



# Contents

## News Platform

### Regional

UNICEF Partners with Aramex to Promote Corporate Cards Collection	4
<b>Egypt:</b> Ashmand Seals Screen Truepress Deal	6
<b>KSA:</b> Sarawat Modern Printing Press Invests in Heidelberg SM 74	6
<b>KSA:</b> Obeikan Launches Recyclable Obesmart Fabrics	7
<b>Kuwait:</b> Global Graphics Launches basysPrint UV Setter Series 800	7
Iran: Comets are Everywhere	8
<b>Egypt:</b> Al Masry Group Expands Service and Maintenance Operations	8
<b>Lebanon:</b> Indevco Paper Containers wins DuPont Grand Prix Cyrel Award	10
<b>Iran:</b> June 22 Declared Religious Advertising Day	10
<b>KSA:</b> Banawi Industrial Group Expansion Successful under Global Investment House Capital Management	11
<b>Egypt:</b> Elias & Sahara Expand Digital Printing Capacity with Xerox Presses	12
<b>Dubai:</b> Al Futtaim Introduces Paperless Coupon System for DSS Promotions	12
<b>Bahrain:</b> Al Watan Newspaper Sets up New Printing Facility	14
<b>Middle East:</b> Flint Group Improves Infrastructure for Packaging and Narrow Web Customers	15
<b>Iraq:</b> Al Mada Establishment Eyes Huge Growth in Media Sector	16
<b>Middle East:</b> YouGov Survey Finds Arab Women Highly Proficient in Internet Use	16
Canon Wins Six Buyers Lab Summer Pick Awards	18
<b>KSA:</b> vSaudi Xerox Sees 20 Percent Growth in 2009	18

19	Autoprint India Introduces Product Range in Middle East
----	---

## International

20	Agfa Graphics Acquires Pitman Company USA
20	Heidelberg's Cost-Cutting Measures to Create Savings of EUR 60 Million in 2010-11
22	KBA Printers Incorporate Greenhouse Gas Emission Calculator
22	Amazon Kindle e-book Sales Surpass Hardcovers
23	India Emerges Fastest Growing Market for Paper Consumption

## Events

24	Dubai: HP ME and Al Suwaidi Computer Launch First HP Print Station in UAE
25	Dubai: OKI Business Seminar Addresses Resource Management and Innovation
25	KSA: Saudi Media Show 2010 Dates Announced

## Products

26	Xerox Print Advisor
26	Epson AcuLaser CX16
27	Muller Martini VSOP
27	HP ePrint

## Infocus

**Fespa 2010** 28  
Dr. Nicholas Hellmuth,  
FLAAR Reports

## Technology

*Printing Management at the  
touch of a button* 34  
*An update on workflow  
solutions*

## Case Study

**Carbon Footprints of  
Digital and Offset Presses** 40

*A case study on HP's Indigo 7000*  
By Laurel Brunner

## Classifieds

Find comfortable job situations,  
post investment opportunities,  
invite investors and buy and sell ...  
in the Middle East market place

# ME Printer

The comprehensive monthly magazine  
dedicated to the graphic arts industry  
print professionals in the Middle East

**Vol. 7 / Issue 71 / Aug - Sep 2010**

### ME Printer FZ L.L.C.

P.O.Box: 50 2183  
Dubai Media City, Dubai - UAE  
Tel: +971 4 391 1210  
Fax: +971 4 390 9561  
E-mail: info@meprinter.com  
Internet: www.meprinter.com

### Group Publishing Director

Morteza Karimian  
karimian@meprinter.com

### ME Printer Editorial Team

**Editor-in-Chief**  
Eskandar Jahanbani  
alex@meprinter.com

### Technical Editor - English Section

Rod Hayes  
rhayes@meprinter.com

### Technical Editor - Arabic Section

Dr. George Nubar Simonian  
g.simonian@meprinter.com

### Editors

**Hiba Moussa**  
+971 4 391 1208  
hiba@meprinter.com

### Dennis Mathew Daniel

+971 4 391 1598  
english@meprinter.com

### Dr. Younes Shokr Khah

younes@meprinter.com

### Specialist Contributing Editors

**USA** - Frank Romano  
fxrppr@rit.edu

**UK** - Laurel Brunner  
lb@digitaldots.org

**Iran** - Khodayar Sadeghi  
sadeghi@iranprint.com

### Client Service Manager

Prabhulla Chandran P M  
+971 4 391 1207  
sales@meprinter.com

### Graphic Designer

**Darvish Padmanabhan**  
+971 4 391 1206  
studio@meprinter.com

### Chief Accountant

Hareesh K. V.  
+971 4 391 1546  
hareesh@meprinter.com

### Advertising

+971 4 391 1210  
meprinter@meprinter.com

### Correspondence and advertising

**material to be sent to**  
ME Printer Magazine  
Office 214, Bldg. No. 9, Dubai Media City  
Dubai - UAE  
or E-mail to: meprinter@meprinter.com

Printing: Atlas Printing Press LLC

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher. Whilst every care has been taken in the preparation of the editorial content, the publishers cannot be held responsible for any errors or omission. Readers are requested to seek specialist advice before acting on information contained in this publication, which is provided for general use and may not be appropriate for the reader's particular circumstances.



Included in this issue a post-show analysis of FESPA Munich 2010, highlighting UV-cured printers. For printers seeking efficiency and cost-effective methods to manage their printing operations, don't miss our special feature on leading workflow solutions available in the market. Taking a step further in the offset vs. digital debate, we've included a HP-commissioned study which compares the carbon footprints of digital and offset presses

## ME Printer

Official Media Partner





**Eskandar Jahanbani**  
Editor in Chief

This issue's main focus is upon the newspaper industry. Throughout the year, we have always dedicated one issue to the newspaper industry. Over the past few months, especially after the global economic crisis hit this region, we have seen talks and predictions about the newspaper industry going down the drain, going around.

This issue of ME Printer could be a reliable barometer of the newspaper industry's health in our region. ME Printer got in touch with some top-notch newspaper publishers and experts throughout the Middle East, who have shared their insight with us this month. Based on their opinion, we can conclude that dailies in our region continue to enjoy a healthy readership.

Regional newspapers also are taking advantage of state-of-the-art technology to meet the 21st century challenges. One particular newspaper who achieved outstanding success recently is Masar Printing and Publishing. Three newspapers Al Bayan, Emarat Al Youm and Emirates Business 24/7, which are published by Masar, have won the coveted printing quality award of the International Newspaper Colour Quality Club of IFRA.

You can read the full story plus our exclusive interview with Faisal Bin Haider, Masar's general manager in this issue. Masar's recent accomplishment is a clear example of a high caliber newspaper publisher that has achieved outstanding quality through dedication and hard work.

In this issue we have also included a series of interesting interviews with top executives from HP, Heidelberg and Flint Ink.

Last but certainly not the least, you can read my travelogue about the Paju Book City in Korea where architectural aesthetics have helped the publishing industry to flourish. Paju book City is the only industrial city in Korea which was established by private sector and is currently being managed by a non-governmental consortium to develop the publication and culture industry in Korea.

We are also going through the last quarter of 2010 with a sense of optimism about 2011, when regional graphic arts industry enters into a period of hyper activity for Gulf Print & Pack exhibition and drupa 2012. So stay tuned!

“

**Dailies in our region still enjoy a healthy readership**

”

FP

## Digital Content is the Future, Says HP

Top executives from HP said that HP will now focus on web-ready products, during an exclusive roundtable with ME Printer



*Heis Susanne*



**Amin Mortazavi**

*General Manager, HPMiddle East*



**George Semaan**

*LFP Business Manager  
HPMiddle East*



**Ernest Azzam**

*Business Manager for Laser and  
Enterprise Solutions at  
HP Middle East*

ME Printer recently caught up with top executives from HP Middle East during an exclusive roundtable to discuss about the company's strategies for the ePrint technology, the LFP market and the printing industry in general. The executives who participated in the discussion included Amin Mortazavi, the General Manager for the Imaging and Printing Group at HP Middle East; Susanne Heis, the Vice President and General Manager of the Imaging and Printing Group for Middle East, Mediterranean, Africa (MEMA) at HP; George Semaan, the LFP Business Manager for Imaging and Printing Group at HP Middle East; Ernest Azzam, the Business Manager for Laser and Enterprise Solutions at HP Middle East; and Alyssa Sutherland, the Group Manager for Inkjet and Web Solutions Business at HP Middle East.

Last month, HP unveiled a new category of web-enabled printing solutions designed for the cloud that will, for the first time, allow people to print from any email device to any new ePrint-enabled printer from anywhere in the world through the new HP ePrint platform. The technology will also allow users to store documents or files in the cloud and print direct when needed, transform their printers into publishing platforms from which they can customize print apps and schedule timed delivery of content, and manage and customise their full printing experience through the new HP ePrintCenter.

According to Ernest Azzam, the Business Manager for Laser and Enterprise Solutions at HP Middle East, products from HP that support ePrint technology provide simplicity. "This essentially means that you don't need to go through installation process, add drivers to your system and so on. Such products also provide mobility, which is the need for everybody today be it a home user or a travelling professional. And of course these products provide the collaboration functionality, wherein many people from around various places in the

world can make their own modifications to shared files and folders and then in turn share the changes with each other," added Azzam.

To showcase these new solutions, HP had announced recently, a full suite of web-empowered e-All-in-One printers for home and business that start at \$99. These will be the first printers able to "talk" to the "Google Cloud" without requiring a local proxy PC or web appliance, which means people will be able to access Google Docs, Photos and Calendar directly from their printers. A selection of new print apps from partners such as Yahoo!, msnbc.com, Facebook, Live Nation, Crayola, Reuters, DocStoc and Picasa Web Albums also will be available. While these products are already available in the US, HP Middle East representative said that it might take a while, before these products are launched on the local market.

HP's web-connected products and services are supported by a digital print advertising platform that can be leveraged by print app partners. Customers can get premium content at no additional cost and brands can add value to their audience by populating select print content with customized messages, promotions and information like coupons or local services. The HP ePrint platform harnesses the cloud to break down the barriers of distance and connectivity and allow people to send the files they want to print from their mobile devices.

From a mom and son printing drawings from an iPad, to an executive on a train sending a presentation from a Palm Pre or Blackberry smartphone to print and pick up at a FedEx Office store, HP ePrint allows people to print anytime, anywhere, said the company. Every HP ePrint printer will have a unique simple email address that allows the sender to deliver a print the same way they would send an email message. Customers also can send documents to print through an HP ePrint mobile app on their smartphone device to a home, office or

public print location such as a hotel or FedEx Office store. Customers will be able to send Microsoft Office documents, Adobe PDFs and JPEG image files, among others. The HP ePrintCenter is an online hub for all HP customers to explore new services and customize their printing experience. For example, people can register their products and receive updates according to their preferences, configure their devices, track ePrint jobs, and browse and suggest new print apps.

"We are also focusing on the Large Format Printer market," explained George Semaan, the LFP Business Manager for Imaging and Printing Group at HP Middle East. "We are launching new products in the market and we have planned a launch event for the media and our resellers, too. HP is a true company that answers the market demand and customer requirements. We are utilising the could computing technologies to help people share documents and print from anywhere. Our new line of web-connected HP printers will allow consumers the freedom to access content and print from anywhere without a PC."

Newly available print apps to be used with HP's new range of web-connected printers include: Yahoo! and msnbc.com for daily news; Crayola and Kol.com for coloring pages and fun family ideas; Picasa Web Albums for printing photos from a user's personal account; PBS KIDS literacy, math and science activities featuring popular characters such as Curious George; Facebook for printing from a user's photo album or listed events; MapQuest for maps and directions; Artsonia for images from the world's largest kids art museum; and Live Nation for access to concert tickets and promotions.

"We have also launched a development toolkit so application developers can develop apps for the entire ecosystem," added Alyssa Sutherland, the Group Manager for Inkjet and Web Solutions Business at HP Middle East. According to HP, business customers will also be able

to use print apps from services such as Marketsplash by HP for a shortcut to print customized marketing materials such as brochures and flyers; Google Docs for easy document scanning to the web for printing at a later time; Box.net to scan, share, manage and access business content online; Portfolio.com and Reuters for the latest news articles; Daily Brief for business essentials in one place including calendar, to-do list and news from American City Business Journals; and DocStoc and Biztree for immediate access to business forms such as invoices, contracts, receipts, legal agreements and checklists.

Speaking about HP's participation at GITECH Technology Week this year, Susanne Heis, the Vice President and General Manager of the Imaging and Printing Group for Middle East, Mediterranean, Africa (MEMA) at HP, said, "We show new technologies at GITECH every year. There are many important messages to learn from this event. From a product perspec-

tive we are using the opportunity to talk about our new products. We are throwing the spotlight on our ePrint technology, which uses the cloud to help people to print from anywhere they are. We believe that the digital content is the future and every device will revolve around it." Meanwhile Amin Mortazavi, the General Manager for the Imaging and Printing Group at HP Middle East, said that the focus of GITECH Technology Week is shifting towards new comers on the market. "If you go to GITECH, you see lots of new entrants on the market. They are all first timers and they are exhibiting at the event with the niche products they have to showcase. GITECH is an important platform for transferring information about various technologies. Now we are not there anymore – in the era of internet we don't need to be there anymore. We are hence at GITECH Shopper and the key regions where we expect a direct interaction with end users," said Mortazavi.

Speaking about the company's initiatives towards thwarting the trade of counterfeit printer consumables, Mortazavi said, "When it comes to consumables, we are against counterfeiting. We have been working with governments in the region to raid areas wherein counterfeited consumables are being sold. Recently we confiscated over 700,000 items in UAE and around 300,000 in Saudi Arabia. HP's commitment to the environment has gained considerable momentum in the region due to its extensive print cartridge recycling partnership with the DIC, the Middle East's leading Information and Communication Technology cluster. The HP Planet Partners program is available worldwide in more than 50 countries, regions and territories. Since the program's inception in 1991, HP has recycled more than 320 million HP print cartridges worldwide, representing HP's efforts in reducing the environmental impact of printing."



**Alyssa Sutherland**  
Group Manager, Inkjet & Web  
Solutions Business  
HP Middle East

## Regraph Wins Accolades from APP

Tony Koithara awarded as Best Gold Partner for achieving growth for APP products in the region



**Tony Koithara, Regraph** with  
APP Chairman and CEO  
Mr Teguh Ganda Wijaya

Regraph Trading LLC, a company involved in trading of various kinds of paper and based out of Dubai, UAE has announced that it has been awarded the "Best Gold Partner" award by Asia Pulp and Paper. The award was handed to Tony Koithara, the Managing Director of Regraph Trading LLC, at an event held in Jakarta, Indonesia in October 2010.

Regraph Trading LLC is today one of the largest distributors of APP, which is one of the biggest paper manufacturers in the world.

Speaking about the achievement, in an exclusive interview with ME Printer, Koithara said, "This APP award means a lot to me. The award essentially translates to the fact that we are selling good volumes of APP's products continuously on the regional market. It is quite impressive to add that though there might be multiple Gold Partners in each country in the world, there can be only one Best Gold Partner in each country. Only Best Gold Partners can book products with APP on exclusive basis."

Explaining about his history with APP, Koithara said that he started working for APP from 1989 onwards. "We found the regional market needed such products and hence, I started working out of Jebel Ali for re-export markets because we saw a huge demand for such products in GCC and African countries," commented Koithara.

Today, for local requirements, the company has two units in Dubai – one in Al Quoz Industrial Area and the other in IMPZ. The unit in IMPZ also doubles up as a laser die-making facility. "At both these units we do clearance. We also have our own containers, trucks and trailers, which take deliver products and stock to the printers' facilities. We have a capacity of doing 20,000 ton for APP products per year. We sell in countries such as UAE, Oman, Bahrain and Qatar. We work with both, regular customers and spot purchasers," explained Koithara.

According to Koithara, the reason Regraph is successful in the regional market is because the company gives good pricing to the local market. "Also, we maintain a good stock of APP's products – at any given time, I stock up to 4000 to 5000 tons of APP's products in our warehouse. This stock includes 2 side art paper & board, woodfree, impressions plus NCR, preprint, instant photocopy paper, etc.," concluded Koithara.

## Kodak Says “Good Products Don’t Sell Themselves” at its Seminar

More than 70 attendants from different sectors of commercial printing, regional graphic arts industry participated in the event, wherein experts from Kodak spoke about inkjet technologies, Kodak’s history and legacy, and the state of the digital printing industry, among other interesting topics about the printing and graphics arts industry



Kodak recently held a seminar titled “Good Products Don’t Sell Themselves” on October 12, 2010, at The Address Hotel in Dubai Mall. More than 70 delegates from different sectors of the regional graphic arts industry participated in the event. As part of the event, Kodak also invited a host of top notch experts and speakers to address important issues in today’s competitive graphic arts market.

The topics discussed at the event ranged from new marketing trends and transpromo, to the future of digital high speed colour and newspaper printing. Thommas Wimmer, Kodak’s Regional Business Development Manager, kick-started the seminar. His focus was on new marketing trends, wherein he explained how the marketing and communication trends were evolving.

According to Wimmer, today’s customers demanded more diverse ways of receiving information. He also added that based on studies conducted by market research agencies, every individual saw between 500 to 3000 brand marketing messaging a day. “So how can a brand effectively capture his or her attention?” asked Wimmer. “The trick was to send the relevant

message to a person who needed it. One very effective way is to personalize the marketing message.”

Wimmer added that though personalization of marketing messages might work, it isn’t competitive anymore. He said that various events and demographics triggered personalization to maximize response rates and create well targeted customer focused communications. “Today’s consumer is not looking for more information – what he or she wants is information that can make his or her life easier,” said Wimmer. With the help of Kodak’s inkjet technology, even newspapers are now able to offer personalized ads. According to Wimmer, the benefits of digital transactional printing for marketing purposes are enormous, which includes fast return on marketing investment. It reduces overall total cost of ownership and rationalizes the supply chain. Following Wimmer’s presentation, Stephen Swan, the Business Manager for Middle East and International Cluster at Kodak, offered an overview about Kodak products focusing on Nexpress digital press and Prosper inkjet technology.

Swan started his speech with a brief history of Kodak which dated back to 100 years ago and included

benchmarks such as X-ray imaging, film and cameras. According to Swan, 40 percent of all printed products in some form touched many Kodak technologies. Swan added that Kodak offered a range of black and white products that were based on electro-photography technology and were able to produce 300 pages per minute, which are considered fastest in the market. For the colour market, Kodak manufactures the Nexpress range of products, which was developed in partnership with Heidelberg. Nexpress is equipped with five-colour stations. The machine has been designed for 24/7 production. It is not a copier – it is truly a digital press and has been designed to work non-stop and in tough commercial print environments. There are a number of Nexpresses in print houses that have surpassed 50 million printed pages and they are still in production. This is a living proof of its robustness. The 5th station of Nexpress is what distinguishes it from the other products in this class. It uses clear dry ink which can be used in many application such as dimensional coating, spot gloss, Inline coating for unique effects, Red Fluorescing, MICR and other applications.

Clear dry ink is completely digestible and thus it's safe for children. That is why it is ideal for book covers. After the speech, Swan passed a series of samples to the audience to scrutinize. The next speaker, Jiten Patel, the GMC EMEA Services Manager, is responsible for introduction and delivery of tailored GMC software solutions to Enterprises engaging in Customer Communication across European, African and Middle-Eastern markets. With the help of a PowerPoint presentation, Patel explained how using right equipment and right approach, an efficient transpromo solution could be implemented.

Patel also talked about how transpromo had evolved over the years. Ranesh Bajaj from Secure Print Equipment Supplies talked about some of the Kodak's customers' activities and their success stories including that of Al Omeira Printing and Publishing. The company uses Kodak's technology to print visa application forms. Salvatore Massaro,

Kodak's Business Development Manager for Eastern Europe, Africa and Middle East Region, talked about digital production solution for book publishing.

Massaro said 40 percent of a publisher's total production is normally wasted. He also claimed that 50 percent of the all titles sold in the world were below 250 copies on average. But publishers print at least 1000 copies. Today book printing is considered as an opportunity for digital printing because it is a technology that is able to rationalize book publishing. Other opportunities include customization of text books, self publishing and more. According to Massaro, unlike offset printing, digital printing is growing at a rate of 15 to 20 percent.

The book publishing industry is currently controlled by a few publishers. Usually in each country, 10 big publishers control 90 percent of the whole publishing industry. Also the accessibility of digital printing has paved the way for many news-

paper publishers to become book publisher as well. Digital printing is also ideal for printing of out-of-print books. Digital printing can also help printers in other processes such as data management, quotation and job management.

Digital software associated with digital printing can streamline these processes. Today, the threshold between offset and digital for cost efficient book production is 4000 copies and if we consider other benefits, it can go up to 7000. Last speaker was Manfred Dreissinger, Kodak's Sales Director of the Strategic Product Group InkJet Printing Systems for Central, Eastern Europe; Greater Russia; Middle East & Africa, who spoke about the future of digital high speed colour printing and newspaper printing. The event concluded after a raffle draw during which, some members of audience received gifts, including digital cameras and picture frames.

## Focusing on Two Core Segments – Packaging and Print Media

ME Printer speaks to Anthony Murphy, the Commercial Director and General Manager of Flint Group Packaging and Narrow Web in the Middle East, about the company's strategy for the region, following its acquisition of the Torda facility



Anthony Murphy

**How do you intend to capitalise on the Torda facility and local knowledge? What are your plans for the Torda site?**

The new Torda site in Dubai has been opened just one year ago. The site is fully capable of manufacturing Packaging Inks for all segments and supports customers with a fully equipped laboratory. With the current set up we can for example pursue all required analysis for colour management or blend shades to customer requirements. Over the next months we plan investments into additional equipment to further increase our technical capabilities. The combination of the local Torda set up – and the expertise behind – with the know-how and the technology of Flint Group is a perfect mix to increase customer satisfaction and improve our service competencies in the Middle East region.

**Following the acquisition of Torda what is your product strategy going forward for this region?**

The product integration will go both ways: Where relevant we will transfer European technology to the Middle East and customise products in our site in Dubai for the local markets. Where on the

other hand Torda products are the best fit and provide better value to our customers they will become a standard item in the Flint Group product range and will be offered to the Middle East as well as to other regions. The global knowledge and experience of Flint Group will help to fully cover end user requirements which are important for the whole packaging supply chain. Food packaging is for example a very critical area, and manufacturers in this segment must focus on the highest levels of manufacturing controls in line with the imperative of protecting the consumer. By combining Torda's product strengths with the expertise of Flint Group, we will be able to offer an enhanced package to our customers.

**This acquisition is your latest move to improve your market share in packaging inks. Does this mean the future belongs to Packaging rather than Print Media?**

Definitely not! Flint Group is serving its 2 core segments "Packaging" and "Print Media" with an equal focus. In the Middle East we have an established network for Print Media products and we will keep

the focus on serving this market as we do for Packaging.

**How important is Middle East market for Flint Group and why?**

The Middle East region shows remarkable growth. Several brand owners and major packaging groups have over the recent past established sites in this region. With the acquisition of Torda and our new site in Dubai Flint Group is set up to service those customers and participate in the market growth.

**Are you planning more distribution centers and warehouses across the region?**

Not at this point in time. Our site in Dubai is fully capable of supplying customers in the whole region.

**Do you plan to participate in any coming major event or exhibition in the Middle East?**

Yes. We have just booked a stand on "Gulf Print & Pack 2011" which will take place from 14th to 17th March 2011 in Dubai. This is the only dedicated event for the printing and packaging market in the Middle East and North Africa and we are very happy to welcome printers and industry partners there. We will surely have some interesting developments on our booth!

FP

## GCG Offers Green Managed Document Services from Kyocera

The solution will help companies reduce carbon footprint and reduce operational costs



From left to right

**Sho Taniguchi, Hakam Abu Rishah, Takuya Marubayashi, Stanley Samuel Group Marketing Manager GCG, Masahiko Murata Sales Manager KMIS**



**Maki Nagao Product and Marketing Manager KMIS**

Gulf Commercial Group, a company specialised in highly automated digital document solutions in the UAE, has announced that it is now adopting and offering Kyocera's green Managed Document Services. The announcement came in a forum held at the Emirates Palace recently, under the theme of Managing Green Printing. The forum drew considerable C Level presence from both the public and the private sectors across the UAE. Commenting on the subject, Hakam Abu Rishah, GCG's General Manager, said, "As part of our firm commitment to provide our clients throughout the UAE with green printing solutions, GCG has adopted Kyocera's new green document management solutions. These solutions will contribute

to the reduction of the carbon footprint by cutting carbon emissions, using long life components, saving energy and cutting the costs of conventional printing by up to 40 percent of the existing total printing costs at the same time. The solutions will also help in improving the efficiency of work processes in the UAE business sector."

On his part, Takuya Marubayashi, the General Manager of Kyocera Mita Middle East, commented on the impact of environmental business initiatives on the printers sector and how Kyocera is leading such changes in the UAE. "Kyocera printers and MFPs minimise waste and help offices reduce their carbon footprint. Kyocera and its main UAE partner, GCG, work together towards a sustainable future to make sure the world continues to be a place we can all live in," he added. According to Marubayashi, Kyocera Mita has been an environmentally conscious company ever since it introduced its ECOSYS concept in 1992. "Our core product concept, ECOSYS covers three elements. These include ECONomy, low cost per page printing and low Total Costs of Ownership (TCO); ECOlogy, no environmentally harmful cartridge to be discarded; and SYStem solutions, using modular designs with options to meet varied requirements, and connectivity to all known network environments. ECOSYS is our core product concept and a crucial element of Kyocera MDS" he said.

Commenting on the GCG's adoption of the Managed Document Services option, Abu Rishah said, "Our main goal when we opted for the green MDS is to optimise the entire document production process in those organizations using ECOSYS printers – from capturing to archiving, from workflows to security and even including environmental impact."

Customers in the UAE have relied on the diversified trading group GCG for the past 28 years due to its ability to provide products and services tailored to their specific needs. In addition to its network of branches strategically located throughout the UAE for customer accessibility, GCG serves over 3,000 customers through a network of service centres and is supported by a state-of-the-art regional training centre to ensure quality standards across all of its branches and service centres.

"Environmental friendliness and cost efficiency can actually go hand in hand in the long run, as long as people are willing to make an investment first. This requires investors and those who are eager to cut costs to be able and willing to think long-term - they will have to think years rather than months. Kyocera's ECOSYS printers produce far less waste and their TCO is much lower than others, not to mention their superior environmental performance compared with other cheaper printers. Another important element of Kyocera's MDS is Professional Service where GCG steps in to give you professional advice and support. Getting it right means an instant improvement in efficiency as well as lower expenses and a reduced impact on the environment," said Abu Rishah.

Marubayashi added that with their small carbon footprint, Kyocera's ECOSYS products represent today an integral part of Gulf Commercial Group's Green Managed Document Services (MDS) concept as they optimise an organization's entire document output process, plus it helps them go green.

FP

## Giffin Graphics Announces Changes in Key Management Posts

The changes in posts were aimed at further strengthening the group's operations locally and regionally



**Khaldoun Yahfoufi**  
Manager of Papers and  
Supplies division.  
Giffin Graphics



**Walid Wahbe**  
Manager of Papers and  
Supplies division.  
Giffin Graphics



**Mahmoud Alfasatleh**  
Technical Support Engineer for the Digital  
Graphics Systems Division

### Giffin Graphics has also opened a new branch in Riyadh, Saudi Arabia.

Giffin Graphics, one of the leading print and graphics art industry equipment and consumables suppliers in the Gulf, has announced changes in several senior management posts at its headquarters and operating companies. According to the company, the changes in the posts were aimed at further strengthening the group's operations locally and regionally, and across its core businesses of Digital Graphics Systems, Machinery, Papers and Supplies and After Sale Service.

Cherian P. Cherian, the Manager of Papers and Supplies Division, retired in October this year, after a 28 year career with Giffin Graphics. Cherian started his career with Giffin Graphics in 1982 in Abu Dhabi. Having proved his efficiency in sales, he was transferred with promotion to Giffin Graphics' Branch Manager in Bahrain, where he served six years. Thereafter, he was again transferred to Sharjah as the Manager of Papers and Supplies Division for the entire Giffin Graphics group. During his tenure at Giffin Graphics, Cherian had a significant role in developing the customers and suppliers base for the company.

Under the new changes in the management, Cherian will be replaced by Khaldoun T. Yahfoufi, as the new Manager of Papers and

Supplies division. Yahfoufi joined Giffin Graphics' Sharjah branch in 2000, to work in the Supplies and Machinery division of the company, for UAE and Oman markets. In 2002, Yahfoufi was assigned to establish Giffin Graphics' Manager for the Qatar Branch. After eight years in Qatar, Yahfoufi has been appointed as the Manager of Paper and Supplies Division at Giffin Graphics' Sharjah Branch, thus overseeing the complete Gulf region.

Speaking about his promotion, Yahfoufi commented, "I am grateful and optimistic and have a good faith that things will be better. New strategies are being implemented for the interest of Giffin Graphics and our clients by our entire team." Walid Wehbe, who has been with Giffin Graphics since 2001, will replace Khaldoun Yahfoufi in Qatar. Wehbe has been involved in the printing industry in Lebanon since finishing his studies in 1997, and he joined Giffin Graphics in 2001. Wehbe was the obvious choice to take charge of the Qatar branch – he is expected to take the branch activities to another level of excellence and distinction.

In addition, this month, Giffin Graphics has also opened a new branch in Riyadh, Saudi Arabia. Mahmoud Alfasatleh joined Giffin Graphics' Sharjah branch in 2008

as Sales and Technical Support Engineer for the Digital Graphics Systems Division. During his career at Giffin Graphics' Sharjah branch, Alfasatleh installed Durst machine in GCC and Levant countries. He has now been promoted as the Branch Manager for the new facility in Saudi Arabia. Speaking about his new assignment, Alfasatleh said, "Giffin Graphics has ambitious plans to expand in Saudi Arabia. In our first phase of expansion, we will focus on the Riyadh market for digital printing presses and large format printer market. Next, in phase 2, we will enter the Jeddah market. We can't ignore the huge \$7.6 billion market in Saudi Arabia." Elaborating on the management changes, Ramzi Kteily, the Managing Partner of Giffin Graphics said, "The changes in the senior team will provide the company with strong leadership and experience in all aspects of our operations. Under their leadership, Giffin Graphics is well positioned to accomplish our strategic objectives in the regional printing and graphics arts industry. Throughout their careers, Cherian, Yahfoufi, Wehbe and Alfasatleh have provided valuable effort and leadership for the company. Their contributions are recognised by everyone who has been associated with them."

FP

## Newspapers Published Through Masar Win Quality Awards

Al Bayan, Emarat Al Youm and Emirates Business 24|7 of Dubai Media Incorporated (DMI), bag the accolades



*Faisal Bin Haider receiving WAN-IFRA Award from Christoph Riess, CEO - WAN-IFRA*



*From Left to Right, Samer Abdel Qader, Dhaen Shahin, Ahmed Hammady, Sami Al Reyami, Faisal Bin Haider, Mohammed Al Zarouni*

Masar Printing and Publishing has announced that three newspapers such as Al Bayan, Emarat Al Youm and Emirates Business 24|7 of Dubai Media Incorporated (DMI), published through the company, have won the printing quality award of the International Newspaper Colour Quality Club of IFRA. The ceremony was held in Hamburg, Germany a few weeks ago, and was attended by more than two thousand executive directors and 26 editors worldwide.

"DMI's newspapers are the first Arab newspapers to win this international award. Many global publications were competing for the award," said Masar Printing and Publishing's General Manager, Faisal bin Haider. "Evaluation is very important for our local newspapers to be able to boost their position of presenting high-quality publications that satisfy the reader who always aspires for the best in the light of the techniques that develop day after day."

According to IFRA, by this exclusive quality achievement DMI, represented by its printing and publishing companies, can now proudly say to its customers that the newspapers and the printing and production processes have the technology, the equipment, the knowledge and the people to deliver an outstanding printing

quality for their printing and advertisement requirements following the ISO international standards.

"Being a member of the exclusive INCQC means that we have gone through a long process of auditing for our complete printing process from the initial material selection in compliance with the accepted international standards, followed by strict application of all quality requirements set by IFRA and ISO 12647-3, till the final finishing quality of the printed product," explained Haider.

According to Haider, the process is carried on over a period of four months where participants should send their printed copies to IFRA in Germany for proper evaluation. "These reports are then evaluated and points are awarded for meeting each of the required specifications and standards. This ensures that the performance of the participant is consistent; and demonstrates his / her commitment and ability to apply the ISO standards of the printing industry," added Haider in a recent interview with ME Printer.

Haider added that the company has been trying to apply for this unique recognition since 2009. "My main target was to improve the quality of newspaper press and be certified in what we do. In 2010 we participated and we went through four months of evaluation and testing. We

were shocked when we saw how complicated the entire process of evaluation was. Many issues were considered for the certification such as the result of each test. Every month we used to complete one test and then submitted a 40-page report," explained Haider.

Masar Printing and Publishing worked with a consultant in order to achieve top notch printing quality. "Our team went through a massive training session and we used European ink and paper for our operations. We started reporting our daily activities such as the make-ready time, production time, and so on, on a daily basis. Today we have six daily newspapers printed every day. In November this year, we will go for IFRA ISO quality certifications," claimed Haider.

The company is now expecting that within the next two months, a die-cutting and foil making high-end machine is expected to be installed at their facilities. "We have also invested in lots of machines such as a waste management setup for our printing facilities. The experience of being evaluated for INCQC – which included 50 percent for prepress and 50 percent for press – has helped us a lot in our daily operations. We are now using that experience in our commercial side as well. Our international clients are very happy with the quality we deliver," said Haider.

**"DMI's newspapers are the first Arab newspapers to win this international award. Many global publications were competing for the award,"**

*Faisal Bin Haider*



According to Haider, the year 2010 has been a good year for Masar. "The newspapers we have been working with have increased their print quantities. Our newspaper division started in 2007 and our commercial activity was only started recently. There hasn't been any negative impact on our operations due to the economic downturn. We have many new clients signing up with us now. Today we are operating at 90 percent level for newspaper printing," commented Haider. According to a statement from IFRA, only 109 titles achieved the INCQC 2010-2012 membership. 162 titles from 43 different countries and from the 5 continents origi-

nally registered for participation in the exclusive club. "We're very gratified that the number of visitors surpassed the 10,000 mark," said Christoph Riess, CEO of the World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA), the organiser of the event. In 2009, the event drew 6,700 visitors. The 40th annual exhibition included 341 exhibitors from 33 countries, an increase of more than 20 percent from last year, including printing press manufacturers, editorial and advertising system providers, new media providers and other suppliers to the newspaper industry. Germany, France, Denmark, Norway, the Netherlands,

Switzerland, Italy and Austria were the most represented countries among visitors to the Expo. The majority of visitors were managing directors or CEOs, technical or production directors and editors. Major announcements for investment in print production technology during the show provided a good indicator of the slight recovery around the world. KBA, MAN Roland, Goss International, Schur Packaging Systems, TKS, Fujifilm, ppi Media, Baldwin and other production supplier companies signed a number of multimillion-euro orders. The 2011 Expo will be held in Vienna, Austria, from 10 to 12 October 2011.

## KSA: Abaker Printing Press opts for Heidelberg

The company which already has a string of Heidelberg equipment, invests in a Speedmaster 102



**Nasser Al Jarboa,**  
the CEO of Abaker Printing Press  
Saudi Arabia

Abaker printing press in Saudi Arabia recently invested in an all-new perfecter SM 102 - 5 Color machine. The deal to buy the new press was signed in July 2009 and the machine has already been delivered to the print house for installation and commissioning.

Speaking exclusively to ME Printer on the occasion, Nasser Al Jarboa, the CEO of Abaker Printing Press said, "We expect the new press to add much needed capacity for our production. This will meet additional demands in the commercial printing and envelope production. We have had a Heidelberg Speedmaster SM102 5-colour in our factory which proven to meet our requirements and the demand of our customers. This configuration gives us optimum flexibility in meeting the market requirements in this size."

According to Jarboa, the new press will be targeted at the company's customers, belonging to the financial institutions and communications sectors. "In Heidelberg equipment we find the quality, durability and the high level service available locally. We have established a strong partnership with the local

organisation serving our various needs in support, maintenance and consulting services. We have had excellent service for our various applications needs in the commercial printing, Plastic cards printing and envelop production," commented Jarboa.

The company is today practically a Heidelberg house with a wide range of Heidelberg equipment already running in the company's premises including Two Speedmasters 102 – one 4-color another one 5-colour perfecter, in addition to the Speedmaster XL 75 and two SORM presses. The company also has a Supraletter CTP system and complete Polar solution for paper cutting and processing.

Jarboa further went on to say that the Saudi economy has proven to be strong in this turmoil market conditions elsewhere. Saudi Arabia's printing market so far has showed little sign of slowdown due to global recession. On the contrary some of the biggest investments in printing equipment have been carried out during past months. "The Saudi economy continues to grow with the steady oil revenues, the increased government spending

and the growing consumer market sectors," added Jarboa.

Heidelberg's Speedmaster has also proved to be popular in the kingdom. Speedmaster perfecter SM 102 is the newest generation of Heidelberg's 102-model for printing both sides of the sheet in one pass. One of the major features of the new generation of SM 102 is Preset Plus Feeder which is able to handle even voluminous book paper.

We started our business in the commercial and forms printing sector over 25 years ago. Since then we have grown in these sectors and added the envelop business and the plastic cards sections," explained Jarboa. "We are now a one stop shop for our elite clients in the banking and communications sectors. We have four production facilities in the Riyadh Industrial Areas 2 and 3. We have decided to consolidate our productions in one site, in the new Obeikan Industrial Park near our current location. This will enable us to better serve our customer in an efficient way, thus utilising the various synergies of our various business sectors."

FP

## Al Yaum Media House and WAN-IFRA Conduct a Seminar on Printing Quality

Fourteen participants from a number of Saudi newspaper companies attended the training programme



Al-Yaum Training and Development Centre, in collaboration with IFRA, have announced that they have successfully completed a training programme in printing quality at its Dammam, KSA, headquarters. The objective of the event, the first of its kind to be held in the Gulf region, was to strengthen the media industry in the region through such training, especially the print sector. The Managing Director of Al Yaum Media House, Saleh Al-Humaidan, who is also a board member of IFRA,

made a statement at the start of the training program highlighting the benefits of such programs in developing the capabilities of staff in the media industry in the region and the leadership role of Al Yaum Media House in this process.

"We are very keen to provide quality media products through partnerships with local and global organizations," said Al-Humaidan. The opening ceremony of the seminar was also attended by the General Manager of Heidelberg Middle East, the sole agent representing Huber International Group in the Kingdom. Zaid Al-Juhani, who was the official sponsor of the training programme, thanked Al Yaum Media House for organising the event. Moritz Schwarz, a senior consultant from WAN-IFRA, conducted the training, which was attended by 14 engineers from different newspapers printing presses in the region. Among the topics covered included the normative and general requirements of the ISO 12647-3:2005

standards, skills to identify the different sources of quality variations in prepress and press, knowledge of the critical quality requirements of ink and paper, and so on. The participants were also taught how to evaluate and analyse the printed job. One of the outcomes from this training was that the participants were able to acquire practical experience on CTP and press calibration. On the last day of the training program, Saeed Hilal Al-Ghamdi, the Assistant Managing Director for Technical and Marketing Affairs, thanked all the parties for making the event a great success, with special thanks going to the official sponsor of the training program, the Huber International Group. Al-Ghamdi stressed the importance of such technical training in enhancing the skills set and competencies of the print staff both locally and in the Gulf region. On the final day, Al-Ghamdi and Schwarz also distributed certificates to the participants of the seminar.

## ZeroTime Invests in the New Xerox iGen4

According to Xerox Egypt, with the recent investment, the total number of iGen presses in Egypt is now nine

spread company not t, but in the region and world when it comes to ing. Xerox has integrat- of printing prior to any any and has succeeded and operating the first n Egypt in 2006. Since mber of iGen machines to nine, and Xerox has unprecedented success in n market, which contin- day by day.

ZeroTime, a company established in the Heliopolis district of Cairo by Mohamed Hamid and Ahsraf Latif, has announced that it has procured a new Xerox iGen4 machine. This latest investment brings the total number of iGen presses in Egypt to nine. ZeroTime specialises in digital printing and is considered to be the fourth in PhotoScreen's group of companies. Starting off his career with Apple Macintosh computers and related operating systems, Hamid was one of Egypt's first pioneers in these devices. He then specialised in training on them and on desktop publishing systems which had just emerged at that time.

ZeroTime will use the iGen4 for quick binding and finishing of smaller quantity jobs. According to

the company, Hamid is considered to be one of the oldest clients at Xerox Egypt, since investing in the first digital machine in Egypt (DC12) in 2003. Throughout the years, Hamid and his companies have gained considerable experience in optimising digital printing technologies and innovating new and unique economical applications.

Hamid explained that digital printing provides better results in printing than traditional technologies, especially when it comes to the stability of colours and degrees between each stage of the printing process. He also emphasised on the importance of giving attention to human and labour skills, because they represent the main difference at the end between each company. He also added that digital printing

in Egypt has now become the cheapest way to implement printing processes of up to 500 copies. Meanwhile, Engineer Wael Sedky, the Marketing Manager for Printing Systems at Xerox Egypt said that the futuristic vision of the company's management and the persistence on excelling turned the risks into guaranteed profit. Since 2003, ZeroTime has invested in many digital presses, the first of which was DC12, followed by two DC250 in 2005 and a DC700 in 2009. In 2010 they invested in the iGen4, which can print up to 110 sheets per minute, in a size bigger than quarter a sheet, and with a record printing accuracy of up to 2400-dpi.

Sedky also stated that based on facts and figures, Xerox Egypt is the

FP

## Canon Unveils New Concepts for Future of Imaging at **ظ**

The company said it will also develop its services business to deliver value for customers by unveiling a new Consultancy Services business



Canon one of the leading providers of imaging solutions, has unveiled a wide range of new products and concept imaging technologies which will shape the future of imaging for consumer, professional, business, and health-care environments at Canon EXPO 2010 in Paris. Building on a history of continuous innovation and re-affirming its goal to develop products recognised as number one in their categories, Canon will be demonstrating new technologies from image capture through to mixed reality interaction and digital radiography at the EXPO exhibition.

The company will also be outlining its commitment to further develop its services business to deliver value for customers by unveiling a new Consultancy Services business, entering the enterprise information and media management market. "Canon EXPO 2010 Paris is an exciting demonstration of Canon's vision for the way in which people incorporate imaging technology into both their personal and working lives," said Ryoichi Bamba, the President and CEO of Canon Europe, Middle East and Africa. "Imaging innovation is at the heart of Canon's business strategy and today we have brought together Canon's present and future visions for the industry, showcasing the power of image". According to the company, Canon's imaging technologies gave visitors a unique view into the

power of image by allowing them to see images in a way they could not have seen before – making the invisible, visible. The company also showed off a multi-purpose camera, a compact and lightweight camera which supports both video and still image capture with ultra-high definition 4K resolution. The company said that the camera was suitable for both work and professional use, because it features a newly developed CMOS sensor that enables video shooting at high frame rates in excess of 60 frames per second.

Furthermore, Canon's Mixed Reality concept system, combined the real and virtual worlds in real-time. This created a visual experience in which users could not only "see" images in a visual space, but also control and create them. The system uses a head-mounted display with built-in cameras and a computer which processes video to blend real and virtual realities. The company also demonstrated its entire range of new imaging innovations, from Canon's first fully integrated low-dose digital radiography system, to eye care imaging solutions that will enable healthcare professionals to visualise the retina in 3D for quicker and more accurate diagnosis for patients.

Meanwhile, at the EXPO's Document Scanning Solutions Zone, visitors saw how Canon and its key partners could help automate and optimise workflows in order

to achieve increased efficiency and cost savings. Customer case studies showed the different ways organisations could use Canon document scanning as full front end intelligent capturing solutions. DORMA, a leading supplier of door technology products and systems, selected Canon scanners to capture their paper based information, such as delivery notes/invoices, with greater speed and accuracy into their supply chain management system (SAP-based). In addition, Crédit Lyonnais, a private bank specialising in private wealth management deployed 21 Canon DR-X10C scanners to digitise all its documents associated with loan applications and streamline the associated workflow process. Canon also showcased its scanners along with I.R.I.S. capturing technology, which demonstrated optimised workflows and business processes.

At the Office Solutions Zone on the other hand, visitors were able to see for themselves how uniFLOW could manage all scanning and print processes. The newly launched platform offers heightened security, whilst simplifying and automating common processes to improve productivity. uniFLOW V5 transforms the functionality of the multifunctional device (MFD), placing it at the heart of the office. The new imageRUNNER ADVANCE C2030/C2020 models were also previewed at EXPO. The devices

further extended the scope of the imageRUNNER ADVANCE Series, offering fast and cost-effective colour printing for small and medium sized workgroups.

Visitors also saw examples of how Canon's Managed Services helped reduce and control print costs and environmental costs. Highlights included Managed Print Services, carbon footprint management and operational efficiency. At the Production Print Zone, elements of Canon's workflow programme on display included the Helix production workflow with web to print module, variable data printing workflows and finishing techniques with alliance partners. Examples of the workflow automation were also highlighted. Canon demonstrated its growing collaboration with Océ at EXPO, where Canon and Océ products and solutions were demonstrated together for the first time, exhibiting the broadest portfolio of production and large format printing systems now available to the professional print market. Products included

Océ's JetStream 1000, VarioPrint 6320 Ultra, Arizona 550XT with Onyx server, ColorWave 600 and a Pro Cut machine.

Through its cooperation with Océ, Canon claimed that it is now entering the signage and display market. It also showed a concept product for the outdoor graphics display market for the first time. Canon added that it now offers a complete solution for wide format customers from indoor to outdoor printers. During his keynote address at EXPO Paris 2010, Fujio Mitarai, Chairman and CEO Canon Inc. provided details of Canon's business strategy for the next five years. This strategy further promotes Canon's two longstanding key strategies of globalisation and diversification.

Canon EXPO 2010 Paris is a global showcase which takes place once every five years, held in the impressive Grande Halle de la Villette in Paris. Covering almost 8,000 square metres of exhibition space, the exhibition will introduce new products for the home



and office and demonstrate how great innovations impact a wide range of new business areas within consumer imaging products, office equipment, print production, broadcast and communications, medical systems and security solutions.

## MACtac Awarded the VISCOM Prize for its Sustainable Development Policy

The prize also rewards MACtac's efforts to reduce the energy consumption at the Belgian plant

MACtac has announced that it has won the prize for Sustainable Development awarded by VISCOM-SIGNAL'ETIQU' France. The Grand Prize trophy was presented to MACtac Europe during the VISCOM fair in Paris on September 21, 2010. According to the company, the jury appreciated the new environment-friendly IMAGin and Greenscreen printing media for digital and screen printing as well as the "green" packaging made of homogenous materials and easy to re-use or recycle in compliance with the 94/62/EG European Directive.

The prize also rewards MACtac's efforts to reduce the energy consumption at the Belgian plant. The use of energy has been reduced by 14 percent while the use of gas has been reduced by 25 percent and

that of water by 39 percent in five years.

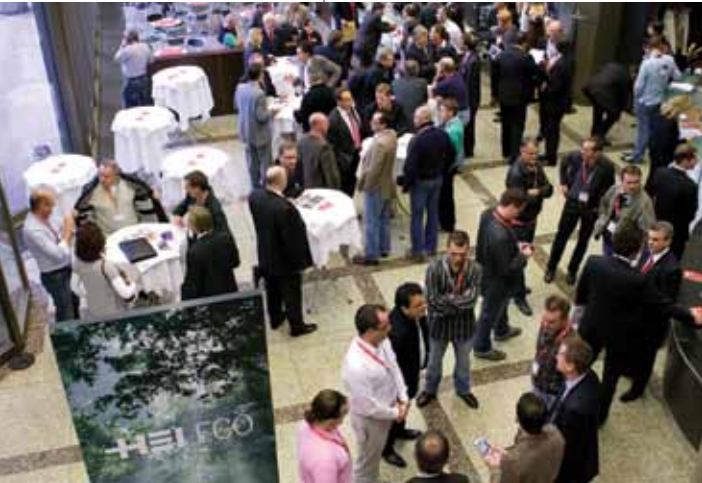
MACtac is a leading manufacturer of pressure sensitive adhesive (self-adhesive) products worldwide. Along with its strong presence and base in North America, MACtac serves important markets in Europe, South America and Asia and has manufacturing and distribution facilities in 14 countries worldwide. MACtac's international presence reflects the global strength and innovation of its parent, the Bemis Company, the largest flexible packaging supplier in North America.

MACtac's products are today used in a wide range of industries including label printing, graphic design, packaging, digital imaging, retail display, fleet graphics, assembly engineering, automotive assembly, and medical device assembly.



## Heidelberg Organises HEI ECO Information Day

### Sees participation from the European trade press and customers from across Central Europe and India



As part of its commitments to the environment, Heidelberg recently concluded the HEI ECO Information Day, a comprehensive showcase of solutions for ecological printing. Almost 100 customers from countries such as Germany, Switzerland, France, Poland, the Netherlands, UK, Finland, and India attended the HEI ECO Information Day, which was held between October 12 and October 13, 2010 at the company's headquarters. Participants at the event got a comprehensive overview of the latest solutions for ecological printing from Heidelberg.

According to the company, eco-friendly printing is one of the big issues in the print media industry, with a growing awareness of the need to protect the environment. The increasing scarcity of resources and the impact on air, water, and soil are making this urgently necessary, with the focus first and foremost on cutting CO<sub>2</sub> emissions. Heidelberg said in a press statement earlier this month that it provides support for its customers in all areas relating to environmental protection, thus helping enhance their competitiveness. The company also presented its Sustainability Report 2009/2010, in which, the company said that it is committed to taking a holistic approach to eco-friendly printing. This meant giving consideration not only to cutting the CO<sub>2</sub> footprint but also to reducing and avoiding energy consumption, emissions, and process waste. Through the example of

manufacturing a press, the Sustainability Report 2009/2010 explained what the CO<sub>2</sub> footprint is made up of and how it can be calculated precisely. For instance, the materials and energy used in manufacturing a Speedmaster XL 105 five-color press with coating unit add up to 218 metric tons of CO<sub>2</sub>.

Heidelberg in its report said that examining the ratio of materials to CO<sub>2</sub> emissions provided interesting findings. According to the company, it is currently the only press supplier that uses such a precise method and can ensure carbon offsetting for the presses it manufactures. "We have a clear commitment to taking a pioneering role in environmental protection in the printing industry and providing our customers with support in putting this into practice. We see our comprehensive measures in this area as an opportunity to combine environmental and economic benefits. Printing ecologically ultimately also means thinking economically," explained Stephan Plenz, the Member of the Management Board at Heidelberg. Pursuing a holistic approach, Heidelberg adds that it analyzes and optimizes its own processes in development, production, and service. At the same time, the company continuously tries to ensure that its products conserve resources when in operation at customer sites. The activities focus primarily on reducing and avoiding CO<sub>2</sub>, other emissions in the production process, and process waste. CO<sub>2</sub> is produced during the manufacture of both machines and print products, while process waste, such as ink waste and used dampening solution, and other emissions, such as VOCs (volatile carbon compounds), ammonia, ink and coating mist, dust, and noise, are produced during the printing process.

The company claimed that many individual components in the Heidelberg portfolio are also helping to further improve the concept of ecological printing. Heidelberg Business Consulting, for instance, delivers wide-ranging process

optimizations for print shops. This service focuses on strategy and process consulting and investment planning. Key improvements in environmental performance can be achieved, above all, by optimizing the material flow in print shops, a process that usually cuts waste and reduces energy consumption. Print shops choosing to use Prinect to optimize their processes and create an integrated workflow have been proven to reduce paper waste and therefore cut CO<sub>2</sub> emissions, said the company.

Print shops taking out a Systemservice contract with Heidelberg can be sure that their presses, prepress systems, and post-press machines will never consume more energy than absolutely necessary and will be subject to fewer downtimes due to the elimination of machine malfunctions. Heidelberg added that the consistent expansion and implementation of the Remote Service functions across almost the entire Heidelberg portfolio lowers the number of service call-outs significantly. This results directly in lower CO<sub>2</sub> emissions. Another important means of improving ecological printing is the use of tried-and-tested Saphira consumables. All Saphira products meet strict industry standards.

"There is a clear trend in the print media industry towards sustainable services that improve not only the cost-efficiency of print shops but also their environmental performance," says Marcel Kiessling, Member of the Management Board responsible for Heidelberg Services. "Many print shops are now aware that taking a holistic approach to environmental protection also gives them a key competitive edge. Heidelberg supplies the services needed to do so." At the HEI ECO Information Day, three leading providers Bundesverband Druck und Medien, ClimatePartner, and natureOffice made their climate calculators available to determine the carbon footprint.

Representatives from all three were also on hand at the subsequent

# Paperworld China 2010 Termed as an Overwhelming Success

## The event sees participation of 18,700 trade visitors from across 95 countries

Messe Frankfurt has announced that over 18,700 trade visitors came from 95 countries and regions to source from 566 exhibitors at the 6th edition of Paperworld China, which ran from 15 – 17 September 2010 at the Shanghai New International Expo Centre. The show covered a trade space of 34,500sqm. "With thousands of high calibre buyers, meaningful business discussions and orders secured onsite, Paperworld China 2010 has been an overwhelming success," said Evan Sha, the Deputy General Manager of Messe Frankfurt (Shanghai) Co Ltd. The next edition of Paperworld China will take place from 21 – 23 September 2011 at the Shanghai New International Expo Centre.

According to Sha, bringing the fair forward from November to September has increased business. Sha further went on to say that manufacturers had more opportunities to meet with domestic and international buyers such as Croxley Stationery Ltd, OfficeMax, Office Power Australia, Ricon International Trading Co Ltd and Profil Papeterie. Visitors to the event also saw new and existing suppliers, which helped them jumpstart their 2011 sourcing programme ahead of Paperworld in Frankfurt.

Returnee exhibitor Mirage International Industries Inc, a producer of back-to-school stationery items were able to connect with more customers, said the organisers. "This has definitely been a good move, our domestic business has increased 60 percent. Internationally, we've obtained solid leads for new customers from Canada and Ireland, who've expressed serious interest in our bubble pens and stamps," said Scott Wen, the International Sales Manager at Mirage International Industries.

Exhibitors at the event also commended the fair for providing a professional and quality event to promote their brands. "The volume of knowledgeable visitors to our stand has been tremendous, we were able to successfully introduce our branded stationery products

to the retail sector," said first time exhibitor Hiroshi Yokoshi, the Director and General Manager of International Operations at the Department of Uni.

Meanwhile, Choochart Pholwiwat, the Managing Director of Copy Rite Industrial Co Ltd also reported an increase in trade achieved at the fair. According to him, the company's business was up tenfold, when compared with last year. "Our requisition book is full of orders for carbon paper and rubber bands from the likes of Ami and Office-Max," added Pholwiwat.

BHP Industries Co Ltd also took advantage of the trade space to raise their brand profile. "At this event, we've got the room to showcase our Sitra brand of premium blades, scissors and staples. As a result of this, the buying agents of Kmart, Office Depot and Target are aware of our R&D capabilities," said HP Bhasin, the President of BHP Industries Co Ltd. Domestic manufacturers also rated the fair highly. Wallace Chung of Kunshan HOPAX Paper Products Co Ltd said, "We regard this event as a key platform to explore for more sales and deepen relationships with existing clients."

The growing international reputation of the fair together with the earlier show date attracted a large number of buyers, especially from overseas, which had increased 10 percent from 2009. The top 10 visitor countries and regions by volume included Hong Kong, South Korea, Japan, Malaysia, Taiwan, India, Philippines, Russia, the US and Germany. "We chose to exhibit at Paperworld China because it has a solid reputation," said Shu Chang, the Assistant General Manager of Ninestar Digital Co Ltd. "This has been a good platform for us to introduce our new line of branded products."

Michael P Schiel of Michael Schiel GmbH, an Austrian importer of stationery and office supplies, said that the new show date allowed him to combine scheduled factory visits with the chance to look for more manufacturers. "September



is a much better date, because I can combine meetings with current suppliers and establish connections with potential new ones. Seeing what is out there has strengthened my ability to negotiate good terms," added Schiel.

WHSmith (Asia) Limited, which is responsible for sourcing over 50 percent of WHSmith's private label, was able to conclude incentive packages. "Pushing the fair forward has enabled us to finalise our back-to-school programme," noted Simon Price, the Head of Asian Sourcing. Commenting on the show's ability to help strengthen sourcing channels, Price added, "Paperworld China offers greater access to a wider range of small manufacturers, which is precisely what we're looking for."

Buyers were also happy to observe a stronger element of design being applied to the products produced by Chinese manufacturers. "The local suppliers are definitely beginning to pay closer attention to the aesthetic value of their product. The professionalism of the products presented has significantly improved in terms of design, presentation and finish," noted Philip Michael, the Managing Director of Office Power Australia.

The fine array of quality products at the fair offered first time visitor Zhang Wenli, the Vice General Manager of Anhuisheng Homeful Chain Supermarket Co Ltd, plenty

## SIM 2010 Will Bring the Best of Digital Printing, Digital Signage and New Media to the Region

The event which will run from November 28 to 30, 2010, will be held at Abu Dhabi National Exhibition Centre



SIM (Signage, Imaging & Media) 2010, which will be organised by IIR Middle East, will run from November 28 to 30, 2010, at Abu Dhabi National Exhibition Centre. The three-day event is one of the leading exhibitions in the region that focuses on directional sign systems, lettering systems, billboards, street banners, and so on. Various visitors from all over the regional signage and imaging industry will be able to meet business decision makers such as sign suppliers, digital printers, outdoor advertising companies, exhibition stand builders, large retailers, advertising production houses, and integrators and distributors of printers and sign materials.

According to the organizers, the unique combination of three vertical sectors offers unprecedented synergies for networking and doing business to all the visitors and exhibitors. SIM will also host a number of concurrent seminars

and forums concurrent to the show providing a focused environment to discussing developments in the digital printing, digital signage, outdoor advertising and new media sectors. A variety of companies have already confirmed their attendance as exhibitors at the event.

Jacky's for instance, will be launching the latest HP Z6200 at SIM 2010. Backed by a strong service and support team of engineers based in the United Arab Emirates, Pakistan and Bangladesh, Jacky's will be able to support customers throughout the Middle East, Pakistan and Bangladesh with 'Total Digital Printing Solution' comprising of printer hardware, colour management support, Onyx or Caldera RIP software and HP original supplies.

Digi Matrix Technologies meanwhile has confirmed as the Gold Sponsor of SIM 2010. The company provides the best technologies related to everything digital in the printing industries. "We have combined our long years of experiences, researches, studies, developments and successful networking with the best manufacturers worldwide in order to come up with ultimate solutions for the printing industries. At all levels, we have chosen to concentrate on everything related to the Digital Technologies in two of the most important and major segments such as digital outdoor

and advertisement machines and equipments and digital printing press machines and equipments," said the company in a statement.

Sign Works on the other hand, a leading custom fabricator of architectural, way-finding, retail signage, visual displays and props, LED digital signage, and large format printing, will be exhibiting at SIM 2010. In addition, Gulf Universal Sign Equipment Trading will aim at providing cost-effective products, quick delivery, and professional technical support to most of the sign and graphic digital imaging equipments at the event. Another company, Pixcom Technologies will bring dynamic digital signage solutions such as interactive kiosks and LED display solutions at the event.

HONAZ FZCO will demonstrate their range of Xaar printheads, Copytrax Davinci CD Printers and Wide Format Printers at the SIM show. Furthermore, Tween Media, a Digital Out Of Home Media Company operating in UAE will throw the spotlight on its network of LCD screens positioned in lobbies of hundreds buildings in Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, and Ajman reaching more than 400,000 viewers. Organisers of SIM 2010 have also announced that Dr. Nicholas Hellmuth from FLAAR, USA will deliver a keynote speech on Eco-Friendly Inkjet Printing concepts.

# Leading Companies Confirm Participation at Gulf Print & Pack 2011

Highlights of the event include a series of workshops, which will include discussion panels over the four days of the show

With five months to go until Gulf Print & Pack, taking place at Dubai Airport Expo from 14-17 March 2011, the regional graphics art and printing industry is gearing up for one of the most important must-attend commercial and package printing events in the Middle East and North African (MENA) region.

According to organizers of the event, many international industry leaders, such as Kodak, Flint Group, Nilpeter, EskoArtwork, AUER and Colorbit ME have confirmed participation at the exhibition. The organizers also claimed that there has been a lot of interest from Saudi Arabian and Lebanese manufacturers with Al Dana Binding and Indevco having already booked stands at the show.

At the show this year there will be

a number of working machines on display with many exhibitors choosing Gulf Print & Pack to launch their new products. Delegations are expected to attend from across the MENA region, including countries such as Egypt, Saudi Arabia, Lebanon and Kenya.

There will be a series of workshops at the event, which will include discussion panels over the four days of the show. The first day of the event will focus upon flexible packaging, while the second day will touch upon topics related to carton and box production. The third day of the exhibition will focus on labeling and web printing and the fourth day will concentrate on digital printing.

Topics of workshops include printing and converting flexible packaging, a panel discussion on

the situation of the Gulf printing and packaging market, carton printing workshop, package print technology workshop, introduction to digital printing, and an inkjet workshop.

"We are looking forward to being in Dubai with visitors and exhibitors who will be able to create new valuable partnerships, network and generate new business," explained Roger Pellow, the Managing Director of Gulf Print & Pack. "We have a very strong educational workshop program lined up designed to share our knowledge with the commercial and package printing industry, which will prove extremely valuable to all those printers, converters and manufactures who will be attending Gulf Print & Pack in March."

# Fourth TECHNO-Print Exhibition to be Held in Egypt

The five-day event will be held in Cairo from 15 to 19 April 2011

The Cooperative Production Association for the Printing Industry & Equipment (TAG) has announced that it will be organising the fourth TECHNO-Print exhibition for the printing industry. The 5-day event will be held in Cairo from 15th to 19th April 2011.

In addition, the association has confirmed that the exhibition will occupy the entire space within the complex at the Cairo International

Convention and Exhibition Centre in Nasr City, which will encompass hall numbers 1, 2, 3 and 4.

The first hall will include pre-press, press and post-press equipments and commercial agents, while the second hall will feature advertising and promotional products, and commercial agents. Suppliers in the third hall will present raw materials, accessories and spare parts, and the fourth hall will contain packaging

products (flexible and inflexible), foreign companies, printers for outdoor use and commercial agents.

**Heidelberg**  
New solution for labeling industry

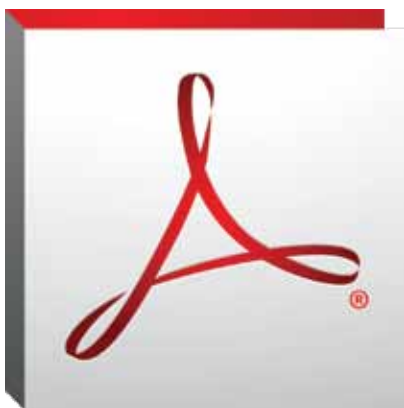


Heidelberger has launched a new version of XL 105 which is targeted at label industry. Heidelberg took the wrap off The new Speedmaster XL 105-DD on October 20 and 21, 2010 at the Print Media Center (PMC) Label Days in Wiesloch-Walldorf. "DD" stands for die-cutting. More than 150 international attended the event. The Speedmaster XL 105-DD is designed for use in label production, preferably for processing foil materials. Unlike Varimatrix and Dymatrix.

That are based on the principle of flatbed die-cutting, the Speedmaster XL 105-DD uses the principle of rotary die-cutting and has been specifically designed to meet customer requirements for processing in mold labels. With a running speed of 10000 sheets per hour XL 105-DD is, considerably faster than flatbed die cutters with a production speeds of between 4,000 and 6,000 sheets per hour. The new press is based on XL 105 technology. It is equipped with two

printing units, a Preset Plus Feeder, and a foil package for the feeder, die cutting unit, and delivery. The impression cylinder in the die-cutting unit is fitted with hard-wearing cylinder jackets. The die-cutting cylinder is fitted with a clamping system that is identical to that of the coating blanket cylinder. The process of changing the die-cutting plate is semi-automated – the clamping process is performed manually, while the press positioning and pressing roller functions are

**Adobe Announces Acrobat X and Reader X**  
Acrobat X promise tighter security, better collaboration, and easier PDF reading



Document software specialist Adobe Systems Incorporated has announced a new software family, Adobe Acrobat X, featuring Acrobat X, Reader X and the Acrobat X Suite, as well as new document exchange services at Acrobat.com. The company said that the new solutions will help professionals create new high quality content, while at the same time the collaborative features of the Acrobat X solutions, together with the new document exchange services, will help improve productivity across teams. The Acrobat X Suite includes Adobe Photoshop CS5, Adobe Acrobat

X Pro, Adobe Presenter 7, Adobe Captivate 5, Adobe Media Encoder CS5 and Adobe LiveCycle Designer ES2 software. Acrobat X Standard is expected to retail for \$299, while Acrobat X Pro is expected to sell for \$449. The expected retail price of Acrobat X Suite is \$1199. The range of new software applications, which are immediately available across the region, promise tighter security, better collaboration, and easier PDF reading. The free Adobe Reader X meanwhile offers a new Protected Mode to sandbox, or isolate, JavaScript code, 3D rendering, and image

parsing in order to better secure PDFs. Adobe has seen an increasing number of security holes in its PDF technology over the past few years, creating trouble for the many people who use the ubiquitous file format. The company is looking to sandboxing, a feature used by Microsoft for Office and Google for Chrome, to counteract those PDF security flaws.

Reader X will also offer Sticky Notes and Highlighter tools for people who want to add comments to a PDF. And users on the go will be able to grab mobile versions of Reader X for Android, Windows Phone 7, and the BlackBerry Tablet operating systems. Since the PDF document format is now a public standard, a number of third-party developers have already developed their own PDF creation and reader tools.

Both versions of the new Acrobat X include a new interface, which

ditches an Office-like interface for a minimalist top-line menu with only a few basic functions and a double toolbar. In addition, a large "Create" button automatically generates the best PDF for your uses. According to initial product reviews, Acrobat X does a "startlingly good job" of exporting PDFs into a Word or an Excel document, but with an average internal OCR tool.

The new software can also send out and collect the responses from a fill-in form that you can send to your contacts, collating the responses into a spreadsheet. Several functions are left to the "Pro" version, including the ability to add rich media and comments to a PDF document, the ability to create forms from templates, to sign digital PDF documents, and to permanently delete sensitive information using redaction tools.

With Reader X, meanwhile, users have the ability to comment where

permitted. Adobe has no also allowed users of Android, Windows Phone 7 and the BlackBerry Playbook to read PDF files. Adobe has also added a new "sandbox" mode for security purposes, isolating the content within a virtual machine to minimize risks to the system if a previously-unknown vulnerability was exploited.

Adobe also announced that it plans to unveil a couple of new cloud-based services. Adobe SendNow for instance lets you send, receive, and keep track of large files. According to Adobe Systems, the idea behind this service is to help people avoid e-mail gateways that restrict file size and FTP servers that can be difficult to use. Adobe's new CreatePDF will convert a file to a PDF from within Adobe Reader X or any Web browser. Both services will debut in November this year.

## OFRU Announces Recycling System for Printers

Germany's OFRU Recycling has announced the availability of recycling systems for treatment of special solvents coming out of the printing industry. For over 30 years OFRU has been well known as a leading provider of recycling plants for hazardous and flammable solvents. The printing industry uses different solvents such as ethanol, ethyl acetate, isopropyl (alcohol), toluene and other alcohols, which can be recycled. The solvent recycling plants such as ASC-100 or ASC-150 developed by OFRU are suitable for printing or plate solvents. The machines recover solids of up to 160 to 800 litres per shift.

According to the company, both units are equipped with an innovative safety device. With buffer tanks, the machines are optimised to such an extent that they can be directly connected to a printing machine. Once connected, the solvent recycling plant supplies "in-LINE" fresh solvent for the automatic washing process, which cleans the printing decks.

Daily amounts of 250-1000 litres of solvents for modern printers are

today no more rarity. The security point gets a special attention. Printing solvents in particular with nitrocellulose inks are easily inflammable at certain temperature and/or dryness. For this reason OFRU offers a special safety device for nitrocellulose solvents. The solvents are distilled and supervised by means of strong vacuum at low temperature. A special security characteristic is a part of the distillation boiler's design. The boiler's bottom is not round or flat, but the surface is conical and plane. Combined with the strong agitator, the boiler's walls

are optimally scraped off. The heating surface is used efficiently, saves energy and a continuous distillation power is ensured. Should the printing inks for certain reasons catch fire a water shower provides sudden flow of water into the boiler and stops the exothermic reaction.

The installation of such a plant normally takes place in its own distillation area. For companies who do not have an EX-Zone, OFRU offers the Z2-Version, a completely covered machine with an exhaust fan, which is directly installed into printing workshops.





# IS NEW MEDIA A THREAT TO THE NEWSPAPER INDUSTRY?

Recent development of new age and electronic media threatens age old newspaper industry. The internet and television are definitely catching hold of the viewers but still the newspapers with its valid content are holding the majority



There's no denying that the newspaper industry is facing challenges in current 'breaking news syndrome' and under pressure from many segments, especially the internet. Today fewer people are spending that money on newspapers. For years, the objective in the newspaper industry has been expansion and to deliver the highest circulation number possible. Some newspapers sold a lot of subscriptions to entice new subscribers, but when you factor in the high cost of discounting, that's a lesser unit of circulation. So some of these losses are thinning the herd, if you will.

If you've been following the newspaper industry at all over the past year or so, you probably won't be surprised to learn that 2009 was the worst year in decades as far as advertising revenues are concerned. But the sheer scale of the declines over the past few years is staggering. Last year saw a drop of 28 percent from 2008. Over the past four years, print advertising revenue has plummeted by more than 47 percent, to \$24 billion from \$47 billion. Online advertising has been growing (except for last year, when it shrank by 11 percent), but it still amounts to just 10 percent of

dia. "Frankly, I have noticed a tendency amongst media journalists and commentators to dwell on the negative aspects of the business when it is clear there is much to be positive about," said Christoph Riess, the CEO of WAN-IFRA, who presented the report.

According to the report, 1.7 billion people read a daily newspaper every day, representing 25 percent of the world's adult population. When non-dailies are added, the global reach of newspapers is 37 percent. Daily newspaper circulation fell - 0.8 percent in 2009 - a small decline, given the depth of the recession, and in comparison with declines in other industries - but remained up 5.7 percent over five years. Also, the number of newspaper titles worldwide was 12,477 in 2009, an increase of 1.7 percent from a year earlier. According to Riess, though traditional newspapers in many mature markets have been losing readership, newspaper companies in those markets are in the forefront of the digital revolution. "Many newspaper companies in mature markets have embraced digital platforms and new forms of print publishing, growing their product portfolios, audience reach and revenues, even while their traditional print circulations have come under pressure," Riess said.



## THE WORLDWIDE SCENARIO

The newspaper industry has two sources of revenue - advertising and circulation. The circulation revenue recovers only a part of the cost of producing a newspaper. The onus of making a profit after all costs, is on the advertising revenue. If circulation falls, advertisers shy away from using the medium. On the other hand an increase in circulation to take reflect on ad revenue takes time. According to industry experts, Newsprint account for about 70 percent of the cost of production, but any increase in circulation does not decrease per unit cost. Also any marginal increase in advertisement revenue due to increase in circulation is not apparent in the short run.

The present economic downturn has hit newspapers very hard. Globally, many are facing closure. This includes many newspapers in the Middle East, including the recent closure of Dubai's English-lan-

Declining advertisement revenue has also severely impacted the newspaper industry in the present economic downturn. But it is an opportunity for the newspapers to transform. Digital technology is increasingly competing with print media by opening access to endless sources of news. It may now seem that the need of the reader to buy a newspaper for news and the need of the advertiser to advertise in it, is slowly receding. Thus it is for the newspapers to look at emerging options and to rework their traditional sources of revenue.

what papers make from print. Meanwhile, newspaper circulation worldwide fell just slightly in 2009 despite the economic downturn, and the impact of the global recession on newspaper advertising revenues appears to be easing, the World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) said in its annual world press trends update. The report showed that, contrary to conventional wisdom, newspapers remain a large and thriving industry world-wide, despite the impact of the global recession and the rise of digital me-



the news. And all future findings indicate the possibility that this will largely increase in our region over the coming years as e-papers have the ability to reach wide sections of readers all over the world, round the clock and throughout the week, which is an advantage missed by print papers," he said, in a statement to the regional media. "The launch of the new electronic newspaper will be a qualitative addition to the arena of digital media and it will present the local event to the world in a different perspective while at the same time present an interactive forum with readers and those concerned on the Internet . The electronic copy of Emirates 24/7 will be a source of news wherever the reader was, and it will offer multiple interactive services, depending on various electronic programmes and updates, including SMS in English as well as techniques compatible with smart phone generations and famous social communication websites such as Facebook, Twitter and others." In the past, newspapers have tried to increase circulation in far flung and scattered areas. By touting circulation figures they hoped to attract advertiser. The cost of generating these numbers have proved to be heavy for the newspaper. On the other hand, over the years, advertisement media buyers and planners have reduced their dependence on absolute readership numbers. Instead they look they look at the qualitative aspects of the targeted readership. No wonder the elusive advertiser is much more inclined to use other less expensive media for the quality and quantity reach instead of depending on traditional media such as print.

According to a recent survey of 353 newspaper and broadcast executives by the Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, 70 percent of respondents reported staff cutbacks in the past three years. In addition, 70 percent of newspaper executives say their newsrooms are leaner than ideal but can still do the job well, although 15 percent of newspaper executives think that their newsrooms are too small to do more than the bare minimum. Only 15 percent of respondents believe that paid online content will be a significant source of revenue in three years.

But notwithstanding the severe economic blow to the industry, many editors view the present as probably "the most exciting time to be in the media", as the world is taking "great steps forward" thanks to technological advances on the internet. Almar Latour, the Editor-in-Chief of The Wall Street Journal Asia, recently said in an interview to the top business school, INSEAD, "Disruptive technologies are overhauling one industry after another, media not being the last, but also not being the least impacted. These are also remarkable times because in my view they are fantastic times. More people have more access to information than ever before, more places than ever before and faster than ever before."

On the flip side, the steady decline of the print journalism industry has been caused by the collapse of the barriers of entry and the ensuing

greater competition for advertising revenue due to the advent of the internet, responded Reg Chua, the Editor-in-Chief of the South China Morning Post (SCMP), in the same interview to INSEAD. "Just looking at it from a business point of view, the costs and revenue sides don't match up," says Chua, a former top editor at the Wall Street Journal (WSJ). "That's why the costs have been slashed dramatically at a lot of newspapers, and people are trying to do all sorts of different things, to either bring down the costs or generate new revenues."

### ADOPTING THE ONLINE STRATEGY

If inconsequential circulation can be reduced even by a percentage, it would be a great savings for the beleaguered industry. Yes, it also means leaving vacant spots to smaller local players. But then perhaps it is the only way for the market to evolve. Secondly, the revenue earned from the cover price after distributor commission recovers only a small part of the cost of production and distribution. If the cover price cannot be tinkered with for fear of losing circulation, then the industry must look at the question of page level. Should a newspaper or for that matter a magazine must have so many number of pages or it will not sell ? In these tough times it would be a folly to assume that advertising revenue, will make up for all the shortfalls.

Hence, many leading newspapers



in the region including Gulf News, The National, Khaleej Times, Arab News, The Daily Star, and many more have adapted to this plan wherein they run an online version of the newspaper in addition to their print versions. Many have presence through the social media channel through websites and services such as Facebook, Twitter, LinkedIn, Slideshare and so on. Even many have gone a step further and launched smartphone applications for mobile devices such as BlackBerry, iPhone and so on, which allows them to offer portable versions of their newspapers to their readers.

Today web is a data retrieval tool for the people who are looking for specific information. They know the basic facts of news as it happened and would be interested to know what would happen tomorrow. They would spend more time on a newspaper, if the content is more compelling. It is the transient nature of the message on electronic media that drives audience to look for corroboration and authenticity in print or visual text. Therefore, editors could craft a new, forward looking role for print, alongside what is happening-right now focus of digital news. Modern newspapers must be compact, a less-is-more approach would help cut newsprint, printing, distribution and other costs that do not add to the journalism.

So how can the newspaper industry survive the internet? On the one hand, newspapers are expected to supply their content free on the web. On the other hand, their most profitable advertising – classifieds – is being lost to sites such as Craigslist, Dubizzle, and so on. And display advertising is close behind. Meanwhile, there is the blog terror: people are getting their understanding of the world from random “citizen journalists,” rather

than professional journalists. Also, newspapers could start charging readers for premium content.

The Times of London said it will soon charge users for access to its web sites at the rate of \$1.49 for a day and \$3 for a week. Meanwhile, the Wall Street Journal is turning to new technologies such as the Apple iPad, saying it’s planning to charge \$17.99 a month for the newspaper on the iPad. Closer home, not many newspapers have started charging for premium content through their online avatars in the Middle East.

### LIVE AND LET LIVE

The reality is that most newspapers simply don’t appreciate how different the online world is when it comes to content. Too many are still laboring under the misapprehension that the internet is just like print, except without all the tree-killing — you put your content on there just like it was in the paper version (except maybe you add a link or two, or a video clip) and readers line up to read it, and you go home. Too few mainstream media outlets realize that despite their similarities, the world of digital content is completely different from the world of print publishing, and needs to be thought of and treated differently.

Many industry experts believe that the revenue to sustain print media, will have to come from a high degree of integration between the static and the dynamic mediums. For instance, a dynamic browser tool-bar may aggregate news from different sources, allowing not only targeted advertising but also for charging micro-payment from readers. In the true sense of the word no two media can be rivals. New technology rarely replaces the previous technology completely. As both print and digital media is completely dependent on computers for their production process

it would be easy for both to be complementary to each other. The wise perspective would be one of digital and print media rather than digital vs. print media.



# IS IT TIME TO GO DIGITAL



**REGIONAL NEWSPAPERS** SAY THAT INTERNET IS A FORCE TO BE DEALT WITH **ME PRINTER SPEAKS TO SEVEN NEWSPAPERS ACROSS THE MIDDLEEAST REGION,** WHO VOICE THEIR VIEWS ABOUT WHETHER THE FUTURE OF THE NEWSPAPER INDUSTRY INDEED IS BLEAK

## Are print newspapers going to die?

It's the question that's been on the minds of every newspaper journalist in the past few years. Many analysts say that with each passing month, less people read newspapers in print, and more people read newspaper journalism online. Many have also predicted that the newspaper industry has five to ten years to undergo radical change or face the chopping block. So are the good old days of a dog bringing newspaper to his master over with the advent of the digital medium? Before we even declare that the future of print newspapers is bleak, we need to ask ourselves a few questions. These include, "What radical changes can save the herd?", "Shorter stories and more graphics?", "Having each editor and reporters write a blog?", "Citizen journalism?", and so on.

### Is it Time to go Digital?

Even as the hullabaloo continues, coining the present as the age of digital, hardly any newspaper in the Middle East has been able to create a strong and robust revenue model online. In the online model, the subscription charges have to be substantial to ease the already overgrowing dependence on advertising revenues. ME Printer recently spoke to representatives of leading newspapers in the Middle East to find out whether the dailies in the Middle East have taken enough initiatives to build a strong foothold in the digital space and whether the newspaper industry is really dying.

The oft-cited example is that of the tabloid Emirates Business 24/7. In mid-July this year, Dubai's English-language daily Emirates Business 24/7 announced that it planned to shut down its print edition and convert to an electronic-only newspaper. While publications generally close or reduce the days in which their print product appears due to financial reasons, the order to shutter the print version completely and go online-only comes from orders issued by Sheikh Maktoum bin Mohammed bin Rashid Al Maktoum, deputy ruler of Dubai and Board Chairman of Dubai Media Incorporated (DMI).

The only reason given by DMI's

Managing Director and Director General, Ahmad Abdullah Al Shaikh, was that the move was to follow well-established Western media outlets that have adopted this model. "This policy comes after the emergence of the internet to the lead of channels used by people to reach the news. And all future findings indicate the possibility that this will largely increase in our region over the coming years as e-papers have the ability to reach wide sections of readers all over the world, round the clock and throughout the week, which is an advantage missed by print papers," Al Shaikh said in an interview published in major newspapers.

According to Al Shaikh, the launch of the new electronic newspaper was perceived to be a qualitative addition to the arena of digital media and it was expected to present the local event to the world in a different perspective while at the same time present an interactive forum with readers and those concerned on the Internet. "The electronic copy of Emirates 24/7 will be a source of news wherever the reader was, and it will offer multiple interactive services, depending on various electronic programmes and updates, including SMS in English as well as techniques compatible with smart phone generations and famous social communication websites such as Facebook, Twitter and others," Al Shaikh said back in July 2010.

### Regional Viewpoint

Following the transition of Emirates 24/7 into an online-only publication, ME Printer got in touch with major newspapers in the Middle East to get their views on whether the newspaper industry is dying and whether newspapers should consider embracing the internet. "Contrary to what many people perceive, Emirates Business 24/7 did not close. It stopped its print edition and went totally online. I can only imagine that this is a challenge for the newspaper since most people in this market still look for their newspaper in print. But it is not impossible to do, and certainly an interesting move which the industry is watching," explained Francis Matthew, the Editor at Large, at Gulf News.

According to Matthew, Emirates 24/7's move has shown a continu-



Francis Matthew

ing shift as the newspaper industry in the UAE moved further into more specialised publishing. He added that the old formula which worked so well for two decades had to change. "Being all things to all people; offering news, information and entertainment from the entire spectrum of the market to the entire spectrum of the readership could not continue. Instead we started to see different types of newspaper to emerge: targeting different readerships with their varied offerings," Matthew added. "The recession and credit crunch has forced a rethink on every business in the UAE. The newspaper business is the same, and we have all had to look at our costs, and find ways to generate



Dr. Mohamed Ahdy Fadly

more revenue. Once the country emerges from the recession, there will be plenty of opportunities for growth."

Meanwhile, Dr. Mohamed Ahdy Fadly, the Chairman of Akhbar Al Youm Publishing Group is of a different opinion. He said that some of the newspapers who succumbed to the challenge of the economic crisis were in fact suffering long before. According to him, Emirates 24/7 might have been going through some crises that led them

to take the decision of closing the print edition and keep pace with modern times. "Or they might be trying to follow the example of some international institutions such as the famous "Christian Science Monitor", which also decided to stop its print edition and rely entirely on their internet edition," Dr. Fadly commented.

Dr. Fadly said that as the effects of the economic crisis start to decline, the outlook is becoming brighter and the possibilities of newspaper closures are decreasing. He further goes on to say that the print newspaper still has its fans who would



Mahdi Al Masri

not accept an alternative. "If every new concept overtook the older one, then the radio would have been long gone. And if we must predict the death of newspapers, then it won't happen before 2040 at the earliest," he added.

Mahdi Al-Masri, the Vice President of Al Ayyam Newspaper, CEO of the Palestinian Federation of Paper Industries, and CEO of Palestinian Federation of Industries, on the other hand said that though the transition of Emirates 24/7 might be a one-off case, he does not foresee other closures in the near future for regional newspapers. "This is because there still is a need for newspapers in this region. Also, the fact that a newspaper stays or survives is not related to hidden or potential reasons," explained Al-Masri. "What makes a newspaper continue goes back to the conditions of the advertising market, and to the governmental support that some newspapers receive."

According to Hafidh Al Barghouthy, the General Manager of Al Hayat Al Jadeeda, the closure of a newspaper is the result of the congestion of the newspaper market and the reluctance to read. "It is also a result



Hafidh Al Barghouthy

of the competition between news sites and e-newspapers versus printed newspapers in the delivering of faster news round the clock. Of course there are negative effects on newspapers by the closure of other newspapers, which reflects an existing crisis in the newspaper industry in terms of meeting the costs of printing, distribution and personnel. The press industry has become costlier with the declining size of the advertising market, which is going to other media such as television and e-newspapers," added Al Barghouthy.

### Expanding Horizons

Even as the regional economy struggles back to normalcy, many regional publishers have indicated that they have plans to improve their processes and upgrade their presses with better equipment, in order to face the digital challenge head-on. "Certainly, there is an urgent need for the Middle Eastern press to develop its performance and means of attracting new advertising customers and new readers," said Ali Naji Al Raawi, the Editor-in-Chief and CEO of Al



Ali Naji Al Raawi

Thawra Establishment for Printing and Publishing. "In this regard,

we have ensured at Al Thawra Establishment to expand early on by publishing daily supplements, in attempt to attract more segments of readerships and raise distribution figures, which currently does not carry profit given the increasing prices of paper."

Al Raawi further added that the equipment and systems his company uses to print the editions at Al Thawra Establishment for Printing and Publishing consist of modern components. This includes new GOSS machines and Macintosh computers as well as CTP devices for the preparation of sheet-fed printing plates. "Soon we will also introduce a new machine that spe-



Ghada Al-Amily

cialises in the printing of Tabloid newspapers. I personally believe that the press will remain present and cannot be replaced with the internet. However, it is more realistic to work on adopting new concepts that will promote the newspaper industry and distance it from the direct effects of the Internet. We are also working on this side by developing many ideas that we hope will succeed," added Al Raawi.

Ghada Al-Amily, the General Director of Al Mada for Media, Culture and Arts, explained that competition still exists between print and electronic newspapers and has become more intense. "Electronic newspapers cannot impose their presence without finding ways for innovation in order to meet the consumers' (readers) developments on an intellectual, scientific and technological level. When dealing with modern technology in the Middle East, we find that it is behind compared to the rest of the world, and the Arab reader still prefers the print edition and feels more familiar with it than its electronic counterpart," said Al-Amily.

According to Al-Amily, Al Mada newspaper gets printed within its own presses and is trying to catch up by purchasing new equipment and programs. However, said Al-Amily, the problem of employing professionals with experience in the printing field and modern technologies still remains an obstacle to new projects of any kind. "Moreover, the security situation in Iraq generally and in the capital Baghdad specifically has imposed a number of impediments that cannot be surpassed," explained Al-Amily. "But overall, print technology in Iraq is behind and our newspapers are still using old and outdated printing presses imported from neighbouring countries or from Europe. I think the reason of not acquiring the latest (printers) goes back to a project's feasibility in terms of print quantities, which doesn't cover the procurement costs on the short-term, and the lack of adequate support by the country."

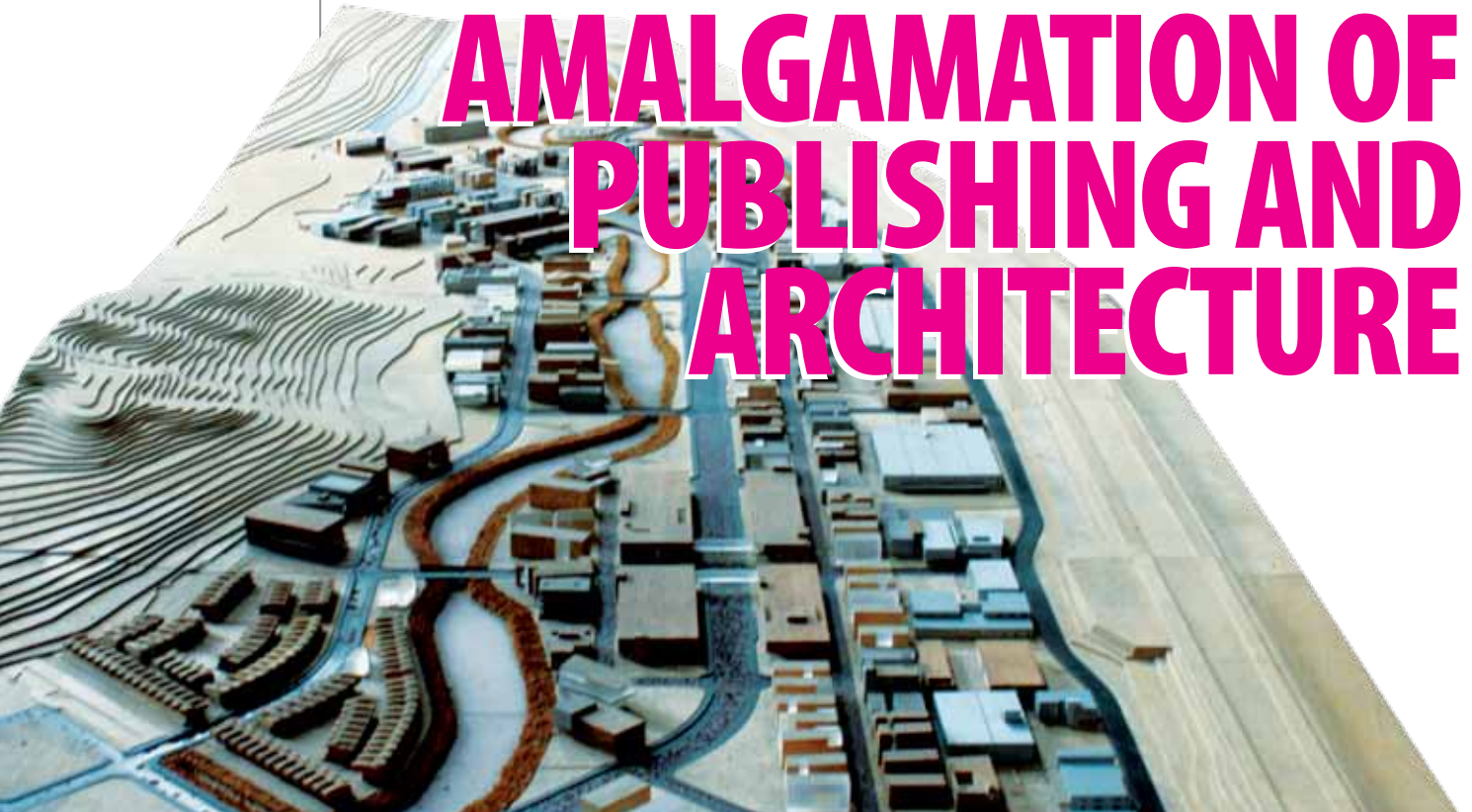
Meanwhile, Ziad Tuéni, the CEO of Cooperative Printing Company S.A.L believes that the internet is not a rival to the printed edition, but a complementary to it. Hence, his company is preparing a strategy to combine the advantages of both platforms. "At An-Nahar, we have already seen the potential of young readers and the need to address them personally. That's why we have started a dedicated supplement for them, which is ed-



*Ziad Tuéni*

ited and run by young contributors and addressed to young readers," added Tuéni. "We are continuing our cautious step by step renovation of all our machineries." Many regional newspapers have already realised that the internet is a force to be dealt with. Faced with "if you can't beat them, join them," most have decided to jump on to the NetWagon. Realising that digital products could soon cannibalise newspapers, the newspapers themselves are increasing online investments and developing online relationships. Web products are being created to complement print products. Having said that however, it is a mistake to think that paper media of all kinds, including newspapers, are going to disappear. They have a simplicity and robustness that digital media cannot hope to equal. There's a reason why the print industry has reigned supreme for more than 500 years.

# KOREA'S PAJU BOOK CITY: THE AMALGAMATION OF PUBLISHING AND ARCHITECTURE



The Book City, which is located in the Paju area of Korea, is viewed as the “land of promise”. ME Printer was there, along with other international delegations, to get a first-hand look at the area, which was intended as a place devoted to planning, producing and distributing books by well-intentioned publishers...



Invited by the organizer of Korean International Printing Exhibition KIPES 2010 (covered in detail in our previous issue) ME Printer's Editor in Chief, Eskandar Jahanbani, and other international delegations at the show got an opportunity to visit Paju Book city located 30 kilometers from city of Seoul. The group was part of the delegation visiting KIPES 2010, the 17th edition of the world renowned exhibition, which was held in Goyang at the Korea International Exhibition Center from 8 to 11 September 2010. The event delivered qualified buyers of prepress equipment, digital image capture equipment, digital and traditional presses, wide format inkjet printers, bindery and finishing equipment, converting equipment and supplies, media and substrates, chemicals and supplies, services to the trade. Products showcased at the event included Prepress Systems, Computerized Publishing Systems, Offset Printing Presses, Digital Printing Presses, Screen Printing Presses, Specialty Purpose Printing Presses, Packing Machines, Printing Materials and Paper, Bookbinding Machines, Factory Management Systems, Publications, Services and Others. Paju book City is the only industrial city in Korea that a non- governmental consortium established in an attempt to develop the publication and culture industry. It scales about 1568000 square meters. The city is the result of a common understanding between publishers and architects dedicated to conceiving more human life. Paju Book City was constructed with a fundamentally different philosophy from other new towns. The participating publishers and architects envisioned Paju Bookcity as an ambitious cultural project

that would result in a new cultural community for a new century. The project was first proposed in 1988 and the first phase was completed in 2007, ten years after the construction begun. There are some similarities between IMPZ and Book City however there are different philosophies behind the construction of each one.

## MY TAKE AWAY

The tour schedule included visiting Asia Publication Culture & Information Center, Po Chin Chai Printing Company, Doo Sung Paper Company and Hwalpan Gong Bang letterpress printing shop. Our first stop was the Asian Publication Culture and Information Center where we found the opportunity to learn about this mammoth project and its evolution. The project so far cost US\$1 billion.

Considering that the value of whole Korean publishing industry is around US\$3 billion you'll be able to appreciate the huge importance of this project for Korean publishing industry. The whole project is based on a vision of seven publishers who wanted to create an entire city in which publishing industry could thrive. Each building in this city is designed by a famous architect. The environmental aspects have been taken into consideration with great care. This city is totally self contained, with shops, malls, cinemas, even a hotel.

The architects were more concerned about creating empty spaces than buildings. That is why moving around the city is smooth and a pleasure experience. Following the cultural center we Hwalpan Gong Bang letterpress printing shop. It is the only letterpress printing house in Korea that inherits tradition of modern printing. The

shop has embarked on a project since 2008 to print poems by five famous poets using movable type and a special paper that lasts for 1000 years without changing color. The paper is called hanji. It is a traditional handmade paper from Korea. Hanji is made from the inner bark of Paper Mulberry, a tree native to Korea that grows well on its rocky mountainsides, known in Korean as dak. The formation aid crucial to making hanji is the mucilage that oozes from the roots of Hibiscus manihot. This substance helps suspend the individual fibers in water. The shop was filled with Korean movable types and old presses. Our next visit was DOOSUNG paper gallery.

This company is a leading producer of speciality and art papers for designers. Korean designers use Doosung products to express their design concepts. Doosung Paper directly reaches more than 3,500 companies in printing & advertising industry and more than 2,500 shops in stationery field. Our last stop was PO Chin Chai Printing Company. This print house is the oldest and largest printers in Korea. The company is practically a Komori house. An Arsenal of Komori sheetfed presses are up and running in the company's premises in Paju book city.

There is also a Heidelberg Sunday commercial web press and a strange looking old web press from Toshiba. I had no Idea Toshiba used to manufacture web presses. The company is a major producer of text books for schools throughout Korea.

## A PUBLISHING DREAM COMES TO LIFE

The Paju Bookcity has been planned and developed by cooperative association for Paju Publishing and cultural and Information Industrial Complex. The seed of the dream of Bookcity first was planted by the end of 1980s by a group of Korean top publishers, who realized the publishing industry in Korea is experiencing an intense and rapid development, attuned to the Korea's economic growth. However the internal structure of the publishing industry has not been improving with the same pace.

The Korean publishing industry was struggling with inefficient





distribution systems, out dated production technology, low productivity and high cost. To solve these problems seven dynamic publishers embarked on a quest to modernize and reform country's ailing publishing industry. Following intense negotiations with government and Korea Land Corporation the publishers initially secured 200000 square meter of land in city of Ilsan (an hour drive from Seoul) for the Bookcity project.

The site has been relocated since then and now the whole project which is called Publishing, Cultural and Information Industrial Complex sits on more than 1.5 million square meters and there are plans under way to build the second phase. Film, broadcasting and

performance related industries are now also part of the complex. When the allocation of the land was announced the whole vision of the book city seemed more a reality than a dream and to push the project forward the Ilsan Cooperative was established. 230 publishers, 25 printers and 15 wholesale book sellers, 11 book binding companies and 10 other companies that were active in graphic arts industry joined the Ilsan Cooperative. These companies together provided an initial fund of 3.6 billion Won to kick start the project.

### AESTHETICS OF "EMPTINESS"

On April 20, 1999, the cooperative commissioned 5 renowned Korean and foreign architects including Florian Beigel, professor at the University of London to come up with the architectural design manual. Once the master plan was conceived, a heated discussion took place between architects and members of cooperative. The whole idea was how could engineers possibly break free from a typical industrial complex mold and adopt a "self contained city" structure. At the end the architects decided that it is more important to create functional and beautiful empty spaces within buildings rather than buildings alone. Beigel who wrote the Paju Bookcity Architectural Design Guide lines, used the term "specific indeterminacy" to express the idea of constructing "a city that accommodates

as much as possible the unpredictable things that take place as a consequence of unpredictable life." In 2002 the first occupants of the Bookcity including Po Chin Chai printing company started to move in. By 2007 the construction of the first phase of the complex has been completed. The construction of second phase covering 685623 square meters of land has started on March 2008.

Based on the plan 101 graphic arts and media related companies will relocate to the complex upon completion of the second phase. The second phase of the project concentrates on film industry cinema rather than publishing. This will broaden the scope of the complex as a Korean media hub.

### A UNIQUE PROJECT OR NOT!

The Paju Bookcity Was created to become the center of Korean publishing culture. The city is equipped with all the facilities and resources to boost the publishing industry at national and international levels. There have been many efforts to uplift the character of the city through diverse activities including exhibitions, festivals, and cultural events and so on. Paju Bookcity in many ways is unique; the only similar project that I know of is IMPZ. Considering that it took 20 years for founders of Paju Bookcity to complete the first phase, the IMPZ can be proud of what they have already achieved.



FP

## Jobs

### Situations Wanted

#### Large Format Printer Operator:

Allan G. Ramos, Filipino, looking for a job as a Large Format Printer Operator. Knowledgeable for indoor and outdoor machines, preparing file and knowledge how to use software's such as Adobe Photoshop, Corel Draw, Illustrator...  
contact no: 050-7358466 or email at aljanmari@gmail.com

**Prepress Manager** in a Printing Press or Any suitable position in Printing Company or in Advertising Company:

**Diploma Holder in Printing Tech.**, From India, 19 years (6 Years in India + 13 years in Gulf) experience of comprehensive work in Printing & Graphic Arts. Presently working as a Prepress Supervisor in a Gulf Country and looking for Prepress Manager in a Printing Press or Studio / Traffic Manager in an Advertising or Publishing Company.

**Extensive Exposure in Prepress Techniques** as Operating, Managing and Graphic Application Softwares under (Win/Mac) SYSs, CTF + CTP operating is looking for a suitable placement in a Printing Press or Advertising or Publishing Company. Ability to troubleshoot Prepress work problems, having good knowledge in Prepress, Offset Printing (Commercial / Security), Managing, Executing Quality Standards, Planning, Scheduling and Color Quality.  
Contact Email: ksivsree@yahoo.com

#### Production Manager:

BE Printing Technologist, Age 34, Indian Male, presently working as production Manager in a leading Printing Press in Dubai with 10 years of experience in India and Dubai. Seeks for suitable job in Advertising/ Printing Industry in the capacity of Production Manager/Coordinator/Controller, please call 050 9768752 or Email: dhinu\_chandran@rediffmail.com.

Production / Prepress Manager :  
35 yrs, BE-Printing Indian Male

working as Prepress Manager in GCC. 12 yrs of

hands-on working experience in Prepress, Newspaper, Commercial Web fed and Sheetfed,

Security and Digital Printing is in search for good opportunity.  
Contact Email:  
kausik1974@rediffmail.com.

#### Technical Operator:

Sameh Sobhy, with more than 6 years experience in the filed of rebuilding of second hand machinery for rotogravure cylinder making and other service (chemical analyses for plating tanks looking for a good opportunity.  
Contact - Email: samehkhala@yahoo.com / Tel: 00202 22411238.

#### Printing Production Executive:

Indian Male, with D/L, seeks job in printing sales & marketing. Contact Phone:  
050- 7184402 / E-Mail: haridas.kunnath@gmail.com.

#### Sales Manager:

MBA, with 20 years exp. (2 yrs. in UAE), in steel, bldg. materials, electrical materials, machineries, packaging, printing & FMCG. UAE D/L and NOC available, seeks change. 050-2467169

#### Graphic Designer:

Tunisian women, with 14 years experience in Flexible Packaging Company. Working in Pre-print department, specialist in Photo-engraving steps before engraving cylinders with well qualified and wide knowledge in the Helio-Printing domain. Expertise in Adobe Photoshop, Illustrator and Art-Pro. Practice good Arabic, French and English seeks for a good opportunity.

For detailed CV Please contact:  
+216 22 616 180 / E-mail: chema.baklouti@yahoo.fr

#### Graphic Designer:

Pakistani, 2 years experience in UAE, proficient in Adobe PhotoShop, Corel Draw x3, Adobe Illustrator and outdoor Digital printing plotter operator. Worked as sticker cutting plotter and with UAE driving license, seeks job. Call 055-4833840.

#### Graphic Designer :

Having 7 years experience in Saudi Arabia. Can work in multi-program's, as 3DS Max, Adobe Illustrator and Photoshop, Indesign etc. and good command on 3 languages English, Arabic and Urdu, also work on all types machine of outdoor indoor and direct printing machines. Call 00923073712298.

#### Offset Printing Operator:

Having 10 years experience in UAE as a operator of Heidelberg CD 102, CD 105, Speed Master and KBA offset printing machines. Seeking a suitable position, please contact, email: mohankumar034@gmail.com.

#### Sales & Marketing:

Have more then 5 years experience, looking for indoor and outdoor sales and marketing. I am on visit visa .I am ready to join u as soon as possible. Call: 055-9960022.

#### Video Editor/ Graphic designer :

Having 3 years experience in UAE, my highlight is DVD Authoring FCP, Motion Graphics, DVD Studio Pro, CS4 Photoshop, Illustrator. looking for suitable positions. Currently working in Jebel Ali Free Zone. Call 0501726257.

#### Arabic Editing :

A Syrian Female Media Graduate is looking for a job opportunity in Dubai or Sharjah. Having Driving License. Arabic Editing & Communication Skills. On Husband Visa Pls. Call 0553038036.

Media Executive / Distribution Auditor / Distribution & Circulation Manager / Business Development

#### Manager :

Having 6+ years of overall experience in media & publication industry, banking & trading environment in UAE & have the reputation of working for well known media Fatafeat in Dubai. I hold a Bachelor of Business Administration (BBA) from internationally acclaimed Preston University in Ajman & currently pursuing Master of Business Administration (MBA). I am holding a valid UAE driving License for Light Vehicles. I have excellent business development,

customer service, relationship management, sales of financial & media products, public relation & people management skills. I am on employment visa.

Call : +971-50-3478704 / Email: the\_arif@hotmail.com.

Printing press Manager / printing press Production Manager / Advertising Agency Production

### Manager / Admin Manager:

Looking for a suitable work matching my qualifications: Worked as printing press Manager / printing press Production Manager / Advertising Agency Production Manager / Admin Manager, plus ability in lead a sales team in achieving targets and creating a friendly work environment. Contact +974 55563984 or sbassily@hotmail.com.

### Creative Designer and Visualizer:

A Graphic Designer from Pakistan, having more than five years experience in layout designing, brochure, flyers, office stationary, business card, billboards, backdrops, logo design, magazine design and quite knowledge in offsite and digital panaflex printing seeks for a job. Contact: 00923002627189.

### Writer:

Experienced writer, possessing 5+ years of UAE Experience, with exposure to writing content for corporates, brochures,

websites, blogs, critiques, reviews and much more. Seeks full-time/part-time positions. CALL 050-3822421

### Printing Press Manager.

Over 15 years of Middle East experienced Indian Professional, Looking for challenging opportunities to manage a Printing Press or as a working partner. Success guaranteed. Email: printleader@yahoo.com. Clerical Computer Operator –

### Printing:

Undergraduate, with Gulf experience in office management, printing designs proficient in CorelDraw, Photoshop, MS Office, Free hand, Urdu & English Tying, Computer Software troubleshooting & Hardware installation, Networking knowledge, Telephone operator, Data Entry Operator Screen Printing, seeks job. Contact: +923365294557.

### Printing Technician:

Diploma in printing technology with specialization in print finishing and packaging. Working as a printing technician (supervisor) in 'The paper products ltd' India, Seeks Job. Contact: +919666642483 / Email : vangarusan@yahoo.co.in.

### Graphic Designer:

Having More than 8 years experience of Adv. Agency, Offset Printing Press & Packaging industry. Contact: 0557030719.

### Vacant Positions

### Digital Printing Operator :

Wanted urgently experienced Digital Printing Operator for 5 meter Vutek machine. Please send CV to shilpa.extroicio@gmail.com or call 055-2489525.

### Graphic Designer:

Graphic Designer with accounts knowledge, for a printing press. Email: home2252@gmail.com. Driver, for heavy duty bus: Driver, for heavy duty bus & 32 seater minibus, required for a reputed printing house in Dubai. Contact 055-2210958.

**Cost accountant:** Candidates applying for this position must possess excellent communication, presentation skills along with being proactive and responsible in their approach. Age between 25-35 years. Appropriate academic qualifications a must. Email resumes along with cover letter & expected salary to hr@800dpp.com.

**Assistant for accounts department.** Candidates applying for this positions must possess excellent communication, presentation skills along with being proactive and responsible in their approach. Age between 25-35 years. Appropriate academic qualifications a must. Email resumes along with cover letter & expected salary to hr@800dpp.com.

### Key account manager (sales).

Candidates applying for this positions must possess excellent communication, presentation skills along with being proactive and responsible in their approach. Age between 25-35 years. Appropriate academic qualifications a must. Email resumes along with cover letter & expected salary to hr@800dpp.com.

## TYMI MACHINERY



UV SPOT/FULL COATING

- UV Spot / Full Coater
- Auto Varnishing Machine
- Flute Laminating Machine
- UV Roller Coater
- OPP Film Laminating
- Auto Flexo Printer Slotter

**TYMI MACHINERY INDUSTRIAL CO., LTD.**  
9/F., NO.16, LANE 609, SEC.5, CHUNG HSIEN RD.  
SAN CHUNG CITY, TAIPEI HSIEN, TAIWAN.

TEL:886-2-2995-3832 FAX: 886-2-2995-8082  
<http://www.tymimachinery.com>  
E-mail:tymi@ms14.hinet.net



## Remarketed equipment



## Remarketed equipment available for sale

Heidelberg SM52-2, 2 Colours  
36x52 machine, 1999 Model.

Heidelberg GTO 52-2, 2 Colours  
36x52 machine, 1992 Model.

Heidelberg Printmaster PM74-4, 4 Colors  
52x74 machine, 2007 Model.

Heidelberg Suprasetter 105 CtP,  
Imaging machine, 2006 Model.

Heidelberg Dymatrix 105CS, Cutting  
Creasing & Embossing machine,  
2003 Model.

Man Roland R304, 4 Colours  
52x74 machine, 1999 Model.

IST UV System, 50x70, 2002 Model.

Heidelberg Gulf Est.  
Amjad Tahtamouni  
Branch Manager & Remarketed Product Manager  
P.O.Box 41902 Abu Dhabi - UAE  
Tel +971 2 4459780  
Mob +971 50 5535 750  
amjad.tahtamouni@heidelberg.ae  
[www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

certified remarketed by  
**HEIDELBERG**

### **Sales coordinator (female).**

Candidates applying for this positions must possess excellent communication, presentation skills along with being proactive and responsible in their approach. Age between 25-35 years. Appropriate academic qualifications a must. Email resumes along with cover letter & expected salary to [hr@800dpp.com](mailto:hr@800dpp.com)

**Production Manager:** Production Manager required for a Leading Printing Company. The Minimum Requirements: The applicants should have a suitable academic qualification for required job. Fluency in written and spoken English. At least 5 years experience in the same field. CV should be sent to [abomansourqatar@gmail.com](mailto:abomansourqatar@gmail.com).

**General Manager:** General Manager required for a Leading Printing Company. The Minimum Requirements: The applicants should have a suitable academic qualification for required job. Fluency in written and spoken English. At least 5 years experience in the same field. CV should be sent to [abomansourqatar@gmail.com](mailto:abomansourqatar@gmail.com).

**Quality Manager :** Quality Manager required for a Leading Printing Company. The Minimum Requirements: The applicants should have a suitable academic qualification for required job. Fluency in written and spoken English. At least 5 years experience in the same field. CV should be sent to [abomansourqatar@gmail.com](mailto:abomansourqatar@gmail.com).

**Maintenance Manager :** Maintenance Manager required for a Leading Printing Company. The Minimum Requirements: The applicants should have a suitable academic qualification for required job. Fluency in written and spoken English. At least 5 years experience in the same field. CV should be sent to [abomansourqatar@gmail.com](mailto:abomansourqatar@gmail.com).

**Sales Manager:** Minimum 10

Years of Experience in Sales manager specialized in Economic Magazine .Well known of the Gulf Markets and good communications with the media houses and top business companies.Able to Achieve the Monthly Sales Target. Immediately hiring for the person selected . Contact: 00971-50-5505828.

**Motorcycle Messenger :** Motorcycle Messenger required for a reputed printing house in Dubai. Contact 055-2210958.  
Printing Production Personnel: Printing Production Personnel with relevant experience & good communication skills, required. [job.dubai1@gmail.com](mailto:job.dubai1@gmail.com) .

**Graphic Designer :** Creative Graphic Designer required for a large format printing. Email CV to [jobs@vibrations.net](mailto:jobs@vibrations.net) .

**Marketing Executive:** Urgently required for a prestigious printing company in IMPZ: Marketing Executive, male / female, with minimum 2 years UAE experience in the same field, knowledge of MS Office operations, excellent spoken & written English communication skills, a pleasing personality and can work well under pressure. Should be able to meet agreed monthly targets. Attractive salary package offered. Email CV with a recent photograph, to: [jeebran@jmbgroup.com](mailto:jeebran@jmbgroup.com).

**Sales Executives:** Sales Executives with experience in the printing field a must, required for a printing press. Call 055-7851181.

**Sales Executive:** Printing Technology, Diploma Holders or Graduates, with 5 years post qualification exp. in screen printing industry. Should be familiar with screen printing process & applications & a valid UAE D/L. Please send detailed CV with a recent photograph to Email: [guduhr@gmail.com](mailto:guduhr@gmail.com).

**Graphic Designer:** With relevant experience & good communication skills, reqd. for a printing Co. [job.dubai1@gmail.com](mailto:job.dubai1@gmail.com) .

## MACHINES Looking For

We are looking for following machines:

- 1) Heidelberg SM 102 8 P - Aged 2004
- 2) Heidelberg SM 52 4 (Only Straight Machines, Must have Ink Temp Control)-Aged 1998+
- 3) Heidelberg SM 102 ZP (With CP-Tronic and CPC)- Aged 1989/93
- 4) Heidelberg SM 102 2P (Autoplate & CPC) – Aged 1995+
- 5) Heidelberg CD 102 4, 5, 6 (Autoplate) With or Without Coater - Aged 1993+
- 6) Roland 704 / 705 / 706 With or Without Coater – Aged Any
- 7) Heidelberg CD 74 4 & 5 Colour (With or Without Coater) – Aged 2000+
- 8) Komori Lithrone L440 and L540 – Aged 1995+
- 9) Komori Lithrone L428 and L528 – Aged 1998+
- 10) Komori Lithrone L426, L526 & L626 – Aged 1996+

- 11)Muller Martini Prima, Bravo, Presto, 335, 1509 & 221 Saddle Stitchers
- 12)Stahl KC 66/78 & TD/KD 66/78 Folders
- 13) Wohlenberg 44FM50 3 Knife Trimmer – Aged 1984
- 14)Aster 150, 160, 180 & 2000 Book Sewers
- 15)Muller Martini Inventa Book Sewer
- 16)Kolbus Case Binding Equipment
- 17) Muller Martini Normbinder (Preferably 18+ Stations) – Aged 1995+
- 18)Muller Martini Panda Binder
- 19)Polar 115, 92, 78 & 76 Guillotines

Contact: Tel: +44 (0)1924 890157 / Email: sales@roberts-graphics.co.uk

We are looking for following machines:  
 Heidelberg Speedmaster SM 74-2, Year: 1999+  
 Heidelberg Speedmaster SM 102-4-P, Year: 1999+

Contact: Tel: +90 (0) 212. 544 52 74 / Email: semra@intermakmakina.com

We are looking for following machines:

- CD 102 4 aged 2000
- KBA 162 4 aged 2001
- KBA 162 5
- Roland 802+L
- Roland 802 7B
- PLANETA P28

Contact: Tel: +390172410301 / Email: sales@vbr.it

## Machinery Wanted

**We are urgently looking for the following Machines.**

Heidelberg Speedmaster SM 102-5P, year 1996 - 2002  
 Heidelberg GTOV 52 / GTOF 52 without Perfecting, with Alcolor  
 Contact: Tel: +90 212 544 52 74  
 Fax: +90 212 544 58 13, email: semra@intermakmakina.com

# Subscription Form

## Subscription Form

Please start my one year subscription to ME Printer.

**Mailing address (Please fill using CAPITAL Letters):**

First name:	Last name:	Job title:
Company name:	Company's activity:	
Postal address:	P.O. Box:	
City:	Zip/Postal Code:	Country:
Tel:	Fax:	Mobile:
E-mail:	Website:	

### Payment terms

- UAE:**  Bank Transfer  Cheque payable to ME Printer FZ LLC
- Other Countries:**  Bank Transfer  Draft payable to ME Printer FZ LLC

ME Printer FZ LLC- **A/C# 0079-183781-001** - Emirates International Bank - Jumeira Branch – Dubai UAE - SWIFT # EBILAEADJUM  
**Rates for annual subscription: UAE 180 AED, Saudi Arabia 180 SAR, Kuwait 14.5 KWD, Qatar 180 QAR, Egypt 225 EGP, Lebanon 54,000 LBP, Jordan 18 JOD, Bahrain 18 BHD, Oman 18 OMR, Syria 1,350 SYP, Yemen 1,800 YER, Other countries USD 50**  
 Please confirm payment through fax, post or e-mail. Kindly allow 4-6 weeks for delivery of your first issue.

# ماكينات الطباعة المهجنة Hybrid Presses



## د. جورج نوبار سيمونيان



أوفست والنفت الحبري. ويمكن أيضاً إضافتها على ماكينات التشطيب المتنوعة ذات التغذية بالبوين.

لدى هذا النظام العديد من الخصائص، منها:

- يصل عرضها الطباعي إلى ١٠,٦ سم
- تصل سرعتها الطباعية إلى ٣٠٥ متراً في الدقيقة الواحدة، وقد صرح أحد مستخدميها أنهم ينتجون ٨٠ ألف مطبوع في الساعة الواحدة، والذي يساوي حوالي ١,٦ مليون نسخة في اليوم الواحد
- تصل دقة التسجيل الطباعي إلى ٦٠٠ x ٦٠٠ نقطة في البوصة الواحدة

- تستخدم الأحبار التي تعتمد على الملونات الخضابية وليست الصبغات، مما يعطي طبعاتها القوة والتحمل ومقاومة المياه والخدش والبهتان، كما أنها تعطي اللون الأسود الغني

- تتميز بالمرونة، حيث يمكن ضم حتى ١٢ محطة طباعية معاً بإجمالي ٢٤ رأس طباعية، وكل رأس طباعية تحتوي على ٢٥٦٠ فوهة لنفت الحبر من خلالها

- يمكن توصيل أربعة رؤوس طباعية معاً لتغطية عرض طباعي يصل إلى ٤٢,٢٥ سم

- سهولة التركيب والتغيير من ماكينة إلى أخرى
- تقلل من تغيير الألواح الطباعية الخاصة بالألوان السوداء

- يمكن استخدامها في تطبيقات متنوعة، منها:
- مطبوعات الدعاية والإعلان
- مطبوعات المعاملات المالية الترويجية

لقد تطورت صناعة الطباعة في السنوات القليلة الماضية بشكل يفوق الخيال، وظهرت ماكينات الطباعة المهجنة، وهي تلك الماكينات التي تستخدم أكثر من طريقة وتقنية طباعية واحدة في نفس الماكينة، على الأقل تقنيتين طباعيتين معاً. ولاشك أن هذه النوعية من الماكينات لديها العديد من المميزات، من أهمها استخدام خصائص ومميزات وإمكانات كل تقنية معاً داخل ماكينة واحدة وفي خط إنتاجي واحد، مما يوفر الكثير من الوقت والمال والجهد، وينتج منتجات طباعية متنوعة وغير تقليدية.

ومن أول هذه النوعية من الماكينات كانت تلك التي تستخدم تقنيتي الليثو أوفست والنفت الحبري في ماكينة واحدة، وذلك بهدف طباعة كل ما هو ثابت ومتكرر بتقنية الليثو أوفست وبطريقة اقتصادية وسهلة، وطباعة كل ما هو متغير ومشخص بتقنية النفت الحبري، وذلك على نفس المطبوع الواحد، مما يزيد من قيمتها وأهميتها ويساعد بشكل أكبر في تحقيق أهدافها بكل جودة وكفاءة.

وفي هذا الصدد سنقدم فيما يلي وبشكل مختصر جداً أحدث ماكينات هذه النوعية، والتي تم عرضها خلال فعاليات معرض الأبيكس ٢٠١٠ في إنجلترا، وهي من إنتاج شركة كوداك، من طراز بروسبير ذات تقنية النفت الحبري، والتي يمكن تركيبها وإضافتها على ماكينات الليثو أوفست التقليدية ذات التغذية بالبوب و حتى عرض ٢٧ و ٤٠ بوصة، لتحولها إلى ماكينات مهجنة بتقنيتي الليثو

- المطبوعات المشخصة  
- مطبوعات البريد المباشر

- طباعة العناوين والترقيم والشفرات الخفية  
لا شك أن هذا التطور المستمر للماكينات الطباعية المهجنة، قد بدأ يساعد وسوف يساعد في المستقبل على زيادة الإنتاجية والجودة والتنوع الطباعي، مع تخفيض الاستهلاك والتكلفة وتوفير الجهد والوقت، والمحافظة على تقنيات وصناعات الطباعة على قمة صناعات النشر والتغليغ والإتصال.



زيد تويني - لبنان



مهدي المصري - فلسطين



علي ناجي الرعوي - ؟؟؟؟



غادة العاملي - العراق

تزال عائقاً أمام أي مشروع حديث من نوعه. وأضافت قائلة: "إن الظروف الأمنية في العراق عامة وبغداد العاصمة خاصة فرض مجموعة عوائق لا يمكن تجاوزها. لكن على العموم، التكنولوجيا الطباعية في العراق متأخرة ومازالت صحفنا تطبع بمطابع قديمة متأخرة مستوردة من دول الجوار أو من أوروبا وأعتقد أن السبب في عدم اقتناء الأحدث منها هو جدوى المشروع من حيث كميات الطبع التي لا تغطي تكاليف الشراء على المدى القريبة وعدم وجود الدعم الكافي من قبل الدولة".

ومن وجهة أخرى يعتقد زيد تويني، رئيس مجلس إدارة شركة الطباعة التعاونية والرئيس التنفيذي لصحيفة النهار، أن الإنترنت لا ينافس النسخة الورقية بل إنه مكمل لها. وبالتالي فإن شركته تقوم بإعداد استراتيجيات للجمع بين مزاي كل من المنصتين. ويقول تويني: "في صحيفة النهار شهدنا بالفعل إمكانيات القراء الشباب وضرورة مخاطبتهم على نحو شخصي، ولهذا السبب شرعنا في إطلاق ملحق مخصص لهم والذي يتم تحريره من قبل المشاركين الشباب ويوجه إليهم.. كذلك نحن مستمرين في تجديد جميع ألاتنا ومعدتنا بحذر وخطوة بخطوة".

لقد أدركت بالفعل العديد من الصحف الإقليمية أن منصة الإنترنت أصبحت قوة ينبغي التعامل معها، فقد أصبحوا أمام خيار واضح مثلما يقول المثل: "إذا لم تغلبهم فانضم إليهم". ويبدو أن معظمهم قرر القفز على عربة الإنترنت، خاصة بعدما أدركوا أن المنتجات الرقمية قد تفكك الصحف عاجلاً أو آجلاً. فقد بدأت الصحف بأنفسها؛ زيادة الاستثمارات في المنصة الإلكترونية وتطوير علاقاتها على الإنترنت. وبالرغم من إنتاج وسائل على الإنترنت تتوافق مع المنتجات الورقية إلا أنه من الخطأ أن نعتقد أن جميع وسائل الإعلام المطبوعة بما فيها الصحف سوف تختفي. فإن الصحيفة تتمتع بالبساطة والقوة التي لا تستطيع وسائل الإعلام الرقمية ممتلكاتها، وهناك حكمة وراء نجاح صناعة الطباعة في القيادة لأكثر من ٥٠٠ عاماً.

الثورة للصحافة والطباعة والنشر ورئيس تحرير صحيفة الثورة: "بكل تأكيد هناك حاجة ماسة لكي تطور الصحافة في منطقة الشرق الأوسط من أداؤها ووسائلها لجذب عملاء جدد للإعلانات وجذب المزيد من القراء. وقد راينا في هذا الصدد في مؤسسة الثورة منذ وقت مبكر التوسع في الملاحق اليومية وذلك لما من شأنه جذب المزيد من الشرائح الجديدة للقراءة ورفع معدلات التوزيع الذي لا يحمل أية ربحية بالنظر لإرتفاع أسعار الأوراق".

وقال الرعوي أن المعدات والأنظمة التي تستخدم في مؤسسة الثورة للصحافة والطباعة والنشر في طباعة إصداراتهم تتبع مكونات حديثة أهمها ماكينة الجوس Goss الحديثة وأجهزة الكمبيوتر من نوع ماكنتوش وجهاز CTP لإعداد صفائح الطباعة "البليت". وأضاف الرعوي: "سندخل عما قريب آلة جديدة لطباعة صحف "التيلويد". ولكن فإنه من الواقعية العمل على تبني أفكار جديدة تنهض بالصحافة الورقية وتأتي بها عن التأثيرات المباشرة لشبكة الانترنت. وقد عملنا في هذا الجانب على ابتداء العديد من الأفكار التي نأمل نجاحها بشكل جيد".

وأوضحت غادة العاملي، مدير عام مؤسسة المدى للإعلام والثقافة والفنون، أن التنافس ما زال قائماً بين الصحف الورقية والإلكترونية وقد أصبحت شديدة. "لن تتمكن الصحف الإلكترونية من فرض حضورها من دون إيجاد سبل التطوير، بما يتناسب وتطور المستهلك (القارئ) فكرياً وعلمياً وتكنولوجياً. والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة في الشرق الأوسط أقل مما هو عليه في العالم، ولا يزال القارئ العربي يتعاطى مع الصحافة الورقية ويألفها أكثر مما هي عليه تكنولوجياً".

وبحسب غادة العاملي، يتم طباعة جريدة المدى في المطابع التابعة لها وتحاول اللحاق بالركب من خلال شراء أجهزة وبرامج حديثة. وبالرغم من ذلك، تؤكد غادة أن مشكلة العمالة من ذوي الاختصاص في الطباعة والتكنولوجيا الحديثة لا

الإذاعة منذ زمن طويل، خاصة بعد أن فرض التلفزيون بقنواته الأرضية الفضائية سطوته حتى على السينما التي تسببه عمراً. وإن كان لا بد من توقع الموت للصحافة الورقية فلن يكون ذلك قبل عام ٢٠٤٠ على أقرب تقدير".

ومن ناحيته يعتقد مهدي المصري، نائب مدير عام شركة وصحيفة الأيام ورئيس مجلس إدارة الإتحاد الفلسطيني للصناعات الورقية، أن إغلاق صحيفة إيميرتس بزنس ٧/٢٤ قد يكون حالة خاصة، حيث أنه لا يتوقع إغلاقاً للصحف الإقليمية في المدى القريب. وقال المصري: "إن الحاجة للصحف لا تزال قائمة ولا أرى أن سبب بقائها واستمرارها يعود لأي أسباب كامن أو مخبأة، فأسباب دوامها تعود فقط لأوضاع سوق الاعلان في تلك الأسواق وللدعم الحكومي لبعض تلك الصحف".

ووفقاً لحافظ البرغوثي، المدير العام لصحيفة الحياة الجديدة فإن إغلاق الطبعة الورقية من أي صحيفة يأتي "نتيجة لإزدحام السوق الصحفية من جهة والعزوف عن القراءة، ويعود أيضاً لمنافسة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للصحف المطبوعة في نقل الاخبار بطريقة أسرع على مدار الساعة". وأضاف البرغوثي: "بالطبع هناك آثار سلبية على الصحف من إغلاق صحف أخرى يتم عن وجود أزمة في الصحف المطبوعة من حيث مواجهة تكاليف الطباعة والتوزيع والعاملين، لأن الصناعة الصحفية باتت مكلفة أكثر مع تناقص حجم السوق الاعلانية لحساب وسائل اعلام اخرى كالتلفزيون والصحف الإلكترونية".

## توسيع الآفاق

وبينما يناضل الوضع الاقتصادي ليعود إلى مساره الطبيعي، تشير العديد من مؤسسات النشر الإقليمية إلى خطط لتحسين عملياتها وتطوير مطابعها بمعدات أفضل لكي تواجه التحديات الرقمية وجهاً لوجه. وكما أوضح علي ناجي الرعوي، رئيس مجلس إدارة مؤسسة



**الدكتور محمد عهدي فضلي - مصر**

الصحف التي تستهدف فئات مختلفة من القراء بعروضها المتنوعة. وقد أجبرت الأزمة المالية والركود الاقتصادي كل شركة في الإمارات على مراجعة أمورها - بما في ذلك صناعة الصحف - فقد كان علينا النظر في جميع التكاليف وإيجاد طرق جديدة لتوليد المزيد من العائدات، وبمجرد أن تنهض الدولة من الركود الاقتصادي سيصبح هناك الكثير من الفرص للنمو.

وعلى نحو آخر أعرب الدكتور محمد عهدي فضلي، رئيس مجلس إدارة في مؤسسة أخبار اليوم، عن وجهة نظر مختلفة. وقال أن بعض الصحف التي استسلمت لسيف الأزمة الاقتصادية كانت بالفعل تعاني من أزمات حتى قبل الأزمة المالية. وحسب قوله، فقد يكون لصحيفة إيميرتس بزنس ٢٤/٧ بعض الأزمات التي أدت لإتخاذ قرار إغلاق الطبعة الورقية. وربما قررت مواكبة العصر أو أن تحذو حذو بعض المؤسسات الدولية الشهيرة مثل مؤسسة "كريستيان ساينس مونيتور" التي قررت أيضاً وقف الطبعة الورقية والاعتماد كلياً على طبعة الإنترنت.

وأضاف الدكتور فضلي أن مع بدء انحصار آثار الأزمة الاقتصادية عالمياً وعربياً أصبحت الصورة أكثر إشراقاً وأصبحت احتمالات تشجيع جنازات الصحف الورقية واحدة تلو الأخرى إحتماً بعيد الحدود، وأكمل موضحاً أن للصحيفة المطبوعة قراءها وعشاقها الذين لا يرضون عنها بدلاً. "لو كان كل جديد يلغى القديم لكننا ترحمنا على



**حافظ البرغوثي - فلسطين**

فقد تم إطلاق النسخة الإلكترونية الجديدة من الصحيفة لتصبح إضافة نوعية إلى ساحة وسائل الإعلام الرقمية، ومن المتوقع أن تقدم للعالم الأحداث المحلية من منظور مختلف بينما تعرض منتدى تفاعلي للقراء والمهتمين على الإنترنت. وأضاف قائلاً "إن النسخة الإلكترونية من إيميرتس بزنس ٧/٢٤ ستصبح مصدراً للأخبار، أيما كان القارئ وستوفر خدمات تفاعلية متعددة، اعتماداً على البرامج والتحديثات الإلكترونية المتنوعة، بما فيها الرسائل النصية القصيرة باللغة الإنجليزية وكذلك التقنيات المتوافقة مع الهواتف الذكية ومواقع التواصل الإجتماعي الشهيرة مثل فيس بوك وتويتر وغيرها من المواقع".

## وجهات نظر إقليمية

وبعد انتقال إيميرتس بزنس ٢٤/٧ من صحيفة ورقية إلى صحيفة إلكترونية، اتصلت مجلة ME Printer بالصحف الرئيسية في الشرق الأوسط للحصول على آرائهم حول ما إذا كانت



**فرانكيس ماثيو - الإمارات**

صناعة الصحف تقترب من النهاية أم إذا ينبغي على الصحف تقبل شبكة الإنترنت والانضمام إليها. وفي هذا الصدد أوضح فرانكيس ماثيو، رئيس تحرير صحيفة جالف نيوز: "على عكس ما يعتقد الكثيرون، إن صحيفة إيميرتس بزنس ٢٤/٧ لم تغلق، بل قد أوقفت النسخة الورقية وانتقلت تماماً إلى الإنترنت. ويمكنني تصور ما يمثله هذا من تحديات للصحيفة حيث أن معظم الناس في هذه السوق لا تزال تبحث عن الصحف المطبوعة ولكنه ليس مستحيل فهي تعتبر خطوة مثيرة للإهتمام نتابعها في الصناعة". ويعتقد فرانكيس أن قرار صحيفة إيميرتس بزنس ٢٤/٧ يشير إلى تحول مستمر في الصناعة حيث أن الصحف في الإمارات تتجه نحو النشر الأكثر تخصصاً وأضاف أن الصيغة القديمة التي عملت بشكل جيد لفترة عقدين من الزمن قد بدأت تتغير. "عندما يمثل شيء أهمية للجميع؛ أي يوفر الأخبار والمعلومات والترفيه من دائرة متكاملة في السوق فإن نطاق القراء لا يمكن أن يستمر، وبدلاً من ذلك نحن نرى ظهور أنواعاً مختلفة من

## هل ستحتضر الصحافة الورقية؟

هذا هو السؤال الذي يدور منذ فترة في ذهن كل صحفي يعمل في صحيفة. ويقول العديد من الخبراء أن عدد قراء الصحف ينخفض مع مرور كل شهر بينما يزداد عدد قراء الصحف الإلكترونية، ويتوقع الكثيرون تبقي فترة بين خمسة وعشر سنوات لخضوع الصحف لتغيير جذري أو مواجهة النهاية القاضية. فهل ستحل وسائل الإعلام الإلكترونية محل ذكريات الماضي، حين كان يأتي الكلب بالصحيفة إلى صاحبه؟

## هل حان الوقت للتحويل الرقمي؟

بينما تستمر الضوضاء ويتحول الحاضر إلى عصر رقمي، بالكاد تمكنت أي صحيفة في الشرق الأوسط من تكوين نموذج قوي وثابت على الإنترنت، وفي النموذج الإلكتروني يجب رفع رسوم الإشتراك لكي تقلل من الاعتماد المتنامي على عائدات الإعلانات. وقد قامت مجلة ME Printer بالتحدث مع ممثلي الصحف الرائدة في الشرق الأوسط لمعرفة إذا كانت الصحف اليومية في المنطقة تتخذ المبادرات الكافية لبناء قاعدة قوية في الساحة الرقمية وإذا كانت صناعة الصحف تحتضر حقاً.

كثيراً ما يستشهد بمثل صحيفة التابلويد "إيميرتس بزنس ٧/٢٤"، فقد قامت الصحيفة اليومية الإنجليزية التي كانت مؤسسة في دبي بإعلان إغلاقها للنسخة الورقية في منتصف شهر يوليو من هذا العام، وتحويل أعمالها إلى صحيفة إلكترونية فقط. وفي حين أن الصحف عادة ما تغلق وتقل عدد الأيام التي تنشر فيها الصحيفة لأسباب مالية، إلا أن قرار إغلاق النسخة الورقية تماماً وإنتقال إلى الساحة الإلكترونية جاء من خلال الأوامر الصادرة من صاحب السمو الشيخ مكتوم بن محمد بن راشد آل مكتوم، نائب حاكم دبي ورئيس مجلس إدارة مؤسسة دبي للإعلام. والسبب الوحيد الذي قدمه أحمد عبد الله الشيخ، المدير العام لمؤسسة دبي للإعلام، هو إتخاذ الخطوة لمتابعة منافذ وسائل الإعلام الغربية الراسخة التي اعتمدت هذا النموذج. وقال "الشيخ" في لقاء تم نشره عبر الصحف الرئيسية: "لقد قمنا بهذه الخطوة بعد ظهور الإنترنت لقيادة السنوات التي يستخدمها الناس للوصول إلى الأخبار، وتشير جميع البحوث المستقبلية إلى احتمال تنامي هذا الإتجاه في منطقة الشرق الأوسط في السنوات المقبلة حيث أن الصحف الإلكترونية لديها القدرة على الوصول إلى فئات واسعة من القراء عبر أنحاء العالم وعلى مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع، وهي الميزة التي تنقص الصحف الورقية".

وبحسب أقوال "الشيخ" في شهر يوليو الماضي،

# هل حان الوقت للتحول الرقمي؟



## الصحف الإقليمية تصرح بأن الإنترنت أصبحت قوة يجب التعامل معها

تحدثت مجلة ME Printer مع سبعة صحف في الشرق الأوسط وقد صرح مدراءها  
بآرائهم حول ما إذا كان مستقبل الصحف مظلم



ويلج قدرها ١,٤٩٩ دولار لليوم الواحد و ٣ دولارات للأسبوع. وفي غضون ذلك، تتجه صحيفة وول ستريت جورنال إلى التكنولوجيا الجديدة مثل Apple iPad، وقالت أنها تخطط لوضع رسوم شهرية تبلغ ١٧,٩٩٩ دولار أمريكي لمشاهدة الصحيفة من جهاز iPad. أما هنا في الشرق الأوسط، فلم يشجع الكثير من الصحف حتى الآن في فرض رسوم لمشاهدة محتوياتهم المتميزة على منافذهم الإلكترونية.

## عش ودع غيرك يعيش

والحقيقة هي أن معظم الصحف ببساطة لا تستوعب مدى إختلاف عالم الإنترنت من حيث المضمون، فالكثيرون ما زالوا يمرّون بمرحلة من التوهم معتقدين أن شبكة الإنترنت تشبه تماماً لعالم الطباعة - باستثناء قتل الأشجار - عليك فقط تحميل المحتويات الخاصة بك مثل ما كانت في النسخة الورقية (وربما تضيف موقع أو اثنان، أو فيديو كليب) وسوف يصطفُ القراء لقراءتها، ثم يمكنك العودة إلى المنزل. ولقد أدركت بعض المنافذ الإعلامية الرئيسية أن بالرغم من التشابهات الموجودة بين الوسيلتين، إلا أن العالم الرقمي يختلف كلياً عن عالم المطبوعات المنشورة، وهو يحتاج إلى طريقة تفكير وأسلوب تعامل مختلف.

ويعتقد خبراء من القطاع أن الإيرادات المطلوبة للمحافظة على وسائل الإعلام المطبوعة و "إبقائها على الحياة" يجب أن تأتي من خلال اندماج شامل بين الوسائل الثابتة والمتحركة. فعلى سبيل المثال، قد تنجح أداة التصفح الفعّالة Tool-bar على الإنترنت في قيادة المتصفح إلى أخبار من مصادر عديدة، مما يساعد ليس فقط على وضع الإعلانات المستهدفة، بل أيضاً على شحن الرسوم الجزئية من القراء. والحقيقة أنه لا يمكن تنافس نوعان من وسائل الإعلام، فالتكنولوجيا الحديثة نادراً ما تأخذ محل التكنولوجيا السابقة تماماً. ولأنّ الوسائل الإعلامية الرقمية والمطبوعة كلاهما يعتمدان على أجهزة الكمبيوتر لعملية الإنتاج، فإنه من السهل أن يصبحان مكملاً لبعضهما البعض، ومن الحكمة أن ننظر لوسائل الإعلام الرقمية والمطبوعة معاً، بدلاً من مقارنة كل وسيلة مقابل الأخرى.

وخليج تايمز، وعرب نيوز، وديلي ستار، باعتماد هذه الخطة وهي إدارة موقع إلكتروني للصحيفة على الإنترنت بجانب الإصدارات المطبوعة. والعديد منهم متواجد على شبكات ومواقع وسائل الإعلام الاجتماعي مثل فيسبوك، وتويتر، ولينكد إن، وسلايد شير إلى آخره حتى أن البعض منهم تقدّم بخطوة أخرى من خلال إطلاق تطبيقات الهاتف الذكي لأجهزة الهاتف المحمول مثل بلاك بيري وأي فون وغيرها من الهواتف، مما يسمح لهم بتقديم إصدارات متنقلة للقراء.

واليوم أصبح الإنترنت يستخدم كأداة لاسترجاع البيانات للأشخاص الذين يبحثون عن معلومات محددة، حيث إنهم يعلمون الحقائق الأساسية عن الأخبار كما حدثت ويرغبون في معرفة ما سيحدث غداً. ولديهم الاستعداد لقضاء وقت أطول في قراءة الجرائد إن كان مضمونها أكثر جاذبية. فإن طبيعة الرسائل الإلكترونية الوقية هي التي تدفع الجمهور إلى البحث عن مصادر موثوق بها وجديرة بالتصديق في النص المطبوع أو المرئي. ولهذا السبب، يستطيع المحررون صياغة دور جديد ومتفائل للطباعة، بجانب خاصية الأخبار الرقمية والتي تركز على ما يحدث في كل لحظة. ويجب على الصحف الحديثة أن تصبح مدمجة، فربما يفيد أسلوب "كلما قلت كلما زدت" ويساعدها على خفض من عدد الأوراق المطبوعة والنشر وتكاليف أخرى لا تضيف شيئاً إلى الصحافة.

فكيف يمكن لقطاع الصحف الاستمرار وسط عصر الإنترنت؟ من ناحية، نتوقع أن تزود الصحف مضمونها مجاناً على شبكة الإنترنت. ومن ناحية أخرى، المصدر الأكثر ربحية لهم -- الإعلانات المبوبة -- يكاد يتلاشى مع ظهور مواقع مثل كرايغ ليست Craiglist ودوبيزل Dubizzle إلى آخره، والإعلانات المعروضة أيضاً تشهد إنحداراً. في الوقت نفسه، انتشرت ظاهرة مخيفة وهي "البلوج" blog، فبدأ الناس يحصلون على آخر الأخبار من "صحفيين عشوائيين من المواطنين"، بدلاً من الصحفيين المحترفين كالمعتاد. فيمكن أيضاً للصحف أن تبدأ بتقاضي ثمن من القراء لحصولهم على المحتويات المتميزة. وقالت صحيفة تايمز أوف لندن أنها سوف تقوم قريباً بتطبيق رسوم اشتراكية على المستخدمين للوصول إلى مواقعها على الإنترنت والتي سوف



قطاع الصحافة المطبوعة إلى انهيار حواجز الدخول والمنافسة التي تلت ذلك من أجل زيادة إيرادات الإعلانات بسبب ظهور الإنترنت، كما أوضح "ريج تشوا، رئيس التحرير في جريدة مورنينج بوست باللصين الجنوبية، في نفس المقابلة مع "إنسيد". ويقول "تشوا"، وهو من أكبر المحررين السابقين في جريدة وول ستريت جورنال: "عندما نظر إلى الموضوع من منظور تجاري، نرى أن التكاليف والأرباح لا تتطابق، ولهذا السبب قد انخفضت التكاليف بشكل كبير في الكثير من الصحف، وأصبح الناس يحاولون فعل كل ما في وسعهم إما لخفض التكاليف أو لإبتكار مصادر دخل جديدة. اعتماد استراتيجية "أون لاين"

إذا تمكنا من إنقاص عدد النسخ الموزعة الغير لازمة حتى ولو بنسبة ضئيلة، فهذا سيؤدي إلى توفير هائل لهذا القطاع المحاصر. وبالتأكيد هذا أيضاً يعني أنه يجب ترك بعض المساحة للأعبين المحليين الأصغر، ولكنه على الأغلب السبيل الوحيد لتطور السوق. وثانياً، العائدات المكتسبة من السعر الإجمالي بعد خصم نسبة الموزع لا تعوض إلا جزء صغير من تكلفة الإنتاج والتوزيع، فإذا لم يتم تعديل السعر الإجمالي خوفاً من خسارة معدل التوزيع، يجب على العاملون بالقطاع أن ينظروا إلى المسألة من حيث الصفحة. هل من الضروري على كل جريدة أو حتى كل مجلة أن تحتوي على هذا العدد الكبير من الصفحات؟ أم هل سيؤثر هذا على فرص بيعها؟ في هذا الأوقات العصيبة سيكون من الحماسة أن نفترض أن أرباح الإعلانات ستعوض عن النقص المادي بأكمله.

وبالتالي قامت العديد من الصحف الرائدة في المنطقة بما فيها صحيفة جالف نيوز، وذا ناشونال،



التقدم التكنولوجي على شبكة الانترنت. ومنذ فترة قريبة قال "المار لاتور" رئيس التحرير في جريدة وول ستريت جورنال آسيا، أثناء مقابلة مع "إنسيد"، إحدى أكبر المدارس التجارية: "تتسابق مختلف أنواع التكنولوجيا المشوثة للذهن للوصول إلى قطاع بعد الآخر، وأولهم القطاع الإعلامي، ولكن في الوقت ذاته قد تأثر هذا القطاع بصورة سلبية. وتعد الفترة الحالية أيضاً من الأوقات الإستثنائية، لأنها في رأيي أوقات رائعة، فلقد ازدادت فرص الكثيرون للحصول على المعلومات، أكثر من أي وقت مضى، وللوصول إلى عدد أكبر من الأماكن وفي وقت أسرع من أي وقت سبق".

وعلى الجانب الآخر، يعود التراجع المنتظم في

الجديدة من الهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة مثل موقع فيسبوك، وتويتر وغيرهما من المواقع". لقد حاولت الصحف في العام الماضي مضاعفة معدلات التوزيع لتصل إلى الأضلاع البعيدة والمناطق المتناثرة، ومن خلال رفع معدلات التوزيع كانوا يأملون في جذب المعلنين، ولكن تكلفة الوصول إلى هذه المعدلات كانت باهظة. ومن ناحية أخرى ومع مرور السنوات، قل اعتماد منظمي الإعلانات على عدد القراء وحده، فبدلاً من ذلك أصبحوا يهتمون بالجوانب النوعية لجمهور القراء المستهدف. ولا عجب أن يميل المعلن إلى الوسائط الإعلامية الأقل تكلفة لجودتها ووصولها إلى مدى أبعد، بدلاً من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية مثل المطبوعات الورقية.

ووفقاً لدراسة حديثة أجريت مع ٣٥٣ مدير تنفيذي من قطاعي الصحف والإذاعة، والتي قام بها مركز بيو للأبحاث من خلال مشروع التميز في الصحافة، أكد ٧٠ في المائة من المشاركين أن قد تم إزالة عدد كبير من الموظفين في مؤسساتهم. وبالإضافة إلى ذلك، أقر ٧٠ في المائة من المدراء التنفيذيين أن غرف الأخبار التي يعملون بها أصغر من الحجم المثالي ولكنها لا تزال تقوم بعمل جيد، على الرغم من أن ١٥ في المائة من هؤلاء المدراء يعتقدون أن مساحة غرف الأخبار لديهم صغيرة جداً حتى أنها تكاد تؤدي العمل المطلوب. ويعتقد ١٥ في المائة من المشاركين أن مضمون الإنترنت سوف يصبح مصدراً هاماً للإيرادات في الثلاثة سنوات المقبلة.

ولكن على الرغم من الضربة الاقتصادية الشديدة التي لحقت بهذا القطاع، يرى العديد من رؤساء التحرير الوقت الحالي "كأكثر الأوقات إثارة وللتواجد في القطاع الإعلامي"، حيث أن العالم يتقدم ويأخذ "خطوات كبيرة إلى الأمام" بفضل



## بداية المقال

لا شك في أن الصحف اليوم تواجه تحديات من حيث "طاهرة الأخبار العاجلة"، فهي تخضع لضغوط من قطاعات عديدة، خاصة الإنترنت. ولقد انخفض أيضاً معدل الإنفاق على الصحف، فمنذ عدة سنوات، كان الهدف في القطاع هو التوسع ونشر أكبر عدد من النسخ، وقامت بعض الصحف ببيع الكثير من الإشتراكات لجذب المشتركين الجدد، ولكن عندما نظرت إلى التكلفة العالية التي تكلفها الخصومات، فنرى أن ذلك يخفف من أرباح التوزيع، حتى أن بعض من هذه الخسائر تؤدي إلى "التخلص مما ليس له حاجة"، إذا صح التعبير.

وقد أثر إنخفاض الأرباح القادمة من الإعلانات بشدة على قطاع الصحف وسط التراجع الاقتصادي الحالي، إلا أنها أيضاً فرصة للصحف لكي تجدد أعمالها، فإن التنافس المتزايد بين التكنولوجيا الرقمية والصحافة المطبوعة يأتي من توفير مصادر أخبار لا نهاية لها. ويبدو لنا اليوم أن حاجة القارئ لشراء صحيفة لمعرفة آخر الأخبار، وحاجة المعلن للإعلان فيها، يتضاءل شيئاً فشيئاً. ولذلك فقد بدأت الصحف بالبحث عن خيارات مبتكرة لإعادة صياغة مصادر دخلها التقليدية.

وإذا كنت تتابع تطورات قطاع الصحف حول العالم في العام الماضي أو ما قبله، فربما لن تتفاجئ عندما تعلم أن عام ٢٠٠٩ كان الأسوأ في عدة عقود من حيث مربحية الإعلانات. ولكن معدل الإنخفاض على مدى السنوات الأخيرة كان مذهلاً، فقد شهد العام الماضي بدءاً من عام ٢٠٠٨ نسبة إنخفاض قدرها ٢٩ في المائة. وعلى مدى السنوات الأربعة الماضية، انخفضت مربحية الإعلانات المطبوعة بأكثر من ٤٧ في المائة، لتصل إلى ٢٤ مليار دولار بعدما كانت ٤٧ مليار دولار. وبالرغم من تزايد الإعلانات على شبكة الإنترنت (باستثناء العام الماضي عندما انخفضت بنسبة ١١ في المائة)، إلا أن لا يزال قدرها ١٠ في المائة فقط من إيرادات الصحف المطبوعة.

ومن ناحية أخرى، فإن معدل توزيع الصحف في أنحاء العالم انخفض انخفاضاً طفيفاً في عام ٢٠٠٩ على الرغم من التراجع الاقتصادي، ويبدو أن تأثير الركود الاقتصادي العالمي على إيرادات الإعلانات الصحفية قد بدأ يتحسن، كما أوضحت الرابطة العالمية للصحف ومؤسسات النشر (وان-إيفرا) في تقريرها السنوي عن اتجاهات الصحافة العالمية. وأظهر التقرير أن على عكس المعتقدات المألوفة، لا تزال الصحف المطبوعة صناعة كبيرة ومزدهرة في جميع أنحاء العالم، على الرغم من تأثير الركود الاقتصادي العالمي ونمو وسائل الإعلام الرقمية. وقال "كريستوف ريس"، الرئيس التنفيذي للرابطة والذي قدّم التقرير: "بصراحة، لقد لاحظت وجود عادة بين الصحفيين

والمعلقين وهي ميلهم إلى التركيز على جوانب السلبية لأي عمل، بينما يكون من الواضح أن هناك الكثير مما يستدعي الإيجابية".

ووفقاً للتقرير، هناك ١,٧ مليار شخصاً يقرأ صحيفة يومية كل يوم، ويمثل هذا المعدل ٢٥ في المئة من السكان الراشدين حول العالم. وعند إضافة الصحف الغير يومية، تصل نسبة انتشار الصحف إلى ٣٧ في المائة. ولقد انحدر معدل توزيع الصحف اليومية بنسبة ٠,٨ في المائة في عام ٢٠٠٩ - وهو إنخفاض ضئيل نظراً لسوء الوضع الاقتصادي حينها وبالمقارنة مع الإنخفاضات في الصناعات الأخرى - ومع ذلك بقي المعدل مرتفعاً بنسبة ٥,٧ عبر خمسة سنوات.

أيضاً، بلغ عدد المؤسسات الصحفية في أنحاء العالم ١٢,٤٧٧ في عام ٢٠٠٩، وهي زيادة بنسبة ١,٧ في المئة عن العام السابق. وأكد ريس أن بالرغم من فقدان الصحف التقليدية لقراءتها في عدة أسواق متقدمة، فإن المؤسسات الصحفية في تلك الأسواق تقف في مقدمة الثورة الرقمية. وقال ريس: "لقد تبنت العديد من الشركات الصحفية في الأسواق المتقدمة المنصات الرقمية والأشكال الجديدة للطباعة المنشورة وقامت بتوسيع قائمة منتجاتها، فقد ازداد عدد قراءتها وكذلك إيراداتها، حتى أثناء الضغوط التي تتعرض إليها أقسام النشر والتوزيع في الصحف المطبوعة.

## السيناريو حول أنحاء العالم

يحصل قطاع الصحف على أرباحه من مصدرين أساسيين: الإعلانات والتوزيع. ولا تغطي الأرباح القادمة من التوزيع سوى جزء من تكلفة إنتاج الصحيفة، فيبقى عبء تحقيق الإيرادات بعد حساب كل التكاليف على عائد الإعلانات وحده. فإن انخفض معدل التوزيع، يبدأ المعلنون بتفادي استخدام هذه الوسيلة الإعلامية. ومن ناحية أخرى، فإن الفترة المطلوبة لرؤية نتيجة انتشار الصحيفة على أرباح الإعلانات أمراً يستغرق وقتاً. ووفقاً لخبراء من القطاع، يكلف الورق المطبوع حوالي ٧٠ في المائة من تكلفة الإنتاج، ولكن أي زيادة في معدل التوزيع لا تخفف من تكلفة الوحدة. كذلك أي زيادة طفيفة في إيرادات الإعلانات بسبب زيادة الإنتاج لا تكون واضحة على المدى القصير.

لقد أثر التراجع الاقتصادي المؤخر تأثيراً قاسياً على قطاع الصحف، وعلى الصعيد العالمي أصبح العديد منها على وشك الإغلاق، بما فيه الكثير من الصحف في الشرق الأوسط. ويذكرنا هذا بالإغلاق الحديث للصحيفة الإنكليزية اليومية "الإمارات ٧/٢٤" والتي كانت مؤسسة في دبي، فقد أنهت نسختها المطبوعة لتحوّل جميع أعمالها إلى الصحيفة الإلكترونية بدءاً من منتصف شهر تموز/يوليو من هذا العام، وفقاً لتقرير إخباري على موقع Gulfnews.

com. والتفسير الوحيد لهذا الانتقال جاء من المدير العام لمؤسسة دبي للإعلام، أحمد عبد الله الشيخ، والذي قال أن المقصود من هذا القرار هو اتباع منافذ لوسائل إعلامية غربية راسخة قامت باعتماد هذا النموذج.

وأضاف السيد أحمد قائلاً في بيان إلى وسائل الإعلام الإقليمية: "إن هذه السياسة تأتي بعد ظهور شبكة الإنترنت وانضمامها للقنوات الرائدة التي يلجأ إليها الناس للوصول إلى الأخبار، فجميع النتائج المستقبلية تشير إلى احتمال انتشار هذه الوسيلة في إقليمنا عبر السنوات المقبلة، حيث أن الصحف الإلكترونية لديها القدرة على الوصول إلى فئة أكبر من القراء في جميع أنحاء العالم وعلى مدار الساعة وطوال الأسبوع، وهي الميزة



التي تنقص الصحف المطبوعة".  
"إن إطلاق الصحيفة الإلكترونية الجديدة سوف يشكّل إضافة نوعية إلى ساحة وسائل الإعلام الرقمية حيث أنها ستقدم أخبار الأحداث المحلية إلى العالم من منظور مختلف، بالإضافة إلى توفيرها منتدى تفاعلي مع القراء والمهتمين بالأخبار العالمية من خلال شبكة الإنترنت. وسوف تصبح النسخة الإلكترونية من صحيفة الإمارات ٧/٢٤ مصدر إخباري للقارئ أينما كان، وستقدم خدمات تفاعلية متعددة، اعتماداً على البرامج الإلكترونية المختلفة والتحديات، بما في ذلك الرسائل النصية القصيرة باللغة الانكليزية والتقنيات المتوافقة مع الأجيال



# هل تهدد وسائل الإعلام الحديثة قطاع الصحف؟

تهدد التطورات التي حدثت مؤخراً في وسائل الإعلام الحديثة والإلكترونية قطاع الصحف العريق، فبالرغم من حصول التلفزيون والإنترنت على فئة كبيرة من المشاهدين، إلا أن الصحف ما زالت تحظى بأكبر عدد من القراء لمضمونها الموثوق به.



فضلاً لمنظمي معرض كوريا الدولي لآلات ومعدات الطباعة ٢٠١٠ (الذي تم تغطيته بالتفصيل في العدد السابق)، أتاحت لي ولوفود الدولية الأخرى الفرصة لزيارة مدينة الكتاب باجو التي تقع على بعد ٣٠ كيلومترا من مدينة سول، وهي المدينة الصناعية الوحيدة في كوريا التي أنشأت من قبل جمعية غير حكومية في محاولة لتطوير صناعتي النشر والثقافة.

تبلغ مساحة مدينة الكتاب باجو حوالي ١,٥٦٨,٠٠٠ متر مربع وقد تأسست نتيجة لتفاهم مشترك بين الناشرين والمهندسين المعماريين وكرست لتصوّر حياة أكثر إنسانية. وقد تم بناء مدينة الكتاب باجو بفلسفة تختلف اختلافاً جوهرياً عن غيرها من المدن الجديدة، فقد قام الناشر والمشارك والمهندسين المعماريين بتصوّر مدينة الكتاب كمشروع ثقافي طموح من شأنه أن يؤدي إلى مجتمع ثقافي جديد لدخول القرن الجديد. واقترح المشروع لأول مرة في ١٩٨٨ وانتهت المرحلة الأولى منه في ٢٠٠٧، عشرة سنوات منذ بداية البناء. وهناك بعض التشابهات بين منطقة الإنتاج الإعلامي في دبي و مدينة الكتاب ولكن هناك أيضاً فلسفات مختلفة وراء بناء كل منهما.

## وجبتي السريعة

تضمن جدول الجولة زيارة مركز آسيا للمعلومات والنشر والثقافة ومؤسسة "بو تشين تشاي" للطباعة وشركة الورق "دو سونغ" ومتجر "هوالبن غونغ بانغ" لطباعة الرسائل. وكان محطتنا الأولى هي مركز آسيا للمعلومات والنشر والثقافة حيث وجدنا الفرصة لمعرفة المزيد عن هذا المشروع العملاق وتطوره، والذي بلغت تكلفته حتى الآن مليار دولار أمريكي. وبالنظر إلى أن قيمة صناعة النشر الكورية تبلغ حوالي ٣ مليارات دولار أمريكي، فحينها نستطيع تقدير الأهمية الكبيرة التي يمثلها هذا المشروع لصناعة النشر الكورية. ويعتمد المشروع بأكمله على رؤية سبعة ناشرين عمالقة لإنشاء مدينة بأكملها من أجل ازدهار صناعة النشر، وتم تصميم كل بناء في هذه المدينة من قبل مهندس معماري شهير واتخذت الجوانب البيئية في الاعتبار بفائق العناية. وتعتبر المدينة متكاملة بذاتها فهي تشمل المحلات التجارية ومراكز التسوق صالات السينما وكذلك الفنادق. وكان المهندسون المعماريون مهتمون بإنشاء المساحات الفارغة أكثر من المباني مما يجعل التنقل في أرجاء المدينة تجربة ممتعة وسلسة.

وبعد زيارة المركز الثقافي قمنا بزيارة متجر "هوالبن غونغ بانغ" لطباعة الرسائل وهو أول دار لطباعة الرسائل في كوريا والذي ورث تقاليد الطباعة الحديثة. وفي عام ٢٠٠٨ شرع المتجر في مشروع لطباعة قصائد الشعراء الخمس الشهيرين باستخدام أساليب متحركة ونوع خاص من الورق يدوم لألف سنة دون أن يتغير لونه ويسمى بورق

"هانجي" وهو ورق تقليدي من كوريا يتم تصنيعه يدوياً. ويتكوّن "الهانجي" من القشرة الداخلية لشجرة ورق التوت التي تتواجد بكثرة في كوريا وتنمو بشكل جيد على جبالها الصخرية، ويطلق عليها "داك" باللغة الكورية.

ومن أهم العناصر المطلوبة في تكوين "الهانجي" هو الصمغ الذي ينبعث من جذور "المانيهوت" حيث تساعد هذه المادة على تعليق الألياف الفردية في الماء، ولاحظنا امتلاء المتجر بمختلف المطابع القديمة والمتحركة. وكانت زيارتنا التالية إلى معرض الورق "دو سانغ"، الشركة الرائدة في إنتاج الأوراق الفنية الخاصة بالمصممين، فإن المصمّمون الكوريون يستخدمون منتجات "دو سانغ" للتعبير عن مفاهيم تصميمها ويتم توصيل أوراق "دو سانغ" مباشرة إلى أكثر من ٣,٥٠٠ شركة في صناعتي الطباعة والإعلانات وما يزيد عن ٢,٥٠٠ متجر في مجال القرطاسية. وكانت محطتنا الأخيرة في مؤسسة "بو تشين تشاي" للطباعة، أقدم وأكبر مطبعة في مدينة الكتاب والتي تعتبر من شركات "كوموري". وكانت لديها ترسانة من مطابع كوموري للتغذية بالورق في موقعها بمدينة الكتاب باجو، إضافة إلى مطبعة تجارية للويب من هايدلبرج سانداي ومطبعة ويب قديمة وغريبة الشكل من شركة توشيبا. لم أكن أعلم أن توشيبا كانت تصنّع مطابع الويب في الماضي، وهي تعتبر من أكبر منتجي الكتب المدرسية في كوريا.

## حلم يصبح حقيقة

وقد تم تخطيط وتطوير مدينة الكتاب من قبل الجمعية التعاونية لإنشاء مجمع للنشر والثقافة والمعلومات في باجو. وقد تم زرع أول بذرة من هذا الحلم في نهاية الثمانينات من قبل فريق يتكون من الناشرين الرائد في كوريا الذين أدركوا أن صناعة النشر الكورية تشهد تطورات مكثفة وسريعة بتوافق مع النمو الاقتصادي في كوريا. ومع ذلك فكانت صناعة النشر تكافح أنظمة التوزيع الغير فعالة والتكنولوجيات القديمة وكذلك انخفاض الإنتاجية وارتفاع التكلفة. ولحل هذه المشاكل شرع سبعة من كبار الناشرين الكوريين في مهمة لتحديث وإصلاح صناعة النشر.

وبعد مفاوضات مكثفة مع الحكومة ومؤسسة كوريا للأراضي استطاع الناشر الحصول على ٢٠٠,٠٠٠ متر مربع من الأراضي لمشروع مدينة الكتاب في مدينة إسان (على بعد ساعة بالسيارة من العاصمة سيول). وقد تم نقل الموقع منذ ذلك الحين وسمي بالجمع الصناعي للنشر والثقافة والمعلومات، ويمتد المشروع بأكمله عبر أكثر من ١,٥ مليون متر مربع وهناك خطط قيد التنفيذ لبناء المرحلة الثانية. وانضمت أيضاً إلى المجمع شركات من صناعات الأفلام والبيت والأداء.

وعندما أعلن عن تخصيص الأراضي بدت رؤية مدينة الكتاب كواقع بدلاً من حلم وتأسست جمعية

إسان للتقدم بالمشروع. وانضم إلى جمعية إسان ٢٣٠ ناشر و ٢٥ مطبعة و ١٥ بائع للكتب بالجملة و ١١ من شركات تغليف الكتب و ١٠ من الشركات الأخرى العاملة بمجال الفن التصويري. وقدمت هذه الشركات معاً رأس مال بلغ ٣,٦ مليار وون كوري للإنطلاق بالمشروع.

## جماليات الفراغ

في ٢٠ أبريل ١٩٩٩، كلفت الجمعية خمسة من المهندسين المعماريين الكوريين والأجانب بما فيهم فلوريان بايجل، أستاذ بجامعة لندن، بمهمة التوصل إلى دليل التصميم المعماري. وحالما تم تصور الخطة الرئيسية جرت مناقشات ساخنة بين المهندسين المعماريين وأعضاء الجمعية حول كيفية تحرر المهندسين من نموذج المجمعات الصناعية التقليدية واعتماد هيكل "المدينة المتكاملة بذاتها". وفي نهاية الأمر قرر المهندسون المعماريون أنه من الأهم إنشاء المساحات الفارغة الجميلة والعملية داخل المباني بدلاً من المباني وحدها.

وحين كتابته لدليل المبادئ التوجيهية للتصميم المعماري في مدينة الكتاب، قام بايجل باستخدام مصطلح "التعيين الغير محدد" للتعبير عن فكرة بناء مدينة تستوعب أكبر قدر ممكن من الأشياء التي لا يمكن التنبؤ بها كنتيجة لحياة لا يمكن التنبؤ بها. وفي عام ٢٠٠٢ انتقل أول المستأجرين شركة "بو تشين تشاي" للطباعة إلى مدينة الكتاب وبحلول عام ٢٠٠٧ كان قد تم الإنتهاء من بناء المرحلة الأولى من المجمع. وفي مارس ٢٠٠٨، بدأ بناء المرحلة الثانية التي تغطي ٦٢٣,٦٨٥ متر مربع من الأراضي، ووفقاً للخطة سوق تقوم ١٠١ مؤسسة إعلامية وشركة فنون تصويرية بالإنتقال إلى المجمع عند اكتمال المرحلة الثانية. وسوف تركز المرحلة الثانية من المشروع على صناعة أفلام السينما بدلاً من صناعة النشر، مما سيوسع نطاق المجمع كمركز رئيسي لوسائل الإعلام الكورية.

## مشروع فريد من نوعه أم لا!

لقد تم إنشاء مدينة الكتاب باجو لتصبح مركز لثقافة النشر الكورية وتم تجهيزها بكامل التسهيلات والموارد اللازمة لدعم صناعة النشر على المستويين المحلي والوطني. وكانت هناك الكثير من الجهود للإرتقاء بدور المدينة من خلال الأنشطة المتنوعة بما فيه المعارض والمهرجانات والفعاليات الثقافية إلى آخره. وتعتبر مدينة الكتاب باجو فريدة من نوعها بعدة طرق وربما تكون منطقة الإنتاج الإعلامي المشروع الوحيد المماثل لها. وبالنظر إلى أن الأمر استغرق ٢٠ عاماً لمؤسسي مدينة الكتاب في باجو لاستكمال المرحلة الأولى، فيمكن لمنطقة للإنتاج الإعلامي أن تفخر بما حققه حتى الآن.

# رحلة إلى قلب صناعة نشر الكتب الكوري

إسكندر جهانباني



يرى الكثيرون أن مدينة الكتاب، التي تتقع في منطقة باجو في كوريا، هي "أرض الآمال". وقامت مجلة ME Printer بزيارة هذا المكان للحصول على نظرة أولية على الموقع، الذي تم إنشائه ليصبح مكاناً مخصص للتخطيط وإنتاج وتوزيع الكتب المطبوعة من قبل الناشرين الطموحين



## الشرق الأوسط: التركيز على قطاعين رئيسيين - التغليف والمطبوعات

مجلة ME PRINTER تتحدث مع أنثوني ميرفي، المدير التجاري والمدير العام في مجموعة فلينت للتغليف والويب الضيق في الشرق الأوسط، حول استراتيجية الشركة في المنطقة بعد استحواذها على مرفق توردا



لقطاعيهما الأساسيين وهما قطاعي 'التغليف' و'المطبوعات' مع التركيز على كل منهما بصورة متساوية. فنحن لدينا شبكة قوية لمنتجات المطبوعات في الشرق الأوسط وسنواصل التركيز على خدمة هذا السوق كما نعمل مع سوق التغليف.

**ما مدى أهمية سوق الشرق الأوسط لمجموعة فلينت، ولماذا؟**

لقد أظهرت منطقة الشرق الأوسط نمواً ملحوظاً وقد أنشأ العديد من أصحاب العلامات التجارية ومؤسسات التعبئة والتغليف الرئيسية على مر السنوات الأخيرة مواقعاً في هذه المنطقة. فمن خلال اقتناء توردا والموقع الجديد في دبي، ستقوم مجموعة فلينت بخدمة هؤلاء العملاء والمشاركة في نمو السوق.

**هل تخططون لمزيد من مراكز التوزيع والمخازن عبر أنحاء المنطقة؟**

ليس في هذا الوقت، حيث أن موقعنا في دبي لديه الإمكانيات الكاملة لتزويد العملاء في المنطقة بأسرها.

**هل تستعدون للمشاركة في أي من الأحداث أو المعارض الرئيسية القادمة في الشرق الأوسط؟**

**كيف تخططون للإستفادة من مرفق توردا والمعرفة المحلية؟ وما هي خططكم لموقع توردا؟**

لقد افتتحت توردا موقعها الجديد في دبي منذ عام واحد فقط، ويتمتع المرفق بإمكانيات شاملة لتصنيع أحبار التغليف لجميع القطاعات وهو يدعم العملاء من خلال مختبر مجهز بالكامل. ومع التأسيس الحالي، نستطيع على سبيل المثال متابعة جميع الفحوصات لإدارة الألوان أو دمج الدرجات وفقاً لمتطلبات العملاء. وخلال الأشهر القادمة نخطط للإستثمار في معدات إضافية لزيادة كفاءتنا التقنية. لذلك فإن الموضع المحلي لشركة توردا والخبرة التي تدعمها وكذلك التقنية والمعرفة التي تمتلكها مجموعة فلينت معاً يمثلان الحل الأمثل لزيادة رضا العملاء وتحسين كفاءات خدماتنا في منطقة الشرق الأوسط.

التطورات المثيرة للإهتمام للعرض في موقعنا! يعتبر هذا الإستحواذ أحدث الخطوات التي اتخذتموها لتحسين حصتكم في سوق أحبار التغليف. هل هذا يعني أنكم ستنتهجون إلى التغليف في المستقبل بدلاً من المطبوعات؟

قطعا! لا توفر مجموعة فلينت حالياً خدمات

نعم. لقد حجزنا كشك في معرض الطباعة والتغليف الخليج ٢٠١١ (جلف برينت) الذي سيعقد في الفترة من ١٤ إلى ١٧ مارس ٢٠١١ في دبي. وهذا هو الحدث الوحيد المخصص لأسواق الطباعة والتغليف في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وسوف نكون سعداء للترحيب بالمطابع وشركاء الصناعة هنا. وبالتأكيد سيكون لدينا بعض التطورات المثيرة للإهتمام للعرض في موقعنا!



السيد وليد فارس، المدير التنفيذي (مؤسسة سييد لاين للتجارة)، والسيد أوكثاني أوزسران، المدير الإقليمي للمبيعات (شركة هوهنر ماشينين باو المحدودة)

**hohner**  
perfection in postpress

## منتجات شركة هوهنر ماشينين باو المحدودة متوفرة الآن في الأردن والعراق

لقد تم تعيين سييد لاين للتجارة من قبل شركة هوهنر ماشينين باو المحدودة كموزعها الحصري لأسواق الأردن والعراق والمرخص لها ببيع كامل مجموعة ماكينات شركة هوهنر ماشينين باو المحدودة في السوق الإقليمية. وتتخذ شركة سييد لاين من عمان، الأردن مقراً لها وهي مؤسسة تجارية ديناميكية ذات ١٣ عاماً من الخبرة في مجال صناعة الطباعة. وعلى الوجه الآخر، فإن شركة هوهنر ماشينين باو المحدودة هي شركة هندسية متخصصة في تصميم وتصنيع ماكينات التدبيس وخطوط التجميع والتدبيس الخاصة بالكتب والمجلات.



**Speed Line**

<http://www.slt-jo.com/>  
Email: info@slt-jo.com

ص.ب. ٢١١٤٤، عمان - الأردن، جبل الحسين، شارع خالد بن الوليد، مبنى مولينكس، الطابق الرابع، مكتب رقم ٤٠٣

هاتف: ٠٠٩٦٢ ٦٤٦ ١٠٧٠٨

فاكس: ٠٠٩٦٢ ٦٤٦ ١٠٨٠٧

## السعودية: دار اليوم للصحافة تعقد ندوة تدريبية حول جودة الطباعة

شاركت في البرنامج التدريبي أربعة عشر صحيفاً سعودية



للصحف، بعقد التدريب الذي شهد حضور ١٤ مهندساً من مختلف مطابع الصحف في المنطقة. وشملت المواضيع التي تم تغطيتها: "المتطلبات المعيارية والعامة لمواصفات ايزو ١٣٦٤٧-٢٠٠٥"، و "المهارات اللازمة لتحديد مصادر مختلفة من التغيرات في نوعية ما قبل الطباعة والصحافة"، و "معلومات عن متطلبات الجودة الأساسية للأحبار والورق"، إلى آخره. وتم تدريب المشاركون على كيفية تقييم وتحليل الأعمال المطبوعة، وكان من ضمن نتائج هذا التدريب اكتساب المشاركون الخبرة العملية في إعداد صفائح الطباعة عن طريق CTP والمعايرة الصحفية.

وفي اليوم الأخير من البرنامج التدريبي قام سعيد هلال الغامدي، مساعد المدير العام، بشكر جميع الأطراف التي ساهمت في نجاح الحدث، ووجه شكر خاص للرعاة الرسميين للبرنامج التدريبي - مجموعة هوبر الدولية، وأكد الغامدي أهمية التدريب التقني من هذا النوع في تعزيز مهارات وكفاءات الموظفين في صناعة الطباعة سواء كان محلياً أو في منطقة الخليج العربي. وفي نهاية البرنامج، قام الغامدي وشفارتز بتوزيع الشهادات على المشاركين في الدورة الدراسية.



قدرات الموظفين في صناعة الإعلام بالمنطقة، وتحدث عن الدور القيادي التي اتخذته دار اليوم للصحافة أثناء هذه العملية. وأضاف الحميدان: "نحن حريصون جداً على توفير أفضل منتجات ووسائل الإعلام، من خلال تكوين الشراكات مع المنظمات المحلية والعالمية". وحضر مراسم افتتاح الندوة المدير العام لهابديلبرج الشرق الأوسط، والوكيل الحصري الذي يمثل مجموعة هوبر الدولية في المملكة. وشكر زيد الجهني، الراعي الرسمي للبرنامج التدريبي، دار اليوم للصحافة لتنظيم هذا الحدث، بينما قام مورتنز شفارتز، استشاري أول في الإتحاد العالمي

أعلن مركز اليوم للتدريب والتنمية، بشراكة مع الإتحاد العالمي للصحف، عن إكماله لبرنامج تدريبي في جودة الطباعة والذي أجري في مكاتبتهم الرئيسية في الدمام بالسعودية. وكان الهدف من هذا الحدث الذي يعتبر الأول من نوعه في منطقة الخليج العربي، تعزيز صناعة الإعلام الإقليمية من خلال دورة تدريبية كهذه، ولا سيما قطاع الطباعة. وفي بداية البرنامج التدريبي أشار صالح الحميدان، المدير العام في دار اليوم للصحافة والذي يشغل أيضاً منصب عضو مجلس إدارة في الإتحاد العالمي للصحف، إلى فائدة هذه النوعية من البرامج في تطوير

Highlight

## الإمارات: صحف المسار للطباعة تفوز بجوائز جودة الطباعة

حصدت صحف البيان، والإمارات اليوم، وإميرتس بننس ٢٤/٧ التابعة لمؤسسة دبي للإعلام جوائز جودة الطباعة



الموظفين في المؤسسة على استخدام هذه التقنيات العالية للحصول على أفضل النتائج بما يتماشى مع معايير الجودة التي تؤهل للمشاركة والتنافس في هذه المسابقة، وتقديم ما يفيد المتلقي.

وخضعت الصحف المشاركة لعملية تقييم بالغة التعقيد والدقة، تبدأ بالمواد الخام بما فيها الورق والأحبار وكل تفاصيل ضمان جودة الصحيفة وتطبيقها قواعد ومقاييس "الآيزو".

ويذكر أن "أفرا" هي أكبر منظمة عالمية رائدة في مجال الصحافة والنشر الصحافي، تأسست منذ ٣٥ عاماً، ومقرها الرئيسي في ألمانيا، ويبلغ عدد أعضائها أكثر من ٣٠٠٠ صحيفة ومؤسسة نشر في أكثر من ٨٠ دولة حول العالم.

المطبوعات العالمية في دول مختلفة من جميع القارات. والتقييم من قبل هذه المنظمة العالمية مهم جداً لصحفنا المحلية لتعزيز مكانتها في تقديم مطبوعات ذات جودة عالية ترضي تطلعات القارئ، الأمر الذي يحفز شركات الإعلان على التعامل مع مثل هذه المطبوعات التي تهتم بالقارئ عبر جودة مطبوعاتها.

وجاء الفوز بهذه الجائزة الإستثنائية بعد الإستثمارات والجهود التي بذلتها مؤسسة دبي للإعلام في تطوير المطبوعات واستحداث وسائل التقنية الجديدة وفق أعلى معايير الجودة العالمية التي تكفل طباعة فاخرة وذات جودة عالية، إضافة إلى إدخال معدات حديثة تسهل طباعة ثلاث صحف في آن واحد، إذ تم تدريب

أعلنت شركة المسار للطباعة والنشر عن فوز صحف البيان، والإمارات اليوم، وإميرتس بننس ٢٤/٧، التابعة لمؤسسة دبي للإعلام والتي تنشرها شركة المسار، بجوائز جودة الطباعة التي يمنحها النادي العالمي لطباعة الصحف التابع لمنظمة «أفرا» العالمية. وتم الإعلان عن الفائزون خلال حفل أقيم في مدينة هامبورغ الألمانية الإِسبوع الماضي، وحضره أكثر من ٢٠٠٠ مدير تنفيذي، و٦٢ رئيس تحرير على مستوى العالم.

وقال فيصل بن حيدر، المدير العام لشركة المسار للطباعة والنشر: «إن صحف مؤسسة دبي للإعلام تعد الصحف الأولى عربياً التي تفوز بهذه الجائزة العالمية، إذ تنافس على نيلها العديد من

## القاهرة: عقد معرض تكنو برينت الرابع في مصر

والخارج) والوكلاء التجاريون. أما الصالة الثالثة فسوف تعرض ما يتعلق بخامات ومستلزمات وقطع غيار ومنتجات الوكلاء التجاريون، وستحتوي الصالة الرابعة على منتجات التعبئة والتغليف (المرننة وغير المرننة) وماكينات الطباعة للإستعمال الخارجي وكذلك منتجات الشركات الأجنبية والوكلاء التجاريون.

مجمع الصالات داخل مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات بمدينة نصر بالقاهرة، وهي الصالات أرقام ١، ٢، ٣، ٤.

وسوف تتضمن الصالة الأولى المطابع المختلفة لما قبل الطباعة والطباعة وما بعد الطباعة والوكلاء التجاريون، بينما ستشمل الصالة الثانية منتجات الدعاية والإعلان (في الداخل

أعلنت الجمعية التعاونية الإنتاجية لصناعات الطباعة ومستلزماتها «تاج» في القاهرة عن تنظيمها لمعرض تكنو برنت الرابع لصناعات الطباعة ٢٠١١، والذي سوف يستمر لمدة خمسة أيام خلال الفترة من ١٥ إلى ١٩ إبريل ٢٠١١.

وأعلنت أن المعرض سيشغل كامل مساحة

## دبي: الشركات الرائدة تؤكد مشاركتها في جلف برينت وبك ٢٠١١

ومن أبرز أحداث المعرض الورش العملية التي ستشمل حلقات نقاشية على مدى أربعة أيام

سوق التغليف في منطقة الخليج، وكذلك ورش عملية عن طباعة الكرتون وتقنية طباعة الأغلفة وعرض تعريفي عن الطباعة الرقمية وورشة عمل عن تقنية نفث الحبر.

وأوضح روجير بيلو، الرئيس الإداري لمعرض جلف برينت وبك: "نحن نتطلع إلى تواجدنا في دبي مع الزوار والعارضين الذين سيتمكنون من تكوين شركات جديدة وقيمة والإختلاط مع الآخرون في الصناعة وتوليد أعمال جديدة، وقد قمنا بتنظيم برنامج متميز للورش التعليمية صمم لمشاركة خبراتنا في صناعات الطباعة والتعبئة والتغليف، والذي سيثبت كفاءته العالية مع جميع الطابعات وآلات التحويل والمصنعين الذين سيحضروا معرض برينت وبك في مارس".

وسوف يعرض حدث هذا العام عدة ماكينات عاملة وسيشارك الكثير من العارضين الذين يخططون لإطلاق منتجاتهم الجديدة في معرض جلف وبك ٢٠١١، ومن المتوقع حضور الوفود من مختلف أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بما فيهم مصر والسعودية ولبنان وكينيا.

وسوف تعقد سلسلة من الورش العملية خلال الحدث والتي ستشمل حلقات نقاشية تمتد عبر الأيام الأربعة للمعرض؛ في اليوم الأول سيكون التركيز على صناعة التغليف المرن بينما سيتناول اليوم الثاني المواضيع المتعلقة بإنتاج الكرتون والصاديق. أما اليوم الثالث من المعرض فسوف يركز على طباعة العلامات والإنترنت واليوم الرابع على الطباعة الرقمية.

وستشمل الورش مواضيع عن الطباعة وإعادة تشكيل الأغلفة المرنة وحلقات نقاشية حول وضع

لقد تبقى خمسة أشهر فقط على موعد معرض الطباعة والتغليف "جلف برينت وبك" والذي سيعقد في مركز معارض دبي من ١٤ إلى ١٧ مارس، وقد بدأت صناعات الفنون التصويرية والطباعة الإقليمية تستعد لحضور أحد أهم الأحداث في مجال الطباعة التجارية والتغليف في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وبحسب منظمي الحدث فقد أكد العديد من قادة الصناعة الدولية مشاركتهم في المعرض - من بينهم كوداك ومجموعة فلينت ونيلبتر Nilpeter وإسكو آرتوروك EskoArtwork وأوير Auer وكولور بيت Colorbit الشرق الأوسط. وأضاف منظمي المعرض أن الشركات السعودية واللبنانية قد أبدت اهتماماً كبيراً حيث قد حجزت شركة الدانة للتغليف وشركة إنديفكو موقعهما في المعرض بالفعل.

## مصر: شركة زيرو تايم تستثمر في ماكينة أي چين ٤ حديثة

أعلنت شركة زيروكس مصر أن شركة زيرو تايم بالقاهرة قد استثمرت في ماكينة أي چين ٤

حديثة، ليصبح بذلك إجمالي عدد ماكينات الأي چين في مصر تسعة

٥٠٠ نسخة. وأكد المهندس وائل صديقي مدير تسويق الأنظمة الطباعية في شركة زيروكس مصر، بأن السيد محمد حامد وشركائه لديها تاريخ طويل مع زيروكس مصر، مشوار بدأ منذ عام ٢٠٠٣، حين كان الإستثمار في الطباعة الرقمية يعتبر من المجازفات العالية ولكن الرؤية المستقبلية لدى إدارة الشركة والإصرار على التميز حول المجازفة إلى أرباح مؤكدة.

ومنذ ذلك الوقت وحتى اليوم إستثمرت الشركة في العديد من الماكينات الرقمية، كانت البداية مع طراز الذي سي ١٢، ثم ماكينتين من طراز الذي سي ٢٥٠ في عام ٢٠٠٥، وماكينة دي سي ٧٠٠ في عام ٢٠٠٩ وأخيراً الماكينة الأعلى في المواصفات الأي چين ٤، والتي تقوم بالطباعة بسرعات تصل إلى ١١٠ فرخ بمقاس أكبر من الربع فرخ في الدقيقة الواحدة، وبدقة تسجيل طباعي تصل إلى ٢٤٠٠ نقطة في البوصة الواحدة.

وصرح بأن زيروكس مصر تعتبر بالأرقام والإحصائيات هي الشركة الأكثر إنتشاراً في مصر والمنطقة والعالم في مجال الطباعة الرقمية، وقد أدخلت هذه النوعية من الطباعة قبل أية شركة أخرى، وأنها نجحت في تشغيل أولي ماكينات الأي چين في مصر في عام ٢٠٠٦، ومنذ ذلك الوقت وصل عدد هذه النوعية من الماكينات إلى تسعة، وحققت كلها نجاحات غير مسبوقه داخل السوق المصري والذي يتزايد حجماً وكماً يوماً بعد يوم.

سكرين لإنتاج اللوحات واللافتات الإعلانية كبيرة الحجم باستخدام تقنيات النفث الحبري ذات عرض ثلاثة وخمسة أمتار.

وبعدها وفي عام ٢٠٠٦، دخل مجال الطباعة حيث أنشأ مطبعة مكة لطباعة الليثو أوفست مستخدماً مجموعة من الماكينات ذات المقاسات المتنوعة. وأخيراً وفي عام ٢٠١٠، قام وبالشراكة مع السيد لطيف بإنشاء شركة زيرو تايم المتخصصة في الطباعة الرقمية، حيث تم فيها وضع ماكينة الأي چين ٤ وقسم مصغر للتجليد والتشطيب السريع للكميات الصغيرة.

ويعتبر السيد محمد حامد من أقدم عملاء شركة زيروكس مصر، حين إستثمر في أول ماكينة رقمية في مصر من طراز الذي سي ١٢ في عام ٢٠٠٣. خلال هذه السنوات إكتسب السيد محمد وشركائه خبرات طويلة في التعامل الأمثل مع تقنيات الطباعة الرقمية وإبتكار العديد من التطبيقات الجديدة والفريدة والإقتصادية من خلالها.

وصرح السيد محمد بأن الطباعة الرقمية تعطي نتائج طباعية أفضل من التقنيات التقليدية ولا سيما في ثباتية الألوان ودرجاتها بين الطباعات وبعضها البعض في العملية الطباعية الواحدة، ويؤكد على أهمية الاهتمام بالجانب البشري والعمالة ومهاراتهم.

كما أكد أنه في مصر الآن أصبحت الطباعة الرقمية هي الأرخص في تنفيذ العمليات الطباعية وحتى



تأسست شركة زيرو تايم حديثاً في حي مصر الجديدة خصيصاً للطباعة الرقمية، وقد أنشأها السيد محمد حامد والسيد أشرف لطيف ولكنها تعد الرابعة في عائلة شركات فوتو سكرين.

بدأ السيد محمد حامد حياته المهنية مع الحاسبات الآلية من طراز الأبل ماكنتوش والبرامج التشغيلية الخاصة بها، وكان من رواد هذه النوعية من الأجهزة في مصر، وتخصص في التدريب عليها وعلى أنظمة النشر المكتبي التي ظهرت لأول مرة في تلك الفترة الزمنية.

وفي عام ١٩٩٦ دخل السيد محمد مجال التجهيزات الفنية ما قبل الطباعية حيث قام بإنشاء شركة فوتو سكرين لإنتاج الأفلام مفصلة الألوان. ثم في عام ٢٠٠٠ قام بإنشاء شركة بيج



جورج سمعان، مدير أعمال الطباعة ذات القطع الكبير لمجموعة الطباعة والتصوير في إتش بي الشرق الأوسط



إرنست غزام، مدير الأعمال التجارية لقسم حلول المشاريع والليزر في إتش بي الشرق الأوسط

مرة لإستعراض منتجاتهم المتخصصة في هذا الحدث، فإن معرض جيتكس هو منصة هامة لنقل المعلومات حول التكنولوجيات المختلفة. ونحن الآن لم نعد من المشاركين - لأن في عصر الانترنت لم نصبح بحاجة إلى أن نكون هناك، وبالتالي فنحن نذهب إلى جيتكس والمناطق الرئيسية كمتسوقين حيث نتوقع التفاعل المباشر مع المستخدم النهائي."

وقال مرتضوي في حديثه عن مبادرات الشركة لمكافحة التجارة في الطابعات الإستهلاكية المزيفة: "عندما يتعلق الأمر بالمواد الإستهلاكية فنحن ضد التزوير. ونعمل منذ فترة مع الحكومات في المنطقة لقيام حملات على المواقع التي تباع فيها المواد الإستهلاكية المزيفة. وقد تم مؤخراً مصادرة أكثر من 700,000 مادة في الإمارات العربية المتحدة وحوالي 300,000 في السعودية. وقد اكتسب التزام إتش بي تجاه البيئة قوة دافعة ملحوظة في المنطقة بسبب شراكتنا مع مدينة دبي للإنترنت، المركز الرئيسي للمعلومات والاتصالات في الشرق الأوسط، في إعادة تدوير خراطيش الطباعة. ويتوفر برنامج شركاء الكوكب إتش بي في أنحاء العالم - في أكثر من 50 دولة ومنطقة. ومنذ بداية البرنامج في عام 1991، قامت إتش بي بإعادة تدوير ما يزيد عن 320 مليون خرطوشة طباعية من إتش بي في أنحاء العالم مما يمثل جهود الشركة في الحد من التأثيرات البيئية للطباعة."

التجارية على الإنترنت؛ Portfolio.com ورويترز Reuters لأحدث الأخبار والمقالات؛ Daily Brief لأدوات العمل الأساسية في مكان موحد مثل الرومانية وقائمة الأعمال اليومية والأخبار من مجلات American City Business، وكذلك Biztree و DocStoc للوصول الفوري لنماذج مثل الفواتير والعقود والإيصالات والإتفاقيات القانونية والقوائم.

وفي حديثها عن مشاركة إتش بي في أسبوع جيتكس للتقنية لهذا العام، قالت سوزان هابس، نائب الرئيس والمدير العام لمجموعة الطباعة والتصوير الرقمي في إتش بي منطقة لشرق الأوسط والبحر الأبيض المتوسط وأفريقيا: "نقوم بعرض منتجات جديدة في جيتكس كل عام، وهناك رسائل مهمة كثيرة يجب تعلمها من هذا الحدث. فمن وجهة نظر المنتج نحن نستغل الفرصة للتحديث عن منتجاتنا الجديدة ونلقي الضوء على تقنية إي برينت، التي تستخدم نظام "كلاود" لمساعدة الناس على الطباعة من أي مكان أينما كانوا، ونحن نعتقد أن المستقبل يقع في المحتوى الرقمي وهذا ما سيركز عليه كل جهاز".

وفي غضون ذلك قال أمين مرتضوي، المدير العام لمجموعة الطباعة والتصوير الرقمي في إتش بي الشرق الأوسط، أن تركيز أسبوع جيتكس للتقنية بدأ ينتقل على القادمين حديثاً إلى السوق. وأضاف مرتضوي: "إذا ذهبنا إلى معرض جيتكس، تشاهد الكثير من الشركات الجديدة في السوق وهم جميعاً يظهرون لأول

أجهزة تهم ومتابعة أعمال إي برينت والبحث في تطبيقات الطباعة الجديدة وإرسال اقتراحاتهم. وأوضح جورج، مدير أعمال الطباعة ذات القطع الكبير لمجموعة الطباعة والتصوير في إتش بي الشرق الأوسط: "نحن نركز أيضاً على سوق الطباعة ذات القطع الكبير، وسوف نطلق منتجات جديدة في السوق وقد خططنا بالفعل لعقد مؤتمر صحفي بمناسبة الإطلاق لوسائل الإعلام ولمواعينا أيضاً. إن إتش بي هي شركة تستجيب حقاً لإحتياج السوق ومتطلبات العملاء ونحن نستخدم حالياً تقنيات الحوسبة لمساعدة الناس على تبادل الوثائق والطباعة من أي مكان، لذلك ستقوم سلسلة طابعات إتش بي الجديدة المتصلة بالإنترنت بمنح المستهلكين حرية الوصول إلى المحتوى والطباعة من أي مكان من دون جهاز كمبيوتر".

وتتضمن التطبيقات الطباعية الجديدة التي سوف تستخدم مع مجموعة طابعات إتش بي الجديدة المتصلة بالإنترنت: Yahoo! و msnbc.com وللأخبار اليومية Crayola و Kol.com لتلوين الصفحات ولأفكار أسرية ممتعة: ألبومات Picasa Web لطباعة الصور من حساب المستخدم الشخصي؛ برنامج PBS KIDS لتعليم الأطفال القراءة والكتابة وأنشطة الرياضيات والعلوم والذي يضم شخصيات محبوبة مثل جورج الفضولي؛ فيسبوك للطباعة من ألبومات المستخدم الشخصية أو من قائمة الأحداث؛ MapQuest للخرائط والإنتاجات؛ Artsonia للصور من أكبر متحف فني للأطفال؛ و Live Nation للوصول إلى تذاكر وعروض الحفلات.

وأضافت أليسا ساذرلاند، مدير مجموعة حلول الأعمال لنفت الحبر والإنترنت في إتش بي الشرق الأوسط: "لقد أطلقنا أيضاً مجموعة أدوات تطويرية لكي يتمكن مطورو التطبيقات من تطوير التطبيقات للنظام البيئي بأكمله. وحسب أقوال إتش بي، فسوف يستطيع العملاء من مختلف قطاعات الأعمال استخدام تطبيقات الطباعة عبر خدمات مثل: Marketsplash للوصول المختصر إلى طباعة المواد التسويقية المخصصة مثل الكتيبات والمنشورات؛ مستندات جوجل لتحويل الوثائق إلى هيئة رقمية (سكانيينج) إلى الإنترنت واستخدامها لاحقاً؛ و Box.net للسكانيينج وللمشاركة والإدارة والوصول إلى محتوى الأعمال

Highlight

للحصول على النسخة الإلكترونية أدخل إلى موقعنا

[www.meprienter.com](http://www.meprienter.com)

## الشرق الأوسط: المحتوى الرقمي هو المستقبل

قال كبار المسؤولين التنفيذيين في إتش بي أن الشركة سوف تركز الآن على منتجات الإنترنت الجاهزة، أثناء اجتماع المائدة المستديرة الحصري مع مجلة ME PRINTER



سوزان هايس، نائب الرئيس والمدير العام لمجموعة الطباعة والتصوير الرقمي في إتش بي منطقة لشرق الأوسط والبحر الأبيض المتوسط وأفريقيا



أليسا ساذر لاند، مدير مجموعة حلول الأعمال لنفث الحبر والإنترنت في إتش بي الشرق الأوسط



أمين مر تضيوي، المدير العام لمجموعة الطباعة والتصوير الرقمي في إتش بي الشرق الأوسط

بالإنترنت من قبل منصة للإعلانات الرقمية الطباعية التي يمكن تفعيلها من شركائنا في التطبيقات الطباعية. ويمكن للعملاء الحصول على المحتويات الاستثنائية دون أي تكلفة إضافية وتستطيع العلامات التجارية إضافة القيمة لجمهورها عن طريق ملاء المحتويات الطباعية المختارة برسائل مخصصة ومن خلال العروض والمعلومات مثل الكوبونات أو الخدمات المحلية. فإن منصة إتش بي إي برينت تسخر تقنية "كلاود" لكسر حواجز المسافات والإنترنت ومساعدة الناس على إرسال الملفات التي تريد طباعتها من الأجهزة النقالة.

يسمح جهاز إي برينت الجديد من إتش للناس الطباعة في أي زمان ومكان، سواء كانت رسومات طفولية من جهاز "آي باد" أو عرض تقديمي يحتاج مسؤول تنفيذي إرساله من القطار من هاتفه الذكي بلاكيري أو بالم بري، حتى يطبع ويأخذ من إحدى مكاتب فيديكس. فإن كل طباعة إي برينت من إتش بي تتميز بعنوان بريد إلكتروني فريد بها وبسيط يمكن المرسل من توصيل المطبوعات بنفس الطريقة التي يرسل بها الرسالة الإلكترونية. ويمكن للعملاء إرسال وثائق للطباعة من خلال تطبيق إتش بي إي برينت المحمول على جهاز الهاتف الذكي إلى المنزل أو المكتب أو مكان الطباعة العامة مثل فندق أو مكتب فيديكس. وسوف يستطيع العملاء أيضاً إرسال وثائق مايكروسوفت أوفيس، وملفات أدوبي PDF، وصور JPEG، وغيرها الكثير. فإن إتش بي إي برينت سنتر يعتبر مركزاً على الإنترنت متوفر لجميع عملاء إتش بي لإستكشاف الخدمات الجديدة وتخصيص تجربتهم الطباعية. فعلى سبيل المثال يستطيع الناس تسجيل منتجاتهم وتلقي التحديثات وفقاً لتفضيلاتهم وكذلك تكوين

ووفقاً لإرنست عزام، مدير الأعمال التجارية لقسم حلول المشاريع والليزر في إتش بي الشرق الأوسط، فإن منتجات إتش بي التي تدعم تقنية إي برينت توفر سهولة في الاستخدام. وأضاف عزام: "هذا يعني أنه لا حاجة للمرور بعملية التثبيت أو إضافة الدرايفر إلى نظامك إلى آخره وتوفر هذه المنتجات أيضاً ميزة التنقل التي يحتاجها الجميع اليوم سواء كان ذلك المستخدم المنزلي أو المسافر المهني. وبالطبع هذه المنتجات توفر وظائف التعاون حيث يستطيع الكثير من الناس من مختلف أنحاء العالم إجراء التعديلات الخاصة بهم في الملفات والمجلدات المشتركة ثم مشاركة هذه التغييرات مع بعضهم البعض".

ولعرض هذه الحلول الجديدة أعلنت إتش بي مؤخراً عن مجموعة كاملة من الطابعات الشاملة والمدعومة من الإنترنت e-All-in-One printers للإستخدام المنزلي أو العملي والتي يبدأ سعرها من 99\$ دولار أمريكي. وستكون أول طابعات قادرة على "التحدث" مع جوجل "كلاود" دون الحاجة إلى جهاز كمبيوتر ذو بروكسي محلي أو تطبيق لشبكة الإنترنت، وبالتالي سوف يستطيع الناس الوصول مباشرة إلى مستندات جوجل والصور والرومانا عن طريق طابعاتهم. وستتوفر أيضاً مجموعة جديدة من التطبيقات الطباعية المختارة من شركاء مثل Yahoo و msnbc.com و Facebook و Live و Nation و Crayola و Reuters و DocStoc وألبومات Picasa Web. وفي حين أن هذه المنتجات متوفرة بالفعل في الولايات المتحدة، إلا أنه إطلاقها في السوق المحلي قد يستغرق بعض الوقت، كما قال أحد ممثلي إتش بي الشرق الأوسط.

وتدعم منتجات وخدمات إتش بي المتصلة

استطاعت مجلة ME Printer مؤخراً مقابلة كبار المسؤولين التنفيذيين في إتش بي الشرق الأوسط من خلال اجتماع المائدة المستديرة الحصري ومناقشة استراتيجيات الشركة لتقنية إي برينت (ePrint) وسوق الطباعة ذات القطع الكبير وصناعة الطباعة بشكل عام. وكان من بين المدراء التنفيذيين الذين شاركوا في المناقشة: أمين مرتضيوي، المدير العام لمجموعة الطباعة والتصوير الرقمي في إتش بي الشرق الأوسط؛ سوزان هايس، نائب الرئيس والمدير العام لمجموعة الطباعة والتصوير الرقمي في إتش بي منطقة لشرق الأوسط والبحر الأبيض المتوسط وأفريقيا؛ جورج سمان، مدير أعمال الطباعة ذات القطع الكبير لمجموعة الطباعة والتصوير في إتش بي الشرق الأوسط؛ إرنست عزام، مدير الأعمال التجارية لقسم حلول المشاريع والليزر في إتش بي الشرق الأوسط؛ وأليسا ساذر لاند، مدير مجموعة حلول الأعمال لنفث الحبر والإنترنت في إتش بي الشرق الأوسط.

وكشفت إتش بي في الشهر الماضي عن فئة جديدة من الحلول التي تدعم الطباعة من الإنترنت والمصممة لإستخدام "كلاود" الذي لأول مرة سيمكن الناس من الطباعة المباشرة من أي جهاز ذو بريد إلكتروني إلى الطابعات ذات خاصية إي برينت من أي مكان في العالم، وهذا من خلال منصة إي برينت الجديدة من إتش بي. وسوف تمكن أيضاً هذه التقنية المستخدمين من تخزين الوثائق والملفات في "كلاود" والطباعة المباشرة عند الحاجة، وتحويل طابعاتهم إلى منابر للنشر والتي يمكن من خلالها تخصيص تطبيقات الطباعة وتنظيم أوقات وصول المحتويات وكذلك إدارة وتخصيص تجربتهم بالكامل من خلال إتش بي إي برينت سنتر.

# Highlight

## مصر: انتخاب د.عهدي فضلي رئيساً لغرفة الطباعة بالاجماع ودعوة مجلس الإدارة للنهوض بصناعات الطباعة وإيجاد حلول عاجلة لمشاكل الأعضاء



من اليمين: المهندس الدكتور محمد عهدي فضلي، خالد عبد العزيز، مهندس محمد تيمور عبد الحسيب، الدكتور أحمد حسام الدين عبد الرحمن، أحمد عاطف عبدالرحمن، المهندس زهير محمد حسب النبي

المحافظات علي مستوى الجمهورية للتعرف علي مشاكلهم ودعوة كبار المسؤولين عن الصناعة والضرائب والتعليم لإيجاد حلول جذرية لها. وحول الكتاب المدرسي وحقوق المطابع الخاصة في الاشتراك في طباعته أكد د.عهدي فضلي أن الغرفة ستقوم بمبادرة لوضع معايير محددة تعرض علي وزير التربية والتعليم لاعتمادها ومن يخالف هذه المعايير من المطابع الصحفية أو الخاصة تطبق عليه الجزاءات الواردة فيها.

وكامل حنفي عمران اعضاء وتم اختيار كل من أحمد عاطف رئيس الغرفة السابق والمهندس زهير حسب النبي رئيس هيئة المطابع الاميرية مستشارين لمجلس الإدارة. وصرح الدكتور محمد عهدي فضلي رئيس الغرفة عقب الانتخابات أنه سيعرض علي مجلس الإدارة في أول اجتماع الاسبوع القادم سلسلة مشروعات طموحة للنهوض بصناعات الطباعة باعتبارها شريكا أساسيا لجمع الصناعات في مصر. وأوضح أنه سيتم الاتصال بأعضاء الغرفة في

تم بالاجماع انتخاب الدكتور مهندس محمد عهدي فضلي رئيس مجلس إدارة دار أخبار اليوم رئيساً لغرفة صناعات الطباعة باتحاد الصناعات المصرية. كما تم انتخاب كل من المهندس محمد تيمور عبدالحسيب المشرف علي قطاع الطباعة بمؤسسة الأهرام وخالد عبدالعزيز مرسي ود.أحمد حسام الدين عبدالرحمن نواباً لرئيس المجلس.

وتم استكمال هيئة مكتب الغرفة بانتخاب كل من تامر كمال فتح الله خضر وهاني سليم عزيز

## السعودية: شركة عباقر للطباعة تختار هيدلبرج مرة أخرى

تستثمر الشركة التي تمتلك سلسلة من معدات هيدلبرج في ماكينة سيبيدماستر ١٠٢



كذلك قد أثبتت ماكينة سيبيدماستر من هيدلبرج شعبيتها في المملكة. وتعتبر سيبيدماستر بريفكتور إس إم ١٠٢ أحدث الأجيال لنموذج هيدلبرج ١٠٢ الذي يطبع على جانبي الورقة في مرور واحد. ومن أبرز خصائص سلسلة إس إم ١٠٢ الجديدة هي "بريست بلاس فيدير" (Preset Plus Feeder) القادر على استيعاب الأحجام المختلفة للورق. وأوضح ناصر الجربوع: "لقد بدأنا عملنا في قطاع الطباعة والنماذج التجارية منذ أكثر من ٢٠ عاماً وقد شهدنا منذ ذلك الحين نمواً في هذه القطاعات. والآن فقد أصبحنا محطة واحدة لعملائنا المميزون في القطاعات المصرفية وقطاع الاتصالات ولدينا خمسة مواقع إنتاجية في المدينة الصناعية الثانية بالرياض الطباعة التجارية، ورق الكمبيوتر والملصقات، الشيكات المصرفية، الظروف، والبطاقات البلاستيكية. ولقد قررنا دمج أعمالنا الإنتاجية في مقر واحد - في مدينة العبيكان الصناعية التي تقرب من موقعنا الحالي. وسوف يمكننا هذا من توفير خدمات أفضل لعملائنا بطريقة فعالة وبالتالي الاستفادة من التكامل والخدمات المساندة المتنوعة بين قطاعات أعمالنا المختلفة"

الوكيل الحصري لشركة هيدلبرج بالسعودية، التي تخدم احتياجاتنا المختلفة من حيث الدعم والصيانة والخدمات الاستشارية وتلقينا خدمات ممتازة لمختلف تطبيقاتنا في الطباعة التجارية والبطاقات البلاستيكية وإنتاج الظروف". وتعتبر الشركة اليوم شبه مأوى لهيدلبرج حيث أن لديها مجموعة واسعة من معدات هيدلبرج العاملة في مقر الشركة من بينهم ماكينتان سيبيدماستر ١٠٢ - الأولى ذات ٤ ألوان والثانية من نوع بريفكتور ذات ٥ ألوان، بالإضافة إلى سيبيدماستر إكس إل ٧٥ ومكينتين من نوع SORM. وتملك الشركة أيضاً نظام سوبرا سيتير CTP وحلول "بولار" المتكاملة لقطع الورق وتجهيزه. وأكد ناصر الجربوع أن الإقتصاد السعودي قد أثبت قوته وسط الظروف المضطربة في السوق، ولم تبدي سوق الطباعة السعودي حتى الآن أية بوادر على التباطؤ نتيجة للركود الإقتصادي العالمي بل على عكس ذلك، قد تمت بعض من أكبر الإستثمارات في معدات الطباعة خلال الأشهر الماضية. وأضاف قائلاً: "ما زال الإقتصاد السعودي ينمو مع عائدات النفط المنتظمة وزيادة الإنفاق الحكومي وقطاعات السوق الاستهلاكية المتنامية."

قامت شركة عباقر للطباعة التي تتخذ من السعودية مقراً لها بالإستثمار في الماكينة الحديثة سيبيدماستر إس إم ١٠٢ ذات ٥ ألوان. وتم توقيع صفقة شراء المطبعة الجديدة في يوليو ٢٠٠٩ وبالفعل تم تسليم الجهاز إلى الشركة لتزكيبها وتشغيلها.

وفي حديث خاص مع مجلة ME Printer حول هذه التطورات، قال ناصر الجربوع، الرئيس التنفيذي لشركة عباقر للطباعة: "نتوقع من المطبعة الجديدة أن تضيف الطاقة الإستيعابية اللازمة للإنتاج لدينا وسوف يلبي هذا مطلبنا الإضافية في الطباعة التجارية وإنتاج الظروف، فنحن لدينا في المصنع ماكينة هيدلبرج سيبيدماستر إس إم ١٠٢ ذات ٥ ألوان والتي أثبتت قدرتها على تلبية احتياجاتنا ومتطلبات عملائنا، وسيعطينا هذا التكوين المرنة المثلى لتلبية متطلبات السوق لهذا الحجم".

ووفقاً لناصر الجربوع، سوف تستهدف المطبعة الجديدة عملاء الشركة الحاليين من قطاع البنوك وقطاع الاتصالات. وأضاف قائلاً: "تجد في معدات هيدلبرج الجودة والمتانة والمستوى العالي من الخدمة المحلية. وقد أقمنا شراكة قوية مع شركة إبراهيم الجفالي واخوانه لأنظمة الطباعة،



إسكندر جهانباني  
رئيس التحرير

يركز هذا العدد على صناعة الصحف فنحن دائماً ما نخصص عدد واحد خلال السنة من أجل صناعة الصحف. وعبر الأشهر الماضية وخصوصاً بعد مرور المنطقة بالأزمة الاقتصادية العالمية. سمعنا بمحادثات وتوقعات تزعم بأن صناعة الصحف في طريقها إلى الإنحدار.

ويمكنك استخدام هذا العدد من مجلة ME Printer كمقياس يعتمد عليه لصحة صناعة الصحف في منطقتنا. فقد تحدثت ME Printer مع كبار ناشرو الصحف والخبراء عبر منطقة الشرق الأوسط الذين شاركوا توقعاتهم في هذا الشهر. وبناء على آرائهم، نستطيع أن نستنتج بأن الصحف اليومية لا تزال تتمتع بقدر جيد من القراء.

وقد استغلت الصحف الإقليمية التقنيات المتطورة لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين. ومن أبرز الصحف التي حققت نجاحاً كبيراً هي صحيفة البيان وصحيفة الإمارات اليوم وصحيفة إيمرتس بنس ٢٤/٧ ومسار للطباعة والنشر. فقد فازوا بجائزة جودة الطباعة من النادي العالمي لجودة ألوان الصحف التابع لمنظمة "أفرا". وفي هذا العدد يمكنك قراءة المقال الكامل ومقابلتنا الحصرية مع فيصل بن حيدر، المدير العام لشركة مسار. فإن إنجاز "مسار" المؤخر هو مثال واضح على المكانة التي تتمتع بها دار النشر وعلى تميزها في إنتاج الجودة العالية من خلال التفاني وجهدها في العمل. ويشمل العدد أيضاً سلسلة من المقابلات الشيقة مع كبار المسؤولين التنفيذيين في إتش بي وهايدلبرج ومجموعة فلينت للأخبار.

وأخيراً، وبالتأكيد ليس آخراً، يمكنك قراءة مدونات رحلتي في مدينة الكتاب التي تقع في باجو بكوريا، حيث تساعد الجماليات المعمارية على ازدهار صناعة الطباعة. وتعتبر مدينة الكتاب باجو المدينة الصناعية الوحيدة في كوريا التي تأسست من قبل القطاع الخاص والتي يديرها حالياً اتحاد غير حكومي يسعى إلى تطوير صناعتي النشر والثقافة في كوريا.

كذلك نحن نمر بالربع الأخير من عام ٢٠١٠ ونشعر بالتفاؤل تجاه العام المقبل ٢٠١١، حينما ستدخل صناعة الفنون التصويرية الإقليمية فترة انشغال وحركة مع انطلاق معرض جلف برينت وبالك، ومعرض دروبا ٢٠١٢. لذلك ترقبوا المزيد قريباً !

## الصحف اليومية في هذه المنطقة لا تزال تتمتع بقدر جيد من القراء

## مساهمات اجتماعية

## فلسطين: إطلاق مشروع خلق فرص عمل في قطاع المطابع

وأضاف 'تراجع الدور التجاري لمدرسة الأيتام بعد الاحتلال الإسرائيلي، وكانت تعتمد عليها وزارة التربية الأردنية في طباعة الكتب المدرسية، ولكن دورها المهني لم يتراجع، وأخذت على عاتقها تطوير مهنة الصناعة بإعداد منهج جديد تركز فيه على التعليم النظري، لافتاً لإقراها منهجاً بالتعاون مع وزارة التربية لتخرج طلاب ثانوية عامة في موضوع الطباعة.

وعرض مدير جمعية مركز المؤسسات الصغيرة، للمشروع، والذي يهدف لتعزيز الميزة التنافسية والقدرة التشغيلية للمطابع، من خلال تطوير القدرات الفنية والإدارية للعاملين وتأهيل خريجي كليات مهنية للعمل في مجال الطباعة.

وسيستفيد من هذا المشروع حوالي ١٠٠ منشأة طباعة في فلسطين، ويستهدف خريجي الكليات المهنية والصناعية في قطاع المطابع وبشكل خاص خريجي دار الأيتام الإسلامية.

يشار إلى أن ٧٨٠ موظفاً يعمل في قطاع المطابع، في ١٨٢ مؤسسة، ويحيزون على ٩٥٪ من الحصة السوقية، في حين يبلغ حجم مبيعات هذا القطاع ٣٧ ألف دولار، ويبلغ عدد أعضاء الاتحاد الفلسطيني للصناعات الورقية ١٧٠ عضواً في الضفة الغربية.

الأعرق في قطاع الطباعة في فلسطين. ووصف عضو مجلس الإدارة في الاتحاد العام للصناعات الورقية حسام حجاوي، المشروع بأنه في غاية الأهمية حيث أنه 'يساهم في بناء البنية التحتية للعاملين في قطاع المطابع، ويقوم على آلية الاهتمام في التلمذة المهنية الصناعية، التي تمكن من الربط بين الكليات والمدارس المهنية الصناعية والقطاع الخاص، والذي يعتبر الركيزة الأولى لبناء اقتصاد وطني ومستقل'.

وقال 'يشغل قطاع الصناعات الورقية حيزاً مهماً في الاقتصاد الوطني، من زاوية الاستثمار وتشغيل اليد العاملة، والخدمات الواسعة التي يقدمها لكافة القطاعات الاقتصادية'.

ورحب مدير مدرسة دار الأيتام الإسلامية الصناعية، عمر غرابلة بالمشروع، والذي يستهدف طلاب الطباعة والتجلد والتصميم الجرافيكي في المدرسة.

ورأى غرابلة، أن هذا المشروع كأنه مفصل لهم، ويستفيدون منه بصورة كبيرة، وسيوفر فرص فورية للطلاب في سوق العمل.

وقال 'مدرسة دار الأيتام الأولى في فلسطين وعلى مستوى العالم في موضوع الطباعة، وخرجت الآلاف إلى سوق العمل، وبدأت العمل في العام ١٩٢٢'.



أعلن في مدينة رام الله عن إطلاق مشروع خلق فرص عمل في قطاع المطابع

يعتبر المشروع نتيجة تعاون بين الاتحاد الفلسطيني للصناعات الورقية، وجمعية مركز المؤسسات الصغيرة، وقد قامت بتمويله مؤسسة التعاون والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي. وتبلغ ميزانية المشروع حوالي ٢٠٠ ألف دولار، ومدته عام واحد بدءاً من أغسطس ٢٠١٠ وحتى يوليو ٢٠١١.

ويستهدف المشروع العاملين في المطابع، بمنحهم برامج تدريبية لتطوير قدراتهم الإدارية والمهنية، ومدرسة دار الأيتام العلمية والصناعية ذات التاريخ

## ME Printer FZ L.L.C

ص.ب. ٥٠٢١٨٣، مدينة دبي للإعلام  
دبي، الإمارات العربية المتحدة  
هاتف: +٩٧١ ٤ ٣٩١ ١٢ ١٠  
فاكس: +٩٧١ ٤ ٣٩٠ ٩٥ ٦١  
البريد الإلكتروني: info@mepriinter.com  
موقع الإنترنت: www.mepriinter.com

مدير النشر للمجموعة  
مرتضى كريميان

## هيئة التحرير

رئيس التحرير

إسكندر جهانباني

alex@mepriinter.com

المحرر التقني - القسم العربي

د. جورج نوبار سيمونيان

g.simonian@mepriinter.com

المحرر التقني - القسم الإنجليزي

رود هايز

rhayes@mepriinter.com

المحررون

هبة موسى

+٩٧١ ٤ ٣٩١ ١٢ ٠٨

hiba@mepriinter.com

دنيس ماثيو دانيال

+٩٧١ ٤ ٣٩١ ١٥٩٨

english@mepriinter.com

د. يونس شكرخه

younes@mepriinter.com

المختصون المشاركون في التحرير

فرانك رومانو (الولايات المتحدة)

fxrppr@rit.edu

لوريل برنر (المملكة المتحدة)

lb@digitaldots.org

مدير شؤون العملاء

برابولا جاندران بي أم

+٩٧١ ٤ ٣٩١ ١٢ ٠٧

sales@mepriinter.com

مصمم جرافيك

بي درويش

+٩٧١ ٤ ٣٩١ ١٢ ٠٦

studio@mepriinter.com

الإعلانات

+٩٧١ ٤ ٣٩١ ١٢ ١٠

mepriinter@mepriinter.com

توجه المراسلات إلى العنوان التالي:

ME Printer

مجلة ME Printer

ص.ب. ٥٠٢١٨٣، مدينة دبي للإعلام

بناية رقم ٩، مكتب رقم ٢١٤

دبي، الإمارات العربية المتحدة

mepriinter@mepriinter.com

طبعت في مطبعة أطلس

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة

مجلة ME Printer الشريك الإعلامي الرسمي

## قصة الرحلة

مدينة الكتاب باجو ٥٥

رحلة إلى قلب صناعة نشر الكتب الكوري يرى الكثيرون أن مدينة الكتاب التي تقع في منطقة باجو في كوريا، هي "أرض الآمال". وقامت مجلة ME Printer بزيارة هذا المكان للحصول على نظرة أولية على الموقع، الذي تم إنشائه ليصبح مكاناً مخصص للتخطيط وإنتاج وتوزيع الكتب المطبوعة من قبل الناشرين الطموحين - إسكندر جهانباني

## الملف

صناعة الصحافة ٥٣

هل تهدد وسائل الإعلام الحديثة قطاع الصحف؟

تهدد التطورات التي حدثت مؤخراً في وسائل الإعلام الحديثة والإلكترونية قطاع الصحف العريق، فبالرغم من حصول التلفزيون والإنترنت على فئة كبيرة من المشاهدين، إلا أن الصحف ما زالت تحظى بأكبر عدد من القراء لمضمونها الموثوق به

هل حان الوقت للتحول الرقمي؟ ٤٩

الصحف الإقليمية تصرح بأن الإنترنت أصبحت قوة يجب التعامل معها

تحدثت مجلة ME Printer مع سبعة صحف في الشرق الأوسط وقد صرح مدراءها بأرائهم حول ما إذا كان مستقبل الصحف مظلم

## تقنيات حديثة

ماكينات الطباعة المهجنة Hybrid Presses ٤٦

د. جورج نوبار سيمونيان

## الأخبار

- ١٣ فلسطين: إطلاق مشروع خلق فرص عمل في قطاع المطابع
- ١٢ مصر: انتخاب د.عهدي فضلي رئيساً لفرقة الطباعة بالاجماع ودعوة مجلس الإدارة للتهوض بصناعات الطباعة وإيجاد حلول عاجلة لمشاكل الأعضاء
- ١٢ السعودية: شركة عباقر للطباعة تختار هيدلبرج مرة أخرى تستثمر الشركة التي تمتلك سلسلة من معدات هيدلبرج في ماكينة سيديماستر ١٠٢
- ١١ الشرق الأوسط: المحتوى الرقمي هو المستقبل قال كبار المسؤولين التنفيذيين في إتش بي أن الشركة سوف تركز الآن على منتجات الإنترنت الجاهزة، أثناء اجتماع المائدة المستديرة الحصري مع مجلة ME Printer
- ٥٩ دبي: الشركات الرائدة تؤكد مشاركتها في جلف برينت وبك ٢٠١١ ومن أبرز أحداث المعرض الورش العملية التي ستشمل حلقات نقاشية على مدى أربعة أيام
- ٥٩ مصر: شركة زيرو تايم تستثمر في ماكينة أي جين ٤ حديثة أعلنت شركة زيروكس مصر أن شركة زيرو تايم بالقاهرة قد استثمرت في ماكينة أي جين ٤ حديثة ليصبح بذلك إجمالي عدد ماكينات أي جين في مصر تسعة
- ٥٨ الإمارات: صحف المسار للطباعة تفوز بجوائز جودة الطباعة حصدت صحف البيان، والإمارات اليوم، وإميرتس بزنس ٢٤/٧، التابعة لمؤسسة دبي للإعلام جوائز جودة الطباعة
- ٥٨ القاهرة: عقد معرض تكنو برينت الرابع في مصر
- ٥٧ السعودية: دار اليوم للصحافة تعقد ندوة تدريبية حول جودة الطباعة شاركت في البرنامج التدريبي أربعة عشر صحيفة سعودية
- ٥٦ الشرق الأوسط: التركيز على قطاعين رئيسيين - التغليف والمطبوعات مجلة ME Printer تتحدث مع أنتوني ميرفي، المدير التجاري والمدير العام في مجموعة فليت للتغليف والويب الضيق في الشرق الأوسط، حول استراتيجية الشركة في المنطقة بعد استحواذها على مرفق توردا