

# השמועות על מותו מוקדמות מדי

"הדפוס הדיגיטלי, האינטרנט, ה-iPad והטלפונים החכמים משנים את פני תעשיית הדפוס וההוצאה לאור, אבל המילה האחרונה טרם נאמרה", במילים אלו סיכם וורנר דורנשידט, נשיא ומנכ"ל ירידי דיסלדורף, את תדרוך העיתונאים שנערך בחודש שעבר, לקראת תערוכת הדפוס והמדיה הבינ"ל DRUPA 2012 ♦ "עם כל הכבוד לניו-מדיה, כפתור ההדפסה עדיין עובד שעות נוספות", אומר דורנשידט. על פי המארגנים, צפויים לבקר בתערוכה שתיפתח ב-3.5 כחצי מיליון מבקרים, וישתתפו בה 1,850 מציגים מכ-50 מדינות ♦ מישראל צפויים לצאת כ-3,000 ישראלים, כמחצית מהם לפחות מתחומי הניו-מדיה וההיי-טק ♦ סין שכרה את השטח הגדול ביותר בתערוכה ♦ הרכבת האווירית של HP אינדיגו ♦ המגמות המרכזיות: הדפסה על כל דבר, לא רק על נייר, שילוב מלא בין עולם המובייל לדפוס הדיגיטלי, ויצירת תהליך אחד רציף, שבסופו תמיד יהיה נייר ♦ הקרב לחיים של תעשיית הדפוס

## יהודה קונפורט

print media messe  
**drupa**  
world market print  
media, publishing &  
converting

your link to print

**ת**ערוכת הדפוס, ההוצאה לאור והמדיה הדיגיטלית, Drupa 2012, שתיפתח בחודש מאי, חוגגת 60 שנה להיווסדה. מדובר בתערוכה החשובה והמרכזית ביותר בעולם הדפוס, שמושכת אליה עניין רב. התחושה בענף הדפוס היא ששנת 2012 מהווה פרשת דרכים, שתקבע במידה לא מועטה לאן הולכת תעשייה ענקית זו, שנוגעת בכל תחומי החיים שלנו. מארגני התערוכה לא מתעלמים מהעיתוי שבו היא מתקיימת: התחרות הקשה מצד המדיה הדיגיטלית - האינטרנט, הטלפונים החכמים והניו-מדיה - לצד מיתון הולך ומעמיק באירופה.

תעשיית הדפוס וההוצאה לאור רגישה ביותר למצב הכלכלי, שכן בתקופות מיתון ההשקעה במיזמי דפוס יורדת באופן טבעי ומתמקדת רק בצרכים ההכרחיים. למרות שהמספרים של המצייגים והמבקרים הצפויים מראים כי לא נרשם שינוי לרעה בהשוואה לתערוכה הקודמת, מארגני האירוע לא לוקחים סיכונים, ומאמצי השיווק ויחסי הציבור נכנסו להילוך גבוה כבר בסוף חודש פברואר. ההשקה נערכה בכנס עיתונאים מכל העולם שהוזמנו לדיסלדורף, כדי לצפות במרתון של מסיבות עיתונאים בהשתתפות צמרת מנכ"לי חברות ההדפסה, הקדם דפוס והמדיה מכל רחבי העולם.

על פי המארגנים, צפויים לבקר בתערוכה, שתימשך 11 ימים, כחצי מיליון מבקרים, וישתתפו בה 1,850 מציגים מכ-50 מדינות, כולל ישראל וסין, שבראשונה מזה ארבע שנים תהיה, ככל הנראה, המדינה בעלת שטח התצוגה הגדול ביותר בתערוכה. המארגנים הגרמנים מתגאים בכך ש-65% מכלל השטחים בתערוכה הם של מדינות מחוץ לגרמניה. לכן, לדבריהם, הם הטביעו את המשפט One World One Drupa כסלוגן המרכזי של התערוכה.

אחד המסדרים המרכזיים שיועברו באירוע רב המשתתפים הוא, שלמרות כל החידושים בתחום, הכל בסופו של דבר מסתיים במוצר דפוס כלשהו. דוגמה לכך היא תעשיית הקופונים שמשגעת את העולם. ההצלחה הזאת מתאפשרת בזכות החיבור בין המדיה החברתית לעולם היזיהו מבוסס מקום, אולם הקופונים בסופו של דבר מודפסים על נייר. דוגמה אחרת היא תעשיית הברקודים, שנסרקים על ידי כל טלפון חכם, אבל מבוססים על מוצרי דפוס דווקא.

בפרסומים המקדימים לתערוכה אפשר למצוא את המסר המעניין הבא: "הדפוס הדיגיטלי, האינטרנט, ה-iPad והטלפונים החכמים משנים את פני תעשיית הדפוס וההוצאה לאור, אבל המילה האחרונה טרם נאמרה". למעשה, המהפכה הדיגיטלית רק בעיצומה. תהליכים שלמים של ההדפסה, קדם הדפסה, הכנה והוצאה לאור, הפכו זה מכבר