



ROTO date

VIERMAANDELIJKSE NIEUWSBRIEF VAN ROTO SMEETS

NR. 6 - SEPTEMBER 2005

Wist u dat...

- *Eén diepdruckpers met een breedte van 368 cm ruim 40 miljoen kilo papier per jaar bedrukt!*
- *Een rol diepdruckpapier 8.000 kilo weegt*

Elk nummer van deze nieuwsbrief 'Rotodate' wordt op een ander formaat gemaakt en zal telkens een voorbeeld zijn van één of meerdere voordelen. Bewaar deze nieuwsbrieven daarom goed of geef ze aan uw creatieven. Zo kunt u al in de ontwerpfase van uw publicatie rekening houden met de voordelen van een papierformaat.

Vierkant valt op

GOED DRUKWERK COMMUNICEERT. BEELD EN TEKST ZIJN UITERAARD BELANGRIJK, NET ZOALS KLEUR EN PAPIERKEUZE. MAAR OOK DE CREATIEVE KEUZE VOOR EEN OPVALLEND FORMAAT HELPT.

Veel uitgevers en marketeers grijpen naar het A4-formaat. Logisch, want dit standaardformaat heeft zich op de Europese markt genesteld en kent voor zowel consument als drukker geen geheimen. Het nadeel van deze formaatkeuze is dat deze in de berg informatie er nauwelijks uitspringt.

Anders ligt dat bij een vierkant formaat. Jef Peeters van Roto Smeets België legt uit. "De kunst is om bij een gelijkblijvend papieroppervlak het maximale rendement uit een vel of een rol papier te halen en tegelijkertijd maximaal op te vallen. Dat kan door bijvoorbeeld extra brede formaten te produceren, maar deze keuze kan bij de distributie met de post of huis-aan-huisbezorging problemen opleveren. Doordat veel brievenbussen nogal krap zijn, moet het product extra gevouwen worden en raakt het wellicht beschadigd, wat de uitstraling niet ten goede komt.

Ook de regels die de postbedrijven in de diverse Europese landen hanteren, verschillen. Dan kan een breder, afwijkend formaat bij internationale distributie plotseling duurder uitpakken dan gedacht."

Prachtige catalogi

"Op een diepdrukkers zijn vierkante formaten gemakkelijk te realiseren, omdat er geen afslag is en de cilinders op het afgewerkte formaat kunnen worden ingesteld. Een formaat van 26 bij 26 is mooi, maar ook 32 bij 32 drukken wij voor een van onze klanten. Ook 24 bij 24 behoort tot de mogelijkheden zoals de meubel- en decoratiecatalogi van Casa in

Frankrijk bewijzen: prachtige catalogi die door de formaatkeuze ook nog eens in een gunstiger distributietarief vallen.

Of neem deze editie van Rotodate. Deze meet 28 bij 28 centimeter. Wij kunnen dit formaat tot maximaal zestien pagina's per katern in-line lijmen op onze 24-paginapersen in Weert. Voor mode- of meubelcatalogi is dit formaat bijzonder geschikt.

Offset en diepdruk stellen hun eigen eisen aan de formaatkeuze. Maar desondanks kan Roto Smeets, door creatief meedenken, bijna elk drukwerk aanpassen aan de specifieke eisen van een klant. Dus onafhankelijk van het drukprocédé worden zo de 'look & feel' van het drukwerk behouden. Er is veel meer mogelijk dan soms wordt gedacht. De keuze voor een vierkant formaat kan bij een goed doordacht product economisch voordelig uitpakken en bovendien de communicatiekracht aanzienlijk versterken."

Verzamelmap

Wij hebben ook verzamelmappen voor u klaarliggen om deze nieuwsbrieven in te bewaren. Vraag er één aan uw contactpersoon. De gegevens vindt u op de laatste pagina.



is een uitgave van **Roto Smeets**, een onderdeel van **RSDB**
Verantwoordelijke uitgever: Marketing en Business Development,
Zeverijnstraat 6, 1216 GK Hilversum, Nederland
Concept en realisatie: Media Partners België

Groei

Beste lezers,

ZUINIGHEID. Nederlanders staan er wereldwijd bekend om. Denk bijvoorbeeld aan de uitdrukking 'Dutch treat'. Eigenlijk is er niets mis mee, als het maar niet ten koste gaat van kwaliteit. Bij Roto Smeets weten we daar alles van. We maken kwaliteitsdrukwerk, maar we zorgen er ook voor dat de kosten beheerst worden. Iedere dag gaan we na of het hele proces sneller, efficiënter en beter kan. Een alternatieve papersoort, een ander formaat, online prepress, slimmere afwerkingstechnieken of het reguleren van distributie. De mogelijkheden zijn legio! In een aantal artikelen van deze Rotodate vindt u meer informatie over besparen. Waardevolle tips om de kosten zoveel mogelijk te beheersen.



René van Werkhoven
(Algemeen Directeur
Roto Smeets)

Roto Smeets bouwt nieuwe drukpersen op

In augustus 2004 maakte de Raad van Bestuur bekend te gaan investeren in nieuwe persen. De machines vervangen technisch en economisch verouderde machines. De persen zijn noodzakelijk om de groeiambities van RSDB waar te maken.

Bij Roto Smeets Deventer wordt vanaf medio oktober hard gewerkt aan de opbouw van een tweede 368 centimeter brede diepdrukrotatiepers van Cerutti. Er draaien in Deventer ook al twee kleinere 308 centimeter Cerutti-persen. Een aantal voorbereidende werkzaamheden is volgens projectmanager Paul de Jong klaar. Zo is het cilindertransport in de drukhal aangepast en zijn een nieuw chroom- en koperbad in gebruik genomen. De nieuwe Cerutti draait met een snelheid van 56.000 omwentelingen per uur, ofwel meer dan zeven miljoen pagina's per uur. Paul de Jong: "We lopen op schema. Als we zo doorgaan rollen de eerste producten in het voorjaar van 2006 van de pers."

Roto Smeets Weert ligt volgens algemeen directeur Ton Poos ook op schema met het in productie nemen van de nieuwe MAN Rotoman S dubbel 24 heatsetrotatiepers. Het gaat om twee 24-paginapersen die op elkaar zijn gebouwd met acht units, twee ovens, één vouwapparaat en twee uitleggen.

In september 2004 werd een start gemaakt met de aanpassing van het gebouw en de installaties, waarna in april de eerste onderdelen van de pers uit Duitsland arriveerden. "We produceren vanaf de eerste week van juli en de pers loopt fantastisch", zegt Poos. Deze Rotoman is goed voor 85.000 druks per uur in het maximale formaat van 235 mm breed en 285 mm hoog. "Onze klanten zullen vooral tevreden zijn over de zeer hoge leverbetrouwbaarheid die we met deze machine kunnen realiseren", zegt een enthousiaste Poos.

Bij Senefelder Misset in Doetinchem startte begin augustus de opbouw van een nieuwe 16-pagina Polyman. De pers is goed voor 45.000 exemplaren per uur met een maximale baanbreedte van 96,5 cm. Volgens marketingmanager Jan-Maarten Plomp is de pers eind september volledig operationeel.

Kunst in de Philips-reclame

HET NEDERLANDSE PHILIPS IS EEN WERELDBEROEMD MERK. DIE BEKENDHEID HEEFT HET BEDRIJF MEDE TE DANKEN AAN DE JARENLANGE INTENSIEVE, MONDIALE RECLAMECAMPAGNES, ONDER ANDERE IN DRUK. DE SAMENWERKING MET RSDB IS AL BIJNA EEN EEUW OUD. ZO VERWIERF ROTO SMEETS WEERT IN 1913 DE OPDRACHT OM TWINTIG MILJOEN RECLAMESLUITZEGELS TE DRUKKEN TER PROMOTIE VAN EEN NIEUWE LAMP.

In 2004 besloot RSDB de uitgave 'Kunst in de Philips-reclame' te ondersteunen. Niet alleen vanwege de relatie met Philips, maar ook om te laten zien dat RSDB goed uit de voeten kan met kleinschaliger projecten van een hoge kwaliteit.

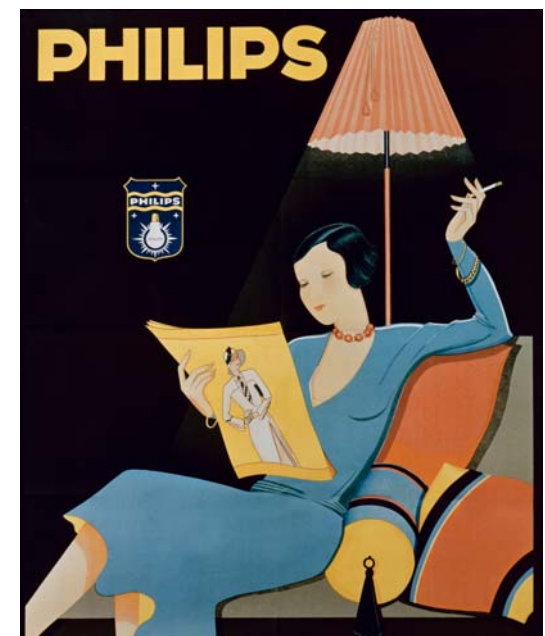
Het boek 'Kunst in de Philips-reclame (1891 - 1941)', geschreven door Frans Wilbrink, verscheen in april dit jaar. Dit mede ter ere van het afscheid van de inmiddels honderdjarige Frits Philips, een belangrijke aanjager van de opvallende reclame-uitingen. Het boek toont en beschrijft kunstuitingen in de reclame uit de eerste vijftig jaar van het bestaan van Philips. Het bedrijf onderkende al vroeg het belang van reclame en vanaf de komst van de metaaldradlamp in 1908 is er door en voor Philips bijzonder veel reclame gemaakt.

In 1923 neemt Philips de eerste reclameontwerper, de Duitser Hans Oertle, in dienst. En twee jaar later ontstaat onder de bezielende leiding van Louis Kalff een reclamestudio waar ontwerpers uit verschillende landen werken. De reclamestudio, die vanaf eind 1928 'Artistieke Propaganda' heet, kent zijn hoogtepunt aan het eind van de jaren twintig als er elf ontwerpers in dienst zijn.

Hoewel de nadruk van het boek vooral ligt op het werk van reclametekenaars, komen ook enkele fotografen en filmers aan bod. De ruim vierhonderd afbeeldingen geven een prachtig tijdsbeeld. Het boek wordt afgesloten met een beknopte biografie van ieder van de circa vijftig genoemde kunstenaars.

Ook geïnteresseerd?

Het boek kost 22 euro en is te bestellen door een e-mail te sturen naar info@rotosmeets.com



Wist u dat...

Een papiervezel zeven levens heeft?

Een papiervezel kan circa zeven keer opnieuw gebruikt worden voor de mechanische en chemische eigenschappen verloren gaan. 'Verse' pulp zal dus altijd nodig blijven voor de productie van papier. Overigens is voor de bejaarde vezels een toekomst weggelegd als onder andere hoogwaardig thermisch recycleerbaar materiaal (verbranden) bij de opwekking van energie.

Testen met papier: zoeken naar de perfecte uitstraling

EEN DRUKKERIJ VAN RSDB TESTTE HOUTVRIJ PAPIER EN COURANTPAPIER (OF DAGBLADPAPIER) OP EEN DIEPDREKERS. PAPIERSPECIALIST BERT VAN DRIE: "WE ZOEKEN ALTIJD PAPIER VOOR ONZE KLANTEN MET DE BESTE VERHOUDING TUSSEN PRIJS EN UITSTRALING, OF WE ZOEKEN NAAR MOGELIJKHEDEN DIE MINDER GEBRUIKELIJK ZIJN, MAAR VOORDELEN VOOR ONZE KLANTEN BIEDEN."

Courantpapier is prima geschikt voor heatset. Maar wat gebeurt er met de bedrukking als je het papier op een diepdrukker legt? Bert van Drie onderzocht de mogelijkheden voor een klant die twee keer per jaar een grote uitverkoopactie houdt.

Van Drie: "Deze retailer staat voor kwaliteit. Tijdens de uitverkoop willen ze echter benadrukken dat er koopjes te halen zijn. Daarom moet hun brochure op verbeterd courantpapier worden gedrukt. We testten het courantpapier op een diepdrukker met een breedte van ruim drie meter. Dat liep prima. Ook de klant is tevreden met de uitstraling van het product en kan op deze manier ook nog eens circa vijf procent op de papierkosten besparen."

Goede kleurkracht

Een soortgelijke vraag naar de mogelijkheden van papier kwam uit Groot-Brittannië. "Op een smalle diepdrukker van anderhalve meter breed, hebben we proeven gedaan met 90 grams houtvrij papier. Ook deze proef met dit papier verliep uitstekend. De kleurkracht bleef goed en bij 90 grams is de opaciteit (doorschijnendheid) van het papier eveneens dik in orde. De drukkers kenden evenmin problemen. Doordat brede diepdrukpersen een grotere output hebben dan heatset-persen zou er voordeel te halen kunnen zijn op de drukkosten, maar daar zijn meer testen voor nodig, onder andere op de bredere diepdrukpersen", zegt Van Drie.

'Zien is geloven'

Belangrijk is dat er twee papierleveranciers zijn die courantpapier met een breedte van drie meter aanbieden. Zien is geloven, dus wie monsters van de test wil zien, neemt het beste contact op met het lokale verkoopkantoor.

Nieuwe categorie papier bespaart portiekosten

IN DEZE EN IN DE VOLGENDE ROTODATE GAAN WE PAPIERKwaliteiten VAN VERSCHILLENDE LEVERANCIERS BESPREKEN. IN DIT NUMMER HEBBEN WE HET VOORAL OVER ÉÉN VAN DE VASTE PAPIERLEVERANCIERS VAN RSDB, STORAENSO. DE FABRIEK VERNIEUWDE PRESSELECTION, HET AANBOD VOOR ROTATIEDRUK. GROOTSTE VOORDEEL VOOR DE KLANT? DOOR HET LAGERE GRAMSGEWICHT VALT ER VEEL GELD TE BESPAREN OP PORTIKOSTEN.

Onder het label InnoPress brengt StoraEnso rotatiepapier op de markt. Dit is een 'light weight uncoated' (ongestreken) papier, maar heeft praktisch gezien de eigenschappen van 'light weight coated' (gestreken) papier. Het gaat hier technisch gezien om een superwitte SC-kwaliteit met de uitstraling en eigenschappen van LWC. InnoPress is een voordeliger alternatief voor LWC en witter dan standaard LWC. InnoPress is vooral geschikt voor uitgeefproducten die willen 'downgraden' vanuit LWC om zo kosten te besparen, dan wel willen 'upgraden' vanuit de SC-A+ soorten. Andere leveranciers zoals UPM komen met soortgelijke verbeteringen.

Nieuwe papersoorten

Het is een algemene tendens dat papierfabrikanten nieuwe papierkwaliteiten ontwikkelen in de soort verbeterd courant.

Zo lanceerde onder andere StoraEnso begin dit jaar SilvaPress, een geheel nieuwe kwaliteit tijdschriftenpapier. Het betreft hier verbeterd courantpapier met hoge

witheid en een glad oppervlak dat zowel voor de diepdruk als heatset geschikt is. Aan het begin van de zomer werd MagniPress Bulky, een hoogwaardige kwaliteit SC-A+ tijdschriftenpapier uitgebracht met - zoals de naam al aangeeft - een opdikking.

Bert van Drie: "Een van de belangrijkste voordelen om over te stappen, is het lagere gewicht van het papier. Bij grote oplagen is hier een aantrekkelijk voordeel op de portiekosten te behalen."

Lezers merken vaak geen verschil tussen de verschillende papersoorten.

De West-Europese markt voor SC-papersoorten meet rond de 3,3 miljoen ton op jaarbasis. 'SC' staat voor 'supercalandered', ofwel ongestreken tijdschriftenpapier. Er zijn drie verschillende SC-soorten: SC-B, SC-A en SC-A+. Het verschil tussen SC-B en SC-A zit hem in de glans en witheid van het papier. SC-A+ is nog witter dan SC-A. SC-papier wordt vooral gebruikt voor tijdschriften met hogere oplagen. Andere klanten zijn de makers van luxere retailbrochures en bijvoorbeeld catalogi.

Papiermagazijnen staan leeg...

De inkoop van papier is een kwestie van lange adem. Lastig wordt het wanneer de productie voor een langere tijd uitvalt. In Finland leidden arbeidsconflicten tot stakingen. Die zijn inmiddels achter de rug. Ook in Canada was het onrustig.

Harry Eken, Hoofd Inkoop Papier: "De voorraden waren eind juni wel bijna verdwenen. We zijn echter niet in de problemen gekomen door een scherp voorraadbeheer en pro-actief reageren, door volumes vroegtijdig bij alternatieve leveranciers onder te brengen. De prijzen voor papier zijn in de Verenigde Staten en het Verre Oosten stevig aan het stijgen. Dat zorgt voor extra zuigkracht, waardoor de papiermarkt in Europa nog krappert wordt. De levertijd van papier voor nieuwe orders kan oplopen tot wel vier maanden."

Op dit moment draaien de papierfabrieken weer op volle toeren. Door de grote marktvraag zijn ze echter niet in staat voorraden aan te leggen. Harry Eken verwacht dat deze situatie pas tegen de lente van 2006 zal verbeteren. Papierfabrikanten spelen met de gedachte eind dit jaar de prijs van papier over de gehele breedte te laten stijgen.

The Economist twee jaar op persen van Roto Smeets Weert

ELKE WEEK PRODUCEERT ROTO SMEETS WEERT EEN KWART MILJOEN EXEMPLAREN VAN THE ECONOMIST. VAN DEZE VERMAARDE UITGAVE WORDEN WEKELIJKS WERELDWIJD BIJNA ÉÉN MILJOEN EXEMPLAREN VERSPREID. DIT JAAR WERD EEN NIEUW CONTRACT GETEKEND WAARDOOR OOK DE KOMENDE TWEE JAAR THE ECONOMIST VAN DE ROTO SMEETS-PERSEN LOOPT.

In Weert worden de tijdschriften voor continentaal Europa, het Midden-Oosten en Afrika gedrukt. The Economist kenmerkt zich, naast de bijzonder hoogwaardige en eigenzinnige kijk op het economische wereldnieuws, vooral door de actualiteit. Donderdagmiddag 14.00 uur worden de laatste pagina's aangeleverd, terwijl om 18.00 uur de eerste achtduizend exemplaren moeten worden afgeleverd. Vrijdagochtend dienen alle verkooppunten in de economische centra bevoorrad te zijn.

De constant goede prestaties van Roto Smeets Weert, vooral op het gebied van betrouwbaarheid, flexibiliteit en zijn logistieke ervaring, heeft ertoe geleid dat het dit voorjaar aflopende contract met twee jaar is verlengd. Op 19 mei werd het nieuwe contract in Weert ondertekend door Sharon Simpson, Director of



Production van The Economist en John Caris, lid van de Raad van Bestuur van RSDB. In hun gezelschap verkeer-

den Alan Dunachie, Director of Operations van The Economist, Alec Bergsma, Sales Director International Publishing en Ton Poos, Algemeen Directeur Roto Smeets Weert.

Quote Media lanceert nieuwe titel met unieke formule

VEEL TIJDSCHRIFTEN VAN DE UITGEVERIJ QUOTE MEDIA WORDEN AL JAREN GEDRUKT DOOR VERSCHILLENDE ROTO SMEETS-DRUKKERIJEN. DEZE OPDRACHTGEVER IS NIET ALLEEN EEN MEESTER IN HET SCHERP HOUDEN VAN DE LEVERANCIERS, MAAR VERSTAAT OOK ALS GEEN ANDER OOK DE KUNST VAN HET LANCEREN VAN NIEUWE, SPRAAKMAKENDE TITELS.

De laatste jaren concentreert de samenwerking tussen Quote Media en Roto Smeets zich op de drukkerijen Senefelder Misset in Doetinchem en Roto Smeets Weert.

De titels Elle en Santé (Deventer) en Elle Girl, Shop, Safe en Fiscalert (Weert) worden - vaak in samenwerking met De Wit Grafische Afwerking - tot volle tevredenheid van Quote Media vervaardigd.

Uitgeverij ziet nieuwe mogelijkheden in tijdschriftenland

Recent werd een nieuw weekblad gelanceerd met de titel 'In-Magazine'. Met een startoplage van 150.000 exemplaren en een omvang van 96 pagina's in omslag verwacht de uitgever succesvol te kun-



nen opereren binnen het segment 'glossip'. Voor de Nederlandse markt is een volwaardig magazine in combinatie met radio- en televisiegegevens volstrekt uniek.

Na een intensief aanlooptraject met drie nulnummers is Roto Smeets Weert erin geslaagd om de drukopdracht voor dit magazine te verwerken. De hoge druk- en afwerkwaliteit, de korte doorlooptijd en de hoge mate van leverbetrouwbaarheid waren naast de marktconforme prijs doorslaggevend bij de keuze voor Roto Smeets Weert. Gezien de succesvolle lancering van eerdere nieuwe titels door Quote Media, is de kans dat deze titel het in de markt goed gaat doen, erg groot.

Hoogwaardige glans ook op hoge oplages

IN ROTATIE OMSLAGEN DRUKKEN OP EEN HOOG GRAMSGEWICHT MET DAN OOK NOG EENS EEN LUXE UITSTRALING? HET KAN, EN ZONDER DAT DE KOSTEN DE PAN UIT RIJZEN!

De uitstraling van Ecofinish is vrijwel gelijk aan die van UV-vernissen, maar het prijskaartje is veel aantrekkelijker. Na metingen blijkt dat de glans van Ecofinish - uitgedrukt in hunter - nauwelijks achterblijft bij die van de veel duurdere UV-vernissen.

Roto Smeets brengt Ecofinish in-line op de pers aan. Ook spotvernissen behoort tot de mogelijkheden. De snelheid van de productie van omslagen leidt hier absoluut niet onder. Bij het drukken van vier covers per omwenteling op de offsetpersen is een productie van 180.000 exemplaren per uur haalbaar. Dat zijn aantallen die met UV in veldendruk uiteraard nooit zijn te realiseren.

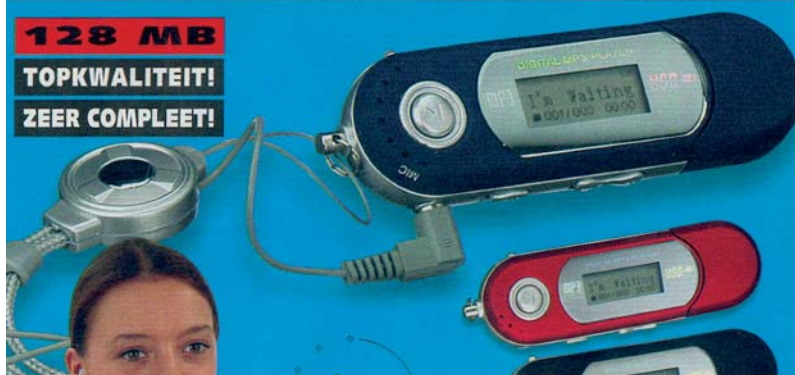
Quickstep kiest Ecofinish

Minstens zo belangrijk is dat Ecofinish op zwaar papier kan worden aangebracht. Normaal houdt het bij 170 grs op in rotatiedruk, maar hoogwaardig papier tot wel 300 grs liep al succesvol van de pers.

Quickstep, producent van laminaatvloeren en sponsor van een zeer succesvolle wielploeg, koos deze oplossing voor zijn Europese catalogus. Deze wordt in vijftien landen verspreid. Aan de uitstraling en glans van de catalogi stelt Quickstep uiteraard hoge eisen. Het bedrijf switchte van UV naar Ecofinish en kon zo bovendien aanzienlijk op de kosten sparen. Of er kan extra geïnvesteerd worden in bijvoorbeeld zwaarder papier voor cover of binnenwerk.

BLOKKER DURFT!

**128 MB
TOPKWALITEIT!
ZEER COMPLEET!**



Nova Friteuse type FR-227

De friteuse heeft een multifunctionele handgreep systeem. Het afneembare filterdeksel bevat een koolstoffilter, een groot kijkvenster en is vaatwasmachinebestendig. De binnenpan is van gegoten aluminium en heeft een anti-aanbaklaag.

- Inhoud 2,5 liter.
- Koude wand.
- Opbergbaar snoer.
- Automatische dekselopener.



39,95

Incl. recupelbijdrage 1,00

Germatic stofzuiger

- Elektronische zuigkrachtregeling.
- Met telescoopbuizen.
- Stofzak-vol-indicator.
- Zuigvermogen 2000 watt!



Retailer bespaart op distributiekosten

WINKELKETEN BLOKKER, ACTIEF IN NEDERLAND EN BELGIË, LEVERT HUISHOUDELIJKE ARTIKELEN. EEN DEEL VAN DE WINKELS HEEFT OOK SPEELGOED IN HET ASSORTIMENT. HOE COMMUNICEER JE DAT ZO EFFICIËNT EN ZO GOEDKOOP MOGELIJK?

Account manager André Smit zocht en vond de oplossing. Tot voor kort drukte Blokker twee aparte uitgaven: één met het aanbod huishoudelijke artikelen en één met speelgoed. "Omdat niet alle winkels speelgoed leveren, was de oplage van de speelgoedkrant lager. Dat is natuurlijk geen enkel probleem. Wel betekende deze aanpak dat Blokker twee keer de uitgaven huis-aan-huis moest distribueren, een kostbare zaak."

De oplossing werd door Roto Smeets gevonden. Bij een nieuwe editie rollen eerst de bijna twee miljoen kranten in A3-formaat met de huishoudelijke artikelen compleet afgewerkt van de pers. Daarna stopt de run en wisselen de drukkers het papier voor een bredere baan. Nu worden ook de vier miljoen speelgoedkranten, als aparte insert in het hart megedrukt. Smit: "De lagere distributiekosten leveren een aanzienlijke besparing op."

Ook andere retailers kennen het probleem dat niet in alle winkels hetzelfde assortiment verkrijgbaar is. "Wij kunnen deze retailers voorrekenen wat de besparing op de distributiekosten ze uiteindelijk oplevert", zegt Smit.

COLUMN

Meer maar dan anders

Met de investeringen in onder meer een nieuwe offsetpers en de komst van een nieuwe diep-drukkers in 2006 is er sprake van een forse capaciteitsuitbreiding bij Roto Smeets. Op basis hiervan krijg ik regelmatig de vraag wat er aan de hand is.

Het is toch duidelijk dat er minder vraag is naar drukwerk, dat de concurrentie moordend is en dat deze zich uitstrekt tot ver buiten onze Nederlandse grenzen?

En dat nog los van de verder oprukkende inzet van internet als communicatiemiddel waardoor ook het langetermijnperspectief voor drukwerk onduidelijk is.

Roto Smeets is van mening dat er een toekomst blijft voor gedrukte media.

Kenmerken als plaatsonafhankelijk gebruik, geen elektronische 'leesapparatuur' nodig en directe toegankelijkheid blijven onderscheidend ten opzichte van andere media.

Om die redenen dienen we in de toekomst te investeren. Enerzijds voor de noodzakelijke productiviteitsverbeteringen, lees concurrerende prijzen die u als opdrachtgever verwacht. Anderzijds om andere, in het oog springende, uitingen te maken.

In het huidige economische klimaat mag dan vooral de inzet zijn dat alles goedkoper moet, om dit op langere termijn waar te maken zal het ook goedkoper moeten worden vervaardigd.

Om die reden moet Roto Smeets in haar drukkerij-activiteiten verder doorgroeien.

Op het vlak van content-creatie en content-management en de hierbij behorende workflows blijven de ontwikkelingen zich ook in hoog tempo opvolgen. Roto Smeets biedt op dit vlak oplossingen die zich ontwikkelen in de richting van een mediumonafhankelijk publicatieplatform.

Ook in de toeleverende industrie worden regelmatig proces- en productinnovaties gepresenteerd. In deze uitgave van Rotodate geven we een aantal voorbeelden.

Redenen genoeg om weer eens met elkaar bij te praten hoe we meer kunnen doen voor minder, maar dan anders.

 **ROTOdate**

Roto Smeets - Zeverijnstraat 6 - 1216 GK Hilversum
Tel. 035 625 89 11 - www.rotosmeets.nl



Alec Bergsma
Sales Director
International Publishers