kteří působí mimo Komisi, ale jejich prezentační příspěvky mohou být pro členy Komise užitečné. Takto již Komise vyslechla např. návrh zástupce ředitele školy v Třebíči Ing. Zdeňka Kneslíka na zařazení jednoduchých otázek z cizího jazyka do písemné zkoušky pro Reprodukčního grafika. Tento návrh byl později realizován. Se zájmem členové Komise sledovali také prezentaci odborníka z Katedry polygrafie a fotofyziky Univerzity Pardubice, doc. Ing. Tomáše Syrového, Ph.D. Letos přednese na podzimním jednání Komise svůj příspěvek supervizorka ZZ Ing. Hana Hušáková. Jeho součástí bude představení písemné e-zkoušky v reálném prostředí a vysvětlení přínosu této formy zkoušky pro žáky i hodnotitele.

Spolupráce škol a firem sdružených pod SPP

Důležitou součástí moderního vzdělávacího systému je spolupráce mezi školami a firmami. Tato spolupráce zahrnuje různé aktivity a projekty, které mají za cíl zlepšovat praktické vzdělávání žáků, např. formou odborného výcviku nebo odborné praxe přímo na pracovištích firem. Také v této oblasti funguje spolupráce „svazových“ škol s SPP, který pod sebou sdružuje velké i malé firmy zaměřené na polygrafickou výrobu. Svaz zprostředkovává školám potřebné informace, podporuje školy materiálním vybavením dílen a odborných učeben, svazové firmy se účastní dnů otevřených dveří ve školách, organizují volnočasové aktivity žáků nebo stáže pro žáky i učitele ve firmách. Všechny tyto aktivity přispívají k tomu, aby ze středních odborných škol vycházeli kvalifikovaní mladí lidé, dobře uplatnitelní na trhu práce. Na základě vývoje trendů v posledních letech je však zřejmé, že některé polygrafické obory vzdělání přestávají být v očích žáků perspektivní. Určitá část žáků studium nedokončí, značné procento absolventů odchází do jiných oborů. Bylo zjištěno, že jednou z hlavních příčin tohoto trendu je chybějící nebo ne vždy dobře fungující systematická vazba mezi žáky, školami a firmami. Společnost tisku, z. s., provedla proto průzkum zejména mezi žáky odborných škol a zjistila, že účinným nástrojem pro zlepšení komunikace mezi výše uvedenými subjekty bude mobilní aplikace, která umožní nebo výrazně zjednoduší komunikaci a propojení všech subjektů. Aplikace dostala název Poly-Hub a Společnost tisku vyhlásila ve školách soutěž o její návrh. Vybrané zaslané grafické návrhy byly v sídle společnosti prezentovány a v květnu 2026 finančně odměněny.

Od tisku k AI: Jak v Letňanech připravují budoucí grafiky pro praxi

Za osmdesát let se polygrafie proměnila od ruční sazby k digitální produkci, 3D tisku a umělé inteligenci. Stejnou cestou prošla také Střední škola mediální grafiky a tisku, která letos slaví 80 let. Vznikla v roce 1946 jako Polygrafické učiliště pro reprodukční fotografy, sazeče, tiskaře a knihaře. Dnes tato moderní odborná škola propojuje tuto tradici s potřebami kreativního průmyslu. PhDr. Miroslava Špačková, Ph.D., ředitelka školy.



Součástí výuky je příprava prezentace, zde se jedna tiskne na tiskárně Canon PRO-4100.

Od návrhu k hotovému produktu

Odborný výcvik ve škole probíhá v nejvýše sedmičlenných skupinách pod vedením grafiků z praxe. Během přibližně 2500 hodin praktické výuky ve škole i firmách studenti poznávají celý proces – od zpracování obrazových a textových dat přes sazbu, typografii a DTP až po tisk a dokončení. Od prvního ročníku studenti pracují s programy Adobe Photoshop, Illustrator a InDesign, později také v After Effects, Premiere Pro, Blenderu a Figmě. Výuka se ale neomezuje jen na zvládnutí softwaru. Studenti pod vedením zkušených pedagogů zvolí technologický postup, respektují požadavky výstupního média a posuzují technickou kvalitu výsledku. Ve fotoateliéru pracují s fotografickou technikou a studiovým osvětlením. Tvoří produktové,

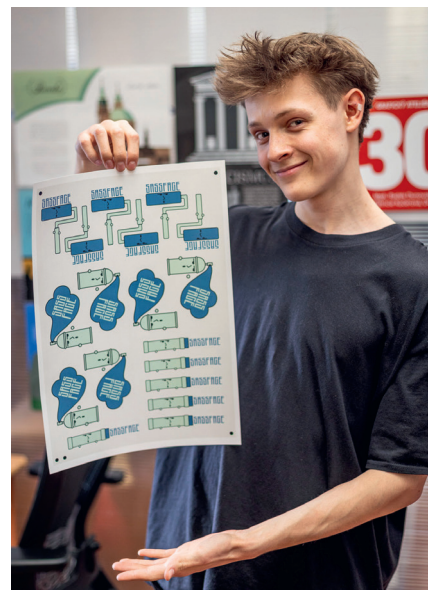
portrétní i další fotografie a využívají je ve vlastních projektech. Při přípravě tiskových dat řeší obrazové rozlišení, správu tiskových barev, spadávku, ořez a korektní export PDF pro prepress.

Technologie ve výuce

Co si studenti navrhnu, mohou si ve škole také vyrobit. Digitální tisk mohou realizovat na tiskovém stroji Konica Minolta AccurioPress C3070, velkoformátové výstupy pak na Canon imagePROGRAF PRO-4100. Pro výrobu maket obalů, reklamních prvků a sign-making používají digitální řezací systém iECHO PK a plotr GCC Jaguar V. Využívají také 3D tiskárnu Bambu Lab X1 Carbon, zařízení RICOH Ri 100 a UNINET iColor 550 pro potisk textilu, tablety Wacom a monitory BenQ. Posuzují vizuální stránku projektu, jeho vyrobiteľnost, vhodnost materiálu i kvalitu zpracování.

AI jako součást pracovního postupu

AI je pro školu běžným nástrojem současné grafické praxe. Studenti ji využívají při řešení, hledání variant a automatizaci rutinních úloh, její výstupy se však učí kriticky hodnotit a odborně zpracovat. AI nenahrazuje znalost typografie, kompozice, retuše ani předtiskové přípravy; rozšiřuje možnosti autora, který grafickému řemeslu rozumí. Absolvent si tak neodnáší jen znalost programů a vlastní portfolio. Rozumí vazbám mezi návrhem, technologickou přípravou a výrobou, což mu usnadňuje vstup do grafických studií, tiskáren, reklamních agentur, nakladatelství i multimediálních firem.



Během prvního ročníku si studenti připraví vlastní samolepky a jiné materiály, s nimiž se později setkají ve firmách.

Polygrafické vzdělávání na Albrechtově střední škole v Českém Těšíně

Albrechtova střední škola, příspěvková organizace, je multioborovou školou, která v současnosti nabízí třináct maturitních a učebních oborů ve třech hlavních oborových větvích – zemědělství, gastronomii a polygrafii. Absolventi učebních oborů mohou dále pokračovat v maturitním nástavbovém studiu oboru podnikání. Pro Print Forum píše Mgr. Jiří Jančar, garant polygrafických oborů.



Polygrafickou větev školy tvoří maturitní obor polygrafie a učební obory aranžér (ŠVP designér v reklamě) a tiskař na polygrafických strojích. V celorepublikovém měřítku jde přitom o vzdělávací oblast zastoupenou pouze na několika málo středních školách. O to významnější je její vazba na skutečné potřeby polygrafického průmyslu a schopnost odborného školství reagovat na technologický vývoj oboru. Historie polygrafických oborů na Albrechtově střední škole je relativně mladá. Některé z nich byly do vzdělávacího programu zařazeny právě v reakci na regionální potřebu kvalifikovaných pracovníků v polygrafickém průmyslu. Maturitní obor polygrafie se v Českém Těšíně vyučuje od roku 2008. V roce 2017 rozšířil portfolio školy učební obor tiskař na polygrafických strojích. K jeho zařazení přispěly rovněž požadavky jednoho z generálních partnerů školy, společnosti FINIDR, s. r. o., která se partnerem školy stala

v roce 2016. Knižní tiskárna sídlící v Českém Těšíně patří k významným zaměstnavatelům v regionu a spolupráce školy s polygrafickou praxí tak představuje důležitou součást odborného vzdělávání.

Modernizace školy

S rostoucími požadavky na odbornost absolventů postupně přestávaly původní polygrafické dílny a počítačové učebny školy odpovídat potřebám současné výuky. Modernizace technologického zázemí se proto stala jednou z podmínek dalšího rozvoje polygrafických oborů. Významným krokem byla v roce 2025 kompletní obnova multi-mediální učebny polygrafie, která slouží především k výuce grafiky, typografie a předtiskové přípravy. Studenti zde získávají znalosti a praktické dovednosti pro zpracování tiskových dat a seznamují se s postupy, které předcházejí samotné tiskové produkci. Na modernizaci předtiskového pracoviště nyní navazuje zásadní obnova praktického zázemí pro samotný tisk. Začátek školního roku 2026/2027 je spojen s výstavbou a vybavením nové polygrafické a tiskové dílny. Její technologické vybavení rozšiřuje možnosti praktické výuky. Nově je dílna vybavena digitální DTF tiskárnou pro termotransferový tisk. Instalován byl rovněž nový sítotiskový karusel včetně sušícího tunelu a technologické vybavení doplnila velkoformátová



stohová řezačka papíru. V průběhu října 2026 bude v dílně instalován také dvoubarvový ofsetový tiskový stroj Heidelberg.

Konvenční i digitální tisk

Albrechtova střední škola i nadále počítá s výukou konvenčních tiskových technik, jejichž znalost je pro pochopení polygrafických procesů a získání odborného základu důležitá, postupně však výuku doplňuje o další digitální technologie a reaguje na inovace, které do polygrafického průmyslu přinášejí technologický vývoj. Postupná modernizace výuky a technologického vybavení Albrechtovy střední školy má především zvýšit připravenost absolventů pro jejich budoucí profesní uplatnění. Škola zároveň usiluje o to, aby mladí lidé získávali nejen kvalifikaci, ale také reálnou představu o současné podobě polygrafického průmyslu a možnostech profesního rozvoje v tomto odvětví.

Ve Štětí se rodí budoucí odborníci pro obalový průmysl

Vyšší odborná škola obalové techniky a Střední škola ve Štětí vychovává specialisty, kteří umějí propojit výtvarný návrh s reálným provozem. Klíčovou roli zde hraje projektová výuka zadávaná ve spolupráci s firmami z oboru, díky níž studenti od počátku studia pracují na reálných zakázkách. Píše bc. Petr Kalous, učitel odborných předmětů Vyšší odborné školy obalové techniky a Střední školy ve Štětí.

Škola, která myslí na průmysl

Vyšší odborná škola obalové techniky a Střední škola ve Štětí připravuje odborníky pro obalový a polygrafický průmysl v prakticky orientovaném prostředí, které propojuje výtvarnou tvorbu s technickým, materiálovým a výrobním myšlením. Studenti se učí, že kvalitní obal musí zároveň chránit výrobek, komunikovat značku, respektovat materiálové a technologické limity – a hlavně být vyrobitelný v reálném provozu. Výuka vede studenty od konceptu přes návrh konstrukce, grafický design obalu, typografii, sazbu a grafickou úpravu až k finálnímu prototypu. Studenti tak reálně aplikují získávané poznatky z konstrukce obalů, nauky o materiálech, obalových a tiskových technologiích až po přípravu dat pro tisk a výrobu.

Celý proces, který si studenti osvojují, kopíruje reálnou zakázku: zadání výrobku a značky → grafický návrh → volba materiálů a konstrukce → příprava tiskových dat → tisk, dokončovací zpracování nebo digitální výroba → prototyp. Díky tomu absolventi rozumějí nejen výtvarné stránce obalu, ale i tomu, co znamená jeho příprava a realizace na straně vývoje a výroby u zpracovatele.

Projekty zadávané přímo z praxe

Škola dlouhodobě staví výuku na úzké spolupráci s firemním sektorem – projektová zadání pro



studenty připravuje ve spolupráci nejen se společnostmi Mondi Bupak, Sapril, Smurfit Westrock, Thimm Packaging nebo Tricor. Studenti tak pracují na zakázce pro konkrétní produkt, což jim umožňuje vyzkoušet si celý proces od zadání po realizaci na reálném, nikoli pouze školním příkladu, včetně přímé zpětné vazby odborníků z průmyslu. Pro firmy z oboru má tato spolupráce dvojí přínos: přístup k čerstvým nápadům, možnost poznat budoucí zaměstnance již během studia a rozvíjení nové generace obalových designérů. Absolventi tak do praxe přicházejí se zkušenostmi, jak vypadá komunikace se zadavatelem,

jaká jsou reálná omezení výroby a jak návrh obhájit před klientem. Perspektivu dalšího rozvoje oboru představuje neustále se rozšiřující portfolio strojového vybavení školy, od digitálních tiskových strojů přes vzorkovací plotry až po 3D skenování a tisk. V neposlední řadě je škola nově vybavena vlastní laboratoří pro testování materiálů. Studenti tak získávají další nástroj, jak převést nápad do funkčního a vyrobitelného řešení.

Praxe, prezentace a jazyky

Součástí studia je odborná praxe, prezentace vlastních projektů a obhajoba návrhu, k čemuž patří i odborný jazyk včetně terminologie oboru. Škola tak vede studenty k tomu, aby uměli své návrhy nejen vytvořit, ale i obhájit a komunikovat s výrobcí, dodavateli, zadavateli i dalšími partnery obalového a polygrafického průmyslu.

Proč na tom polygrafii záleží

Kombinace kreativních a technických dovedností, kterou škola rozvíjí, odpovídá potřebám výrobců obalů, kterým dodává absolventy schopné promýšlet návrh od začátku do konce v mezích reálné výroby. Pro obalářské a polygrafické firmy tak jde o potenciální budoucí zaměstnance, kteří rozumějí jak výtvarné stránce zakázky, tak jejím technologickým a materiálovým omezením.

Jak to dělá Houston, Houston, Houston...

Jak se americká univerzita snaží získat pro tisk a obaly studenty, kteří původně o polygrafii vůbec neuvažovali. Volně zpracoval pro Print Forum ze zahraničních serverů Jiří Richtr.

Když se dnes v polygrafii mluví o budoucnosti, dříve nebo později přijde řeč na lidi. Kde vzít novou generaci? Jak přesvědčit mladé, že tisk není obor minulosti? A hlavně – jak je vůbec přimět, aby o něm začali uvažovat? V Houstonu v USA na to jdou trochu jinak. Nehledají budoucí tiskaře mezi středoškoláky. Hledají je mezi vysokoškolskými studenty, kteří už studují obor blízký dnešní polygrafii – digitální média.

Na University of Houston proto vznikla iniciativa, která propojuje tamní program Digital Media s tiskárnami, obalovými firmami, dodavateli technologií a profesními organizacemi. Její název je **Print and Packaging Industry Initiative** a její ambice jsou překvapivě jednoduché: ukázat studentům, že tisk a obaly mohou být zajímavou kariérní cestou. A přitom nejde o studenty polygrafie.

Kyla o tisku původně vůbec neuvažovala

Příběh studentky Kyly Vargasové je pro celý projekt příznačný. Kyla byla studentkou čtvrtého ročníku University of Houston v programu *Digital Media*.

Už na střední škole se zajímala o digitální média a seznámila se s programy Adobe Creative Suite. Na univerzitě se věnovala mimo jiné grafickému designu, tvorbě videí a dalším oblastem digitální tvorby. O tisku a obalech ale původně neuvažovala.

Jak sama řekla v rozhovoru pro server WhatTheyThink, vůbec netušila, že **print a packaging mohou být kariérní možností nebo dokonce oblastí, která souvisí**



Kyla Vargas

s digitálními médii. Zlom přišel až ve chvíli, kdy absolvovala předmět Graphic Communications. Tehdy zjistila, že digitální znalosti mohou vést k něčemu velmi konkrétnímu, hmatatelnému a velice zajímavému – k tisku a obalům. A právě na takové studenty Houston míří. Ne na mladé lidi, kteří už se rozhodli být tiskaři. Na mladé lidi, **kterí zatím vůbec netuší, že by je tisk mohl zajímat.**

Tři cíle

Iniciativa vznikla jako spolupráce PIA MidAmerica a programu Digital Media University of Houston. Má tři základní pilíře:

- 1. Vzbudit mezi studenty zájem o kariéru v tiskařském průmyslu**
- 2. Zvýšit znalosti pedagogů o současných tiskových technologiích a jejich výuce**
- 3. Obohatit předměty související s tiskem v rámci programu Digital Media**

Když se zde mluví o „pedagozích“, nejde o učitele na základních školách nebo gymnáziích. Jde především o univerzitní pedagogy



Chans Montgomery

programu Digital Media, tedy učitele, kteří připravují studenty na jejich budoucí profesní dráhu. Houston se tedy nesnaží změnit školní osnovy od základní školy. Snaží se změnit něco možná jednoduššího: aby student, který se učí digitální média, věděl, že své znalosti může uplatnit také v tiskárně nebo v obalovém průmyslu.

Proč právě studenti Digital Media?

Dnešní tisk už totiž není jen otázkou papíru, barvy a tiskového stroje. Potřebuje lidi, kteří rozumějí digitálním datům, grafice, designu, softwaru, komunikaci, obrazu, automatizaci a technologiím. Student Digital Media proto nemusí svůj obor opouštět, aby mohl vstoupit do polygrafie. Naopak. Může v ní své dosavadní znalosti využít. A právě to se Houston snaží studentům vysvětlit. Jedním z překvapení pro Kyly Vargasovou bylo zjištění, že řada studentů měla o tisku úplně jinou představu. Spojovali si ho s technologií, která je zastaralá. Jenže když se dostali blíž k současnému

průmyslu, zjistili, že tiskové provozy využívají řadu velmi moderních technologií.

Print Ambassador – tiskařský ambasador?

Jedním z nejzajímavějších prvků programu *Digital Media* je funkce **Print Ambassador**.

Kyla Vargasová tuto funkci získala jako placenou stáž a jejím úkolem bylo pomáhat propojovat studenty University of Houston s místní tiskovou a obalovou komunitou. A kdo by měl mladým lidem lépe vysvětlit, že tisk může být zajímavý, než někdo, kdo sedí vedle nich ve stejné posluchárně?

Kyla spolu s další studentkou, Chans Montgomeryovou, organizovala networkingová setkání studentů s tiskárnami a obalovými firmami. Přípravovaly také vzdělávací materiály pro sociální sítě, letáky a průzkumy mezi studenty. Zjišťovaly, co vlastně studenti o tisku vědí, kolik z nich o něm uvažuje a co by je mohlo zajímat. Dokonce pomáhaly vytvářet mentoringová spojení mezi studenty a profesionály z oboru. Tedy žádná přednáška typu: „*Děti, polygrafie má budoucnost.*“ Spíš: „*Pojďte se podívat, co dnes tenhle obor skutečně obnáší.*“

Přivést studenty k lidem z praxe

Tohle propojení není jen v teoretické rovině. Součástí programu jsou návštěvy tiskových provozů, networkingové akce a praktické zkušenosti. WhatTheyThink uvádí, že při dvou akcích, které pomáhal organizovat druhý Print Ambassador, Chans Montgomeryová, se podařilo přivést více než 40 studentů, z nichž mnozí o kariéře v tisku nikdy předtím neuvažovali. Na druhé straně se s nimi setkala více než 60 profesionálů z oboru. A to už není jen propagace. Je to první kontakt mezi budoucím absolventem a potenciálním zaměstnavatelem.

Pedagogové nejsou stranou

Druhým směrem programu je práce s univerzitními pedagogy. University of Houston má pro svůj program *Digital Media* poradní výbor, složený z odborníků z praxe. Ten se schází dvakrát ročně a pomáhá univerzitě s otázkami výuky, vybavení, softwaru a dalších potřeb programu. Jeho členové také pomáhají studentům získávat stáže a podporují stipendia. V případě Print and Packaging Industry Initiative je tento mechanismus využit ještě konkrétněji. Cílem je, aby pedagogové věděli, **jaké technologie a jaké pracovní příležitosti současný tisk nabízí**, a mohli o nich mluvit se studenty. Pokud učitel zná tisk pouze jako tradiční průmysl, těžko přesvědčí studenta digitálních médií, že v něm může najít zajímavou kariéru.

Houston neříká: Staň se tiskařem!

A možná právě tady je houstonský přístup nejchytřejší. Nikdo po studentovi nechce, aby zahodil svůj obor a začal se učit polygrafii od nuly. Spíš mu říká:

- Umíš grafiku?
- Umíš pracovat s digitálními médii?
- Baví tě komunikační technologie?
- Zajímá tě design nebo komunikace?

Tak se podívej, co všechno s tím můžeš dělat v tiskovém a obalovém průmyslu.

Kyla Vargasová po ukončení studia nehledala výhradně práci v tiskárně. Zajímaly ji grafické komunikace, technická komunikace, digitální role, videografie – a současně připouštěla možnost práce v tiskovém průmyslu.

A právě to je možná důležitá změna pohledu. Polygrafie nemusí mladé lidi získávat pouze jako „tiskaře“. Může je získávat jako grafiky, technology, datové specialisty, obchodníky, konstruktéry obalů, specialisty na digitální výrobu nebo lidi, kteří rozumějí kombinaci digitálního světa a fyzického produktu.

Houstonský recept je vlastně překvapivě jednoduchý

Nečekat, až mladí lidé objeví tisk, ale jít za nimi. Najít je na univerzitě mezi studenty oborů, které už mají k polygrafii blízko. Ukázat jim moderní tisk v praxi. Dát jim možnost setkat se s lidmi z firem. Zapojit samotné studenty jako ambasadory a současně pracovat s pedagogy, aby i oni věděli, kam se průmysl posunul. Houston tím samozřejmě nevyřeší problém nedostatku pracovníků v celém americkém tiskovém průmyslu. Ale ukazuje jednu zajímavou cestu: **Možná totiž není největším problémem to, že mladí lidé o tisk nemají zájem. Možná o něm jen nevědí dost na to, aby o něm mohli začít uvažovat.**

No, a teď už víte: „**Jak to dělá Houston, Houston, Houston...**“





TISK NEKONČÍ TISKEM.

Od časopisu po knihu. Od karty po tašku.

DÁVÁME TISKU FINÁLNÍ PODOBU.

Vazby V1 / V2 / V4 / V8 · Katalogy · Časopisy · Publikace
Papírové tašky · Karty · Horká ražba · Slepotisk

www.unipress.cz



UNIPRESS spol. s r. o. | Svobodova 1431, 511 01 Turnov | Česká republika
☎ +420 481 319 411 | ✉ tiskarna@unipress.cz

igepa.cz



IGEPA CZ SELECT

21. – 22. 10. 2026 | KÁCOV

Partnerské dny IGEPA CZ s bohatým
konferenčním programem.



QR KÓD PRO REGISTRACI

