

הדרופה היא אולימפיאדה ואנחנו נהיה אלופים

"תערוכת Drupa, שנערכת אחת לארבע שנים, היא האולימפיאדה של עולם הדפוס. השאיפה שלנו היא להיות אלופי התחרות השנה ולכבוש את שוק הדפוס הדיגיטלי המבוסס על הזרקת דיו. זה הפיתוח העיקרי והמרכזי של החברה מאז הקמתה". זה המסר שהעביר **גיא הכט**, מנכ"ל חברת התוכנה והדפוס הדיגיטלי EFI, שהשתתף בתדריך העיתונאים לקראת התערוכה.

חברת EFI הוקמה ב-1989 על ידי **אפי ארזי** הישראלי, מייסד סאיטקס ומנהלה במשך שנים רבות. המוצר העיקרי של החברה הוא בקר הדפסה Fierly, שמטרתו לפתח פתרונות שמאפשרים להעצים את יכולות הצבע של המדפסות שמבוססות על הזרקת הדיו. מוצרי החברה מתממשים למרבית יצרני המדפסות בעולם.



גיא הכט

EFI סיימה את 2011 עם מחזור מכירות של 592 מיליון דולרים - גידול של 17% לעומת 2010. "קצב הצמיחה שלנו הוא מהגבוהים בשוק", אמר הכט. "אנחנו צומחים מהר יותר מסיסקו, מאדובי ומ-HP וסבורים שהצמיחה שלנו תימשך גם בשנים הבאות, כי שוק הדפוס הדיגיטלי צומח במהירות יחד איתנו". הוא ציין, כי "למרות המיתון הקשה ועל אף העובדה ש-EFI צמחה באירופה ב-20%, מספר המועסקים באירופה כולה עלה ב-75%". עוד אמר הכט, כי EFI משקיעה 20% מכלל הכנסותיה במו"פ ברחבי העולם - "הרבה יותר מכל חברה אחרת בתחום".

לדבריו, EFI תמשיך לחפש הזדמנויות בשוק ולרכוש חברות שמתאימות לפורטפוליו שלה. עם זאת, הדגיש, "הנטייה שלנו היא לרכוש חברות תוכנה שאופיין משיק לפעילות שלנו, אבל אני לא פוסל גם רכישה של חברות תעשייתיות בתחום הדפוס". הכט נמנע מלחשוף מידע על ההכרזות החדשות של החברה שצפויות ב-2012 Drupa, עקב התחייבות לסודיות עד תחילת אפריל. עם זאת, הוא רמז שמדובר במספר פיתוחים המבוססים על רכישות שביצעה החברה בתחום ההדפסות על קרמיקה - תחום שהולך ומתפתח ברחבי העולם. כמו כן, צפויה EFI להכריז בתערוכה על פתרונות חומרה ותוכנה בתחום ההדפסה בגדלים רחבים, בעיקר לשוק הפרסום ולשוק היצרני-תעשייתי, פתרונות מבוססי ענן ופתרונות IT שמתקשרים למערכות המיחשוב המרכזיות של החברה.

לממוחשבים ומהווים חלק בלתי נפרד מתעשיית ההיי-טק. אפשר להזכיר בראשי פרקים את הדיו הדיגיטלית - אותו פיתחה אינדיגו הישראלית, זיהוי דיגיטלי באמצעות שבב RFID ואפילו טכנולוגיית ה-NFC שתופסת תאוצה מסתיימת בסופו של דבר באחד מהתוצרים של תעשיית הדפוס. כל הנתונים הללו מאפשרים **לורנר דורנשידט**, נשיא ומנכ"ל מרכז הירידים של דיסלדורף, להישמע אופטימי מאוד לגבי התערוכה השנה. בראיון שהעניק למגזין Drupa, שיצא לאור על ידי הנהלת היריד לפני כמה ימים, אומר דורנשידט, בין היתר, כי למרות כל החששות - מספר המציגים השנה לא ירד.

עולם ההוצאה לאור והדפוס נראה היום אחרת לחלוטין מאשר לפני ארבע שנים. חלק מהחברות, למשל, נעלמו לחלוטין, ובתערוכה עצמה צפויים להודיע כמה חברות גדולות על מיזוגים ורכישות מפתיעים למדי. מצד שני, יהיו השנה גם הופעות בכורה של חברות ומיזמים חדשים, שצצים כדי לתת יתרון לחיבור בין הניו-מדיה לדפוס הקונוונציונלי.

כל אלו יבואו לידי ביטוי במרכז החדשנות, שימוקם באולם מספר 7. נשיא מרכז הירידים של דיסלדורף גאה מאוד באולם הזה, שלדעתו משקף את העידן החדש שבו אנו מצויים. אולם מספר 7 יהווה מקום מפגש עבור כל מקבלי החלטות בעולם הדפוס וההוצאה לאור, שיבואו לראות את הכינויים העתידיים שבהם ישקיעו.



לורנר דורנשידט

"עם כל הכבוד לניו-מדיה, כפתור ההדפסה עדיין עובד שעות נוספות", אומר דורנשידט. "חלק גדול מכמות המידע שאנו מייצרים מוצא את עצמו על הנייר, וזה כבר השטח של תעשיית הדפוס. עכשיו צריך לשבת ולראות איך עובדים ביחד".

דורנשידט לא התעלם בדבריו מהמשבר הכלכלי העולמי ואמר, כי "אנחנו מודעים לכך שחלקים רבים מהתעשייה נפגעו בגלל המיתון, שהחל ב-2008 ומנמשך ב-2009. אנחנו מודעים גם למציאות הכלכלית שקיימת כיום בעולם, ודווקא משום כך, Drupa 2012 תשקף בצורה מטבית את השינויים שעברה התעשייה". "מבחינה זו", אמר, "העיתוי שבו מתקיימת התערוכה הוא מעולה".

אוגמנטד ריאליטי 2012

לאורך כל התדריך לעיתונאים עבר המסר הבא: Drupa 2012 תשמש זירה שבה יבואו לידי ביטוי ההשפעות של חדרת האינטרנט על תעשייה זו. התערוכה תציג את המאבק הבין-דורי הזה, בין טכנולוגיות חדשות לטכנולוגיות מסורתיות יותר. הציפיות הן גבוהות, במיוחד לאור המסר המרכזי שטבעו מארגני התערוכה לאירוע השנה: אוגמנטד ריאליטי (Augmented Reality), או בעברית: מציאות רבודה. הרעיון מאחורי המסר