



ROTOdate

VIERMAANDELIJKSE NIEUWSBRIEF VAN ROTO SMEETS

N°. 9 - SEPTEMBER 2006

Laat u
inspireren!

Laat u inspireren!

Elk nummer van deze nieuwsbrief 'Rotodate' wordt op een ander formaat gemaakt om u inspiratie te bieden en de voordelen ervan uit te leggen. Deze keer sturen we u een voorbeeld mee zodat u kan kennismaken met de nieuwe vouwmogelijkheden van het jumboformaat.

Opvallende kranten

Drukwerk moet opvallen. Roto Smeets in Etten-Leur installeerde een vouwtrechter op een pers en kan daarmee kranten inline met een paginaformaat tot maar liefst 480 bij 640 mm in drie slagen navouwen tot ongeveer een A4-formaat.

Achter een 196 cm drukpers hebben technici in Etten-Leur een vouwtrechter gebouwd, waardoor de mogelijkheid ontstaat om op de pers een extra slag te vouwen. Daardoor is het nu mogelijk om op de pers krantachtige producten op het A2-plus formaat met 3 slagen te vouwen tot circa het A4-formaat.



Hans Falk, SPS-medewerker van Roto Smeets: "Het grote formaat is onderscheidend en heeft daardoor een hogere attentiewaarde zodat dit consumenten naar verwachting zal aanspreken. "Je ziet in Europa steeds bredere diepdrukpersen die ook erg snel zijn. Breedtes boven de drie meter met 55.000 exemplaren per uur vormen

geen uitzondering meer. De andere kant van de medaille is dat er op die breedtes bijna geen persen zijn die drie slagen kunnen vouwen, omdat dat een veel te grote vertraging geeft.

Wij hebben dat nu gerealiseerd door op een pers deze vouwtrechter te installeren. Bij het vouwen met drie slagen haalt de pers met een breedte van 196 centimeter nog altijd een respectabele snelheid van 30.000 omwentelingen. Door slim om te gaan met de bestaande techniek bieden wij klanten nieuwe mogelijkheden voor opvallende communicatie."

Probleemloos Jumbouvouwformaat tot A2-plus

De vouwtrechter in Etten-Leur op de 196 cm pers kan paginaformaten aan van minimaal 150 bij 210 mm tot maximaal het jumboformaat van 480 bij 640 mm. Deze laatste komt dan gevouwen van de pers op het maximumformaat van 240 x 320 mm.



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

Krant van formaat

Think big. U als ondernemer herkent deze slogan waarschijnlijk wel. Nooit te beperkt denken, dat remt de gezonde ondernemerszin. Overigens wil dat think big niet zeggen dat we uitsluitend in grote volumes denken. Maar wel dat Roto Smeets met iedereen graag groots meedenkt. Een voorbeeld van dat denken blijkt bijvoorbeeld uit de speciale retailkrant die u bij deze Rotodate vindt. Een opvallende krant die in feite de flexibiliteit symboliseert van Roto Smeets. Want hij is er namelijk van klein tot supergroot. Zodat u gepast en wendbaar op elke actualiteit en marktbeving kunt inspelen. Het is een veelzijdige actiekrant waarmee u hoge ogen gooit wat betreft consumentenattentie, shoptraffic en omzetsnelheid. Met deze nieuwe krant van formaat zegt u eigenlijk: ik durf te kiezen voor een andere aanpak. Het is een product waarmee Roto Smeets wederom bewijst dat we graag met u meedenken als ondernemer. Dat we ons als geen ander flexibel opstellen. En niet alleen in de vorm van deze krant. Ook op het gebied van efficiënte en foutloze werkprocessen (WorkWizz) en het scherp en tijdig (!) inkopen van het beste papier zijn we graag uw lenige adviseur. Think big, think Roto Smeets.



René van Werkhoven
Algemeen Directeur
Roto Smeets

Ilva wil de juiste sfeer in zijn drukwerk

Mikael Bo: "Door ons is een robuust systeem voor kleurenbeheer cruciaal voor een probleemloze productie."

"VÓÓR KLANTEN EEN BEZOEK BRENGEN AAN EEN VAN ONZE VIJF ILVA-WINKELS, MOETEN WE HEN OVERTUIGEN. ONZE CATALOGI ZIJN BELANGRIJKE MARKETING-TOOLS OM ONZE KLANTEN TE INFORMEREN EN HUN ONZE NIEUWSTE COLLECTIE TE TONEN."

Mikael Bo is niet zomaar een fotograaf die mooie foto's maakt van de meubels die Ilva wil verkopen. Samen met een klein team van nauwelijks zes mensen slaagt hij erin elk jaar tien kleine en twee grote catalogi te realiseren. Het team doet zelf al het werk: fotografie, lay-out en prepress.

De catalogi van Ilva worden gepubliceerd in drie talen. De totale oplage per catalogus bedraagt ongeveer 2,7 miljoen exemplaren. Het aantal pagina's varieert, maar het formaat is altijd 23 x 28 centimeter met een gelijkde rug.

Voor de twee grote catalogi voor de lente en de herfst reist een klein team naar prachtige locaties voor de fotoshoots. "Soms vragen klanten ons waar we de foto's genomen hebben, omdat zij hun huwelijksreis op dezelfde droomlocatie met de staalblauwe lucht willen doorbrengen," vertelt Pernille Stokholm. Zij maakt deel uit van het kleine team dat instaat voor de productie van de catalogi.

We streven naar perfectie

Bij het begin van de productie van elk nummer stelt de hoofdontwerper de trends voor. De eerste producten worden binnengebracht. Er wordt een lay-out gemaakt, packshots worden klaargemaakt voor levering, er worden prijzen bepaald en er moeten teksten geschreven worden. Van het begin tot het einde neemt de productie van grote catalogi een half jaar in beslag.

Mikael Bo: "Als fotograaf weet ik hoe belangrijk kleuren zijn om de juiste sfeer te creëren. Voor ons is een robuust systeem voor kleurenbeheer cruciaal voor een probleemloze productie. We willen ons concentreren op de producten en de lay-out. We moeten zeker zijn dat de kleuren voor de volle 100% overeenstemmen met de kleuren die we in ons hoofd hadden toen we begonnen. Het moet perfect zijn."



Voor elke pagina gebruikt het Ilva-team acht tot twaalf proefdrukken. Hun eigen Epson-proofer maakt gebruik van de kleurprofielen die terug te vinden zijn op de website van Roto Smeets. Ze werken ook met WorkWizz om een maximaal inzicht te hebben in de planning van het productieproces. Ilva werkt met een RGB-workflow. De einddocumenten worden omgezet in CMYK-PDF's. In Weert of Etten-Leur in Nederland maakt Roto Smeets dan nog opnieuw een proefdruk van deze bestanden.

Uitstekende drukkwaliteit

Wegens van de grote oplage drukt Ilva zijn catalogi in diepdruk. "Vroeger werd een gedeelte gedrukt op een offsetpers. We zijn heel tevreden met de resultaten van diepdruk. De drukkwaliteit moet uitzonderlijk zijn. We werken met een uiterst veel-

Ilva: klassemeubilair

Ilva is een snelgroeende retailer die in de jaren 50 werd opgericht in Denemarken. Het bedrijf verkoopt klassemeubilair tegen redelijke prijzen. Alle winkels hebben een luxueuze en moderne sfeer. Het concept sloeg duidelijk aan, want naast de drie winkels in Denemarken en één in Zweden opende Ilva onlangs drie nieuwe winkels in het Verenigd Koninkrijk. Ilva wil snel groeien, vooral in het Verenigd Koninkrijk.

eisend en kritisch team. We willen stevig papier dat niet doorzichtig is en niet krult. Tegelijkertijd mogen de catalogi niet te zwaar zijn dankzij de hoge kosten van de huis-aan-huislevering."

"Wij zijn kritisch omdat onze klanten dat ook zijn. Als zij thuis beslissen om een stoel te kopen, mag de kleur in de catalogus niet afwijken van de kleur in de winkel. De samenwerking tussen ons team en Roto Smeets is uitstekend. We beschikken over alle technieken, bv. kleurprofielen. We werken met een klein team en mogen dus geen tijd verspillen. Onze catalogi zijn van cruciaal belang voor onze activiteiten. Onze drukker weet dat en gedraagt zich daar ook naar."

Op zoek naar een perfecte samenwerking

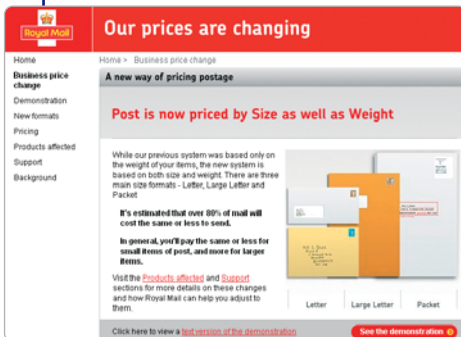
De enige manier waarop je, zoals Ilva, complexe kwaliteitscatalogi kunt maken met een klein team is door nauw samen te werken met de drukker. Een drukker moet precies weten wat de klant wil, hij moet flexibel zijn en altijd op zoek gaan naar betere oplossingen om efficiënter te werken. De drukker kan ook een oplossing aanbieden voor portkosten of voor andere logistieke problemen. Een perfecte samenwerking tussen een klein team en een ervaren en bekwame drukker is een garantie voor het beste resultaat.



Nieuw postsysteem in het Verenigd Koninkrijk: het formaat is belangrijk.

(CASE)

PRICING IN PROPORTION IS EEN NIEUW TARIFERINGSSYSTEEM DAT ZOWEL REKENING HOUDT MET HET GEWICHT ALS MET HET FORMAAT VAN ZENDINGEN DIE BEDRIJVEN VERSTUREN VIA DE POST. VOLGENS DE BRITSE ROYAL MAIL WORDT DIT SYSTEEM INGEVOERD, OMDAT HET FORMAAT EEN CRUCIALE FACTOR IS IN DE KOSTEN VOOR HET BEHANDELEN EN BEZORGEN VAN UW POST.



'Pricing in Proportion' ging van start op 21 augustus. John Petty, Managing Director van drukwerk-makelaar JPS Ltd., geeft meer uitleg: "Klanten die drukwerk kopen, realiseren zich niet altijd welke invloed het formaat en het gewicht hebben op de kosten voor de verzending via de post. Nu wordt in het Verenigd Koninkrijk een nieuw

element geïntroduceerd en het formaat is daarbij heel belangrijk. Als u bijvoorbeeld een brochure laat drukken op briefformaat van 240 op 165 mm, mag deze maximaal 100 gram wegen. Als u één gram boven de limiet zit, kost u dat een extra £ 70 (103 euro) per duizend stuks, terwijl 1 millimeter te veel in de lengte of de breedte £ 28 per 1.000 stuks (41 euro / 1.000) kost." Petty wijst erop dat Royal Mail in de binnenlandse markt moet concurreren.

Daarom investeert het bedrijf, dat vroeger een monopolie bezat, sterk in automatisering. Machines die bulkpost kunnen behandelen, zoals direct mail of brochures van maximaal 100 gram en met de bovenvermelde maximale afmetingen, kaderen in een relatief goedkope bulkoplossing.

Ook nieuwe mogelijkheden

"Maar dit systeem heeft ook voordelen: zodra je de limiet overschrijdt, heb je een ruime marge en mag het drukwerk tot 250 gram wegen en groter zijn zonder extra portkosten. Dit biedt dus ook mogelijkheden voor retailers en uitgevers."

Volgens John Petty was het Verenigd Koninkrijk zeker niet het eerste land dat formaat en gewicht gebruikt als bepalende factoren voor de verzendingskosten. "Meer dan 20 landen gingen ons voor. Onze klanten weten hoe belangrijk het is om de totale kosten van een project reeds in een heel vroeg stadium van het productieproces te berekenen. En als ze het niet weten, dan vertellen we het hen graag."

Het break-evenpoint verschuift

Een interessant neveneffect van de nieuwe Royal Mail tarieven is dat het drukken van het goedkopere 240 x 165 mm formaat niet efficiënt is op een rotatie-offsetpers. Diepdruk zal dan weer interessanter worden. Afhankelijk van diverse factoren, waaronder de aanpassing van de verzendingskosten, zal het break-evenpoint tussen offset en diepdruk volgens John Petty verschuiven van 500.000 exemplaren naar 200.000 exemplaren.

(PAPIER)

Papierprijs op zoek naar nieuwe balans

DE VRAAG NAAR PAPIER STEEG DIT JAAR LICHT IN EUROPA. TEGELIJKERTIJD SPANNEN PAPIERFABRIKANTEN ZICH IN OM DE PRODUCTIE-CAPACITEIT UIT DE MARKT TE HALEN. HET GEVOLG LAAT ZICH VOLGENS PAPIERSPECIALIST BERT VAN DRIE RADEN: EEN OPWAARTSE DRUK OP DE PRIJS.

Voorals retailers investeren nog fors in meer folder-drukwerk, vertelt Bert van Drie. "In heel Europa is er daarom een grote vraag naar krantenpapier. Wanneer je nu een extra actie zou plannen, wordt het moeilijker om tientallen tonnen papier extra in te kopen. Datzelfde geldt vooral voor het verbeterd krantenpapier.

De grote vraag van retailers naar krantenpapier zorgt ervoor dat de papierfabrikanten op zoek gaan naar innovaties in krantenpapier, ook voor diepdruk."

LWC- en SC-papier is op de Europese markt redelijk vlot verkrijgbaar, hoewel verschillende fabrieken dit jaar al circa 780.000 ton productiecapaciteit voor gecoat papier uit de markt haalden. Door het verbeteren en vernieuwen van het machinepark kwam er wel zo'n 180.000 ton capaciteit bij. "Dat betekent dan toch dat er netto 600.000 ton uit de markt is gehaald en dat tikt door."

Pulp fors duurder

In de Verenigde Staten en Canada is een soortge-



lijke rationalisering van de productie in volle gang. Aan gesaneerde productiecapaciteit voor courantenpapier staat de teller op liefst twee miljoen ton.

Bert van Drie: "Traditiegetrouw lopen de contracten met de papierleveranciers door tot het einde van het derde kwartaal. We staan dan ook aan de vooravond van nieuwe contractonderhandelingen. Persoonlijk vermoed ik dat de producenten compensatie gaan zoeken voor de sterk gestegen

energieprijzen. Daarbij komt dat de prijs voor pulp omhoog is geschoten."

Het zijn vooral de retailers die de persen extra hard laten draaien. Uitgevers van tijdschriften zoeken het minder in volume, maar meer in het restylen van hun bladen en het upgraden van hun papier van bijvoorbeeld SC naar LWC. Een betere kwaliteit papier is voor zowel abonnees als adverteerders goed nieuws.

Praxis maakt folders foutloos en snel

PRAXIS IS EEN BOUWMARKTKETEN MET RUIM 130 VESTIGINGEN IN HEEL NEDERLAND. HET BEDRIJF HEEFT EEN UITGEBREID AANBOD VOOR ERVAREN KLUSSERS EN VOOR DE BEGINNENDE DOE-HET-ZELVER. DEZE RETAILER REGELT DE WORKFLOW MET WORKWIZZ, MET ALS GEVOLG EEN FOUTLOZE EN SNELLE PRODUCTIE.

Praxis is trendsetend in de doe-het-zelfbranche. Het plannen, voorbereiden en produceren van de uiteenlopende reclamefolders en kranten is een complex proces dat veel tijd vergt.

Wat gebeurt er?

Op basis van een jaarlijks reclameplan wordt de folderplanning gemaakt. Elke hoofdgroep van het assortiment krijgt daarin ruimte en er worden basisgrids gemaakt. Monsters moeten worden aangevraagd en beeldmateriaal wordt besteld. Na het fotograferen wordt het beeld gecontroleerd en tot voor kort werd dit gearchiveerd in een externe beeldbank. Ook leveranciers leveren beelden aan.

Per artikel moet steeds gezorgd worden voor correcte en actuele tekstinformatie. Folders worden opgebouwd en het definitieve grid wordt vastgesteld. Na opmaak worden drukgerede PDF's gemaakt die na controle en akkoord naar de druk-

workwizz vermindert de kans op fouten

kerij gaan. Al met al een complex proces, ook omdat er verschillende systemen worden gebruikt die niet aan elkaar gekoppeld zijn. Een tijdrovend proces ook, met veel kansen op fouten en deadlines die in gevaar kunnen komen.

De oplossing

Een oplossing voor de problemen is de online WorkWizz-toepassing. Deze oplossing verkort de doorlooptijd aanzienlijk en geeft zicht op de status en voortgang van de publicatieprocessen. Bovendien vermindert de kans op fouten in sterke mate.

Hoe werkt dat?

Logic Use, een werkmaatschappij van RSDB ontwierp en maakte voor Praxis een online oplossing waarmee het gehele productieproces vanaf de start van een folder tot en met aflevering van de definitieve PDF's aan de drukkerij door Praxis wordt beheerd en aangestuurd.

De bestaande beeldbank en alle artikel- en foldergegevens zijn in WorkWizz ondergebracht. Praxis beheert nu zelf alle beeldmateriaal. Het maken van de folder is geautomatiseerd tot aan de 'plank', inclusief de export van beelden en teksten naar het opmaakprogramma InDesign.



Wat zijn de resultaten?

Dubbel werk en communicatiefouten worden voorkomen. Het proces is inzichtelijk geworden. De flexibiliteit is vergroot en de doorlooptijden zijn aanzienlijk verkort.

Beeldbeheer met WorkWizzImager

WorkWizzImager beheert het beeldmateriaal voor de diverse folderproducties. Wat zijn de voordelen voor Praxis?

- Directe, online toegang tot alle beeldmateriaal, in eigen beheer;
- Beheersing van de volledige beeldworkflow;
- Sterk verbeterd beeldbeheer, beter inzichtelijk, minder zoeken.

Controle en snelheidswinst

WorkWizzPublisher beheert de productie van de folders van Praxis van de start van de folder tot en met drukgerede PDF. Wat zijn de eigenschappen van deze workflow?

- Online zicht op status van de workflow;
- Geautomatiseerd folderproductieproces;
- Perfecte controlemogelijkheden (softproofing);
- Geen investering in hard- en software nodig;
- Belangrijke tijdswinst.

Database in handen van specialisten

PIETER DAALMAN IS HOOFD COMMUNICATIE BIJ PRAXIS. DEZE RETAILER MAAKT BIJ DE PRODUCTIE VAN DE 6,2 MILJOEN HUIS-AAN-HUISFOLDERS GEBRUIK VAN WORKWIZZ. WAT ZIJN DE ERVARINGEN?

De communicatieafdeling van Praxis telt elf mensen. Zij zijn verantwoordelijk voor alle reclame en marketing in druk, op radio, televisie en via het web. Tientallen keren per jaar verspreidt Praxis een actiebrochure in een oplage van 6,2 miljoen exemplaren huis-aan-huis in Nederland. Voor de productie maakt Praxis gebruik van WorkWizz.

Pieter Daalman: "We hebben samen met LogicUse ruim een jaar aan het project gewerkt. Ik vond dat we te afhankelijk werden van ons reclamebureau dat de beelden voor ons opsliep in een databank. Dat is

Pieter Daalman: "We streven naar een situatie waarin wijzigingen tot op het allerlaatste moment mogelijk zijn"

voor hen geen kernactiviteit en bovendien waren beeld en tekst niet aan elkaar gekoppeld. Lastig, wanneer je het over tienduizenden beelden hebt."

Monsterlijst

De wensen van Pieter Daalman en zijn team gingen verder dan wat op dat moment technisch haalbaar was. Uiteindelijk lukte het de technici om een oplossing te vinden. "We hebben een compleet nieuwe database opgebouwd. Tekst en beeld zijn nu aan elkaar gekoppeld. Ook wordt automatisch een 'monsterlijst' gegenereerd. Dit is het geval als we wel teksten hebben, maar nog geen beelden. Gemiddeld publiceren we per uitgave zo'n 140 artikelen. Een compleet overzicht is dan ook onontbeerlijk. We streven naar een situatie waarin wijzigingen tot op het allerlaatste moment mogelijk zijn."

Het verkorten van de doorlooptijden was een van de belangrijke drijfveren achter het project. "Je wilt snel op de markt vraag kunnen reageren. Bovendien willen we ook de kosten in de hand houden."

De afspraken tussen Praxis en LogicUse zijn vastgelegd in een Service Level Agreement. "Iedereen weet precies wat de rechten en plichten zijn. We zijn nu in de fase van het finetunen aanbeld. Het coördinerende werk tussen alle leveranciers, zoals reclamebureaus, fotografen en de drukkerij is een stuk eenvoudiger. Onze database wordt nu gerund door specialisten die werken met de laatste techniek. Dat is voor mij een geruststellende gedachte."

Online aanleveren verbeterd

AL VELE JAREN LEVEREN KLANTEN PDF-BESTANDEN AAN VIA DE ROTO SMEETS WEBSITE. NIEUWE ONTWIKKELINGEN MAKEN HET MOGELIJK OM DEZE DIENSTVERLENING VERDER TE VERBETEREN.

Momenteel wordt hard gewerkt aan een update die het online aanleveren gebruikersvriendelijker maakt. Ook zal er automatisch een extra controle (of 'pre-flight') op alle aangeleverde PDF's worden uitgevoerd binnen 24 uur na ontvangst. In september vinden de laatste testen plaats, in oktober gaat de nieuwe toepassing van start.

Belangrijkste voordelen

- Klanten kunnen voor controle meerdere pagina's selecteren en in één keer printen.
- Bij aanlevering via de FTP-server ontvangt de afzender een e-mail met ontvangstbevestiging.
- Drukkerijen kunnen data klaarzetten op de site die de klant vervolgens kan downloaden.
- Elke PDF die niet goed of compleet ('certified') is, wordt onmiddellijk na ontvangst volautomatisch gepre-flight.
- Eventuele fouten worden via e-mail automatisch gemeld aan de ordermanager die contact kan opnemen met de toeleverancier. Eventuele fouten worden hierdoor veel sneller ontdekt en hersteld.



COLUMN

Nederlandse economie staat sterk

Een kop in de krant naar aanleiding van de presentatie van de miljoenennota. Positieve berichten na een lange periode van recessie en vervolgens maar zeer beperkte economische groei.

De economie groeit weer substantieel, de werkloosheid neemt verder af.

In de retail komen de bestedingen in de meubel en luxe consumenten artikelen weer op gang. Traditioneel de sectoren die als laatste gaan profiteren van betere economische omstandigheden.

De Nederlandse consumenten zien hun inkomen weer stijgen, de overheid verlicht een aantal lasten, het vermogen groeit door verder stijgende huizenprijzen en waardevermeerdering van aandelenportefeuilles.

Het CBS becijferde dat de groei van het nettovermogen in het eerste halfjaar gemiddeld 12.000 euro per huishouden is. Het gemiddelde vermogen per huishouden, na aftrek van schulden, is nu ruim 188.000 euro.

Uiteraard is deze vermogens groei niet evenredig over de Nederlandse bevolking verdeeld. Niettemin constateert het CPB dat Nederlanders ook dit jaar meer zullen uitgeven aan consumptie dan zij aan inkomen verdienen. Daardoor is de zogeheten individuele spaarquote, het percentage dat mensen sparen van hun inkomen, voor het vierde opeenvolgende jaar negatief.

De consument is op basis van bovenstaande zonder twijfel bereid om in het laatste kwartaal van dit jaar en volgend jaar haar portemonnee weer makkelijker open te trekken.

U moet ze dan wel eerst naar de winkel halen.

Roto Smeets denkt graag met u mee over de bijdrage die, de nog steeds zeer succesvolle brievenbusreclame, hieraan kan leveren. Uiteraard kunt u ook voor direct mail of gedrukte point of sale oplossing bij ons terecht.

In deze Rototaal kunt u lezen hoe Roto Smeets hier invulling aan geeft en innoveert.

Daar is uiteraard nog veel meer over te vertellen, maar nog geïnteresseerder zijn wij in uw doelstellingen. Uw accountmanager staat voor u klaar.



Vincent van den Hurk
Sales Director
Commercial &
Contract Printing Market



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