

Un pas înainte,
cu tine,
dintotdeauna

PRATI



THE LABEL INSPECTION
COMPANY



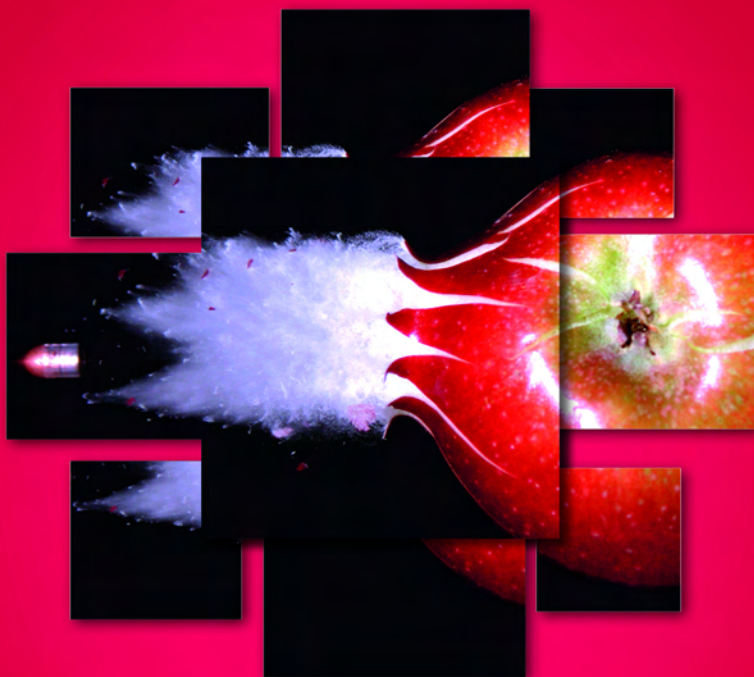
SATURN

www.praticompany.com
FLEXO-SOLUȚII DIN ITALIA

BULLETIN INFORMATIV

AFACERI
POLIGRAFICE

Nr. 18/5.06.07



Detalii incredibile. Imprimare la viteze incredibile.

Echipat cu noul **HP Designjet Z6100**, ieșiți foarte rapid în evidență. Cu o mașină de 4,5 ori mai rapidă* decât seria anterioară, puteți imprima acum imagini fotografice într-o fracțiune de secundă.

Sistemul de imprimare cu **8 culori pigment VIVERA** asigură imagini de maxim impact, rezistente la apă și la decolorare, pe o gamă diversificată de medii noi de imprimare.

HP Dream Color este tehnologia care vă facilitează **controlul perfect** al culorii, grație **spectrofotometrului profesional**** integrat.

Obțineți astfel imagini identice la fiecare reimprimare, chiar și pe imprimante diferite. În plus, **costul imprimării** nu va mai fi un mister: HP Designjet Z6100 vă raportează, detaliat, consumul de media, cerneală și timp pentru fiecare fișier tipărit.

Vă va fi ușor să vă surprindeți și să vă mențineți clienții!



HP Designjet Z6100

Disponibilă în versiuni de 42 și 60 inch (1067/1524 mm)

* 22,3 sqm la imprimarea full color, pe media foto, mod rapid

** spectrofotometrul i1 Color Technology de la X-Rite



Grup Transilvaie



A face un pas înainte în lumea flexo - pag. 3

Tehnologia tiparului

Efectul optic al luminii - pag. 4

Mărimi caracteristice în timpul dezvoltării - pag. 7

Influența duratei dezvoltării - pag. 9

Implementarea sistemului de management al calității

Avantajele certificării sistemului de management al calității - pag. 10

Pătrunderea pe Piața Europeană - pag. 12
Marcajul CE - pag. 12

Directivele Noii Abordări

și ale Abordării Globale - pag. 14

Directiva privind securitatea generală a produsului - pag. 15

Aplicabilitatea sistemului de management al calității - pag. 16

Conferința PrintPromotion „Soluții inovative pentru domeniul tiparului și ambalajelor” - Avangarda drupa 2008 Düsseldorf - pag. 17

ALGERNON desfășoară o promoție pentru toate produsele Siser - pag. 18

A face un pas înainte în lumea flexo

Într-o piață globalizată, în care calitatea și productivitatea devin două variabile din ce în ce mai importante, o investiție într-un slitter/rewinder trebuie să fie o alegere făcută cu atenție, având în vedere nu numai variabila "prețul" echipamentului, ci și precizia, fiabilitatea, calitatea componentelor (să nu se strice imediat!), capacitatea mașinii de a fi un utilaj versatil ... flexibil.

Aceste caracteristici fac dintr-un slitter/rewinder un echipament care poate, cu adevărat, să vă diferențieze de competitorii voștri.

Deja foarte multe firme din România au făcut o alegere clară, au ales calitatea, și azi sunt cele mai importante firme din țară, pregătite să intre pe piața europeană și, mai departe, pe piața mondială.

Dar ce înseamnă a face o investiție în calitate?

În primul rând, e fundamental să ai un utilaj echipat cu motoare capabile să garanteze atât precizia cât

și rezistența. Deci, este fundamental să ai motoare brushless, unica tehnologie capabilă să garanteze aceste două caracteristici. Grație acestei tehnologii e posibil a calcula, în mod exact, productivitatea mașinii (**precizia**) și, în plus, fiind fără perii, nu există uzură (acest lucru înseamnă **rezistență**).

Dacă introduceți senzori pentru a controla prezența defectelor (lipsă etichete, de exemplu) e bine ca mașina să fie capabilă să se oprească oricând, exact pe masa de conjuncție ... și să fie capabilă să garanteze același rezultat și peste 10 ani. Pentru aceasta există o singură soluție: o mașină echipată cu frâne cu praf magnetic.

Evident, un utilaj de acest tip trebuie să fie capabil să folosească fără probleme și material transparent.

Evident, un slitter/rewinder trebuie să permită folosirea și altor sisteme de inspecție, ca stroboscopul sau camera.

Sistemul de tăiere: sunt de preferat sisteme de tăiere la foarfecă (cu cuțite și contra-cuțite) capabile să taie orice fel de material (hârtie dar și

carton, film), fără a fi necesară schimbarea lor în funcție de acesta (de exemplu cu cuțite fixe atunci când schimbăm materialul) - deci, **un sistem de tăiere unic.**

Precizia: este necesar un sistem capabil să taie și rânduri de 13-14 mm, cu un rebut lateral de maxim 1-2 mm ... asta e precizia.

Când este posibil, mai ales dacă e vorba de o firmă mică, la început, ar fi bine ca slitter/rewinderul să aibă și posibilitatea de a fi echipat cu un grup de ștanțat.

Subliniez încă o dată importanța **PRODUCĂTORULUI:** e bine să luăm informații despre producător, să vedem mașina înainte să o cumpărăm, de preferat sunt acei producători care au vândut deja cu succes în țară, adică cu rezultate apreciate. Perfect ar fi dacă au un sediu sau o persoană de contact la care putem apela în caz de nevoie: service-ul e fundamental pentru că garantează investiția pe care am făcut-o.

Un sistem de finisare bine pus la punct garantează calitatea produsului final. Garantează satisfacerea clientului.

Într-o piață globalizată, "a face un pas înainte" înseamnă **a alege furnizori cu tehnologie de încredere.**

David Benerecetti
Prati Company

Tehnologia tiparului

Efectul optic al luminii

(continuare din numărul precedent)

Densitatea optică se exprimă prin logaritmul zecimal al opacității

$$D = \lg Q = \lg \frac{I_0}{I}$$

Din relațiile anterioare putem deduce că opacitatea imaginii va fi cu atât mai mare cu cât cantitatea de argint din imagine este mai mare, ceea ce înseamnă că

$$D = K' \lg Q'$$

Rezultă că:

$$\lg Q' = K \lg Q$$

În practică se preferă studierea relației dintre densitatea optică și cantitatea de lumină determinată prin analiza funcției

$$D = f(\lg E)$$

Reprezentarea grafică a acestei funcții poartă numele de **curbă caracteristică** sau **curbă de înnegrire a emulsiei fotografice.**

Curba caracteristică se trasează într-un sistem rectangular de coordonate: $\lg E$ (abscisa) și D (ordonata). Pentru trasarea curbei este necesar să se acționeze cu diferite expuneri asupra materialului, de fiecare dată fiind măsurată densitatea optică obținută.

Aceste expuneri variabile se pot obține modificând unul din termenii ce

definesc expunerea $E = I \cdot t$, fie iluminarea I , fie timpul de expunere t .

În fotoreproducere, pentru determinări se obțin rezultate suficient de precise prin folosirea așa-numitelor **clinuri sensitometrice**.

Clinurile sensitometrice folosite în procesele de fotoreproducere sunt de obicei clinuri cu variație în trepte a densității și se numesc în mod curent **scale de gri**.

Aceste scale sunt fie **opace** - folosite pentru fotografierea prin reflexie în aparatul de fotoreproducere (pentru originale opace), fie **transparente** - folosite la copierea prin contact.

Pentru trasarea curbei caracteristice sunt necesare valorile densității optice, care se găsesc prin măsurarea imaginii scalei de gri obținută după expunere și dezvoltare, cu ajutorul densitometrului. Densitometrele pot măsura densitatea prin **reflexie** sau prin **transparență**.

Principiul de funcționare a densitometrului (prin transparență sau prin reflexie) este același.

Trasarea curbei caracteristice în coordonate $\lg E$ și D presupune:

- măsurarea iluminării sub fiecare punct al scalei de gri folosită ca modulator de expunere, cu ajutorul luxmetrului;

- expunerea scalei pe material un timp precis determinat;

- prelucrarea imaginii fotografice (develope, spălare, fixare etc.);

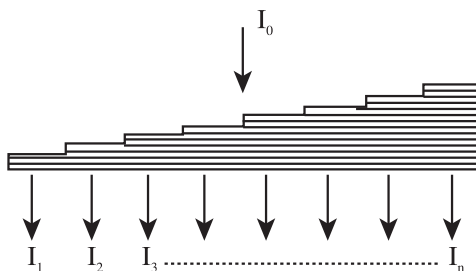
- măsurarea densităților fiecărui câmp al imaginii, obținute pe materialul expus;

- calculul produsului $I \cdot t$ pentru fiecare valoare a iluminării măsurate;

- calculul logaritmilor acestor produse;

- reprezentarea grafică a curbei.

În practică se preferă înlocuirea logaritmului densității direct cu valoarea densității câmpului scalei de gri copiate, operație posibilă din următoarele motive: atunci când lumina cu iluminarea I_0 cade pe scala de gri (vezi figura de mai jos), sub fiecare câmp de scală se vor obține iluminările $I_1, I_2, \dots, I_n$, materialul fiind impresionat cu expunerile $E_1, E_2, \dots, E_n$.



Variația iluminării sub scala de gri

Aceste iluminări depind însă de densitățile câmpurilor de scală sub care se obțin.

Deoarece în condițiile de lucru date, atât I_0 cât și t sunt constante (toate câmpurile scalei primesc iluminare și se expun aceluiași timp) expresia poate fi scrisă:

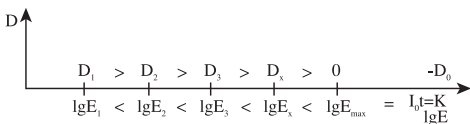
$$\lg E = K - Q$$

Pentru a diferenția densitatea optică obținută pe imaginea fotografică de densitatea optică a câmpului de scală sub care se obține, aceasta din urmă se va nota cu D_0 .

Curba caracteristică poate fi deci definită prin funcția echivalentă

$$D = f(-D_0)$$

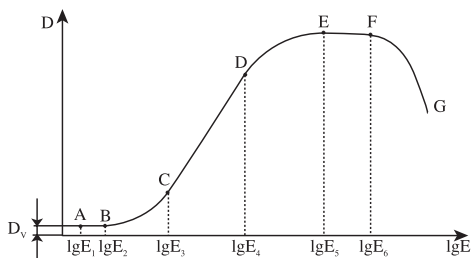
Semnificația semnului minus în fața câmpului de scală este următoarea: în reprezentarea $D = f(\lg E)$, axa absciselor se etalonează în mod obișnuit cu originea în partea stângă spre dreapta. Valoarea maximă a expunerii se va obține în cazul în care $D_0 = 0$, iar I devine egal cu I_0 ($\lg E_{\max} = \lg I_0 \cdot t$).



Gradarea abscisei

Dar aceasta este tocmai valoarea lui K . Valoarea zero în etalonarea abscisei în unități de densitate se va afla în punctul reprezentativ al valorii lui K , densitățile fiind notate în ordinea lor crescătoare de la dreapta la stânga, fenomen simbolizat prin semnul minus.

Oricare ar fi mărimile reprezentate pe abscisă, curba caracteristică are forma prezentată în figura de mai jos:



Reprezentarea curbei caracteristice

Curba prezintă zone cu aspect distinct:

- zona A-B, numită **zonă de voal a curbei** caracteristice, iar D_v numită densitate de voal. În această zonă densitatea nu variază cu expunerea. Deși expunerea a crescut de la E_1 la E_2 , densitatea a rămas constantă la valoarea D_v (densitate de voal).

- zona B-C sau **zona de subexpunere** a curbei caracteristice. Începând de la E_2 densitatea imaginii crește, cu atât mai mult cu cât expunerea este mai mare;

- zona C-D sau **zona de proporționalitate** a curbei este liniară, ceea ce înseamnă că densitățile care se obțin pentru expunerile situate în intervalul de la E_3 la E_4 vor fi proporționale cu acestea (pentru intervale de expuneri egale se obțin intervale de densități egale).

- zona D-E, în care proporționalitatea dispare din nou, se numește **zonă de supraexpunere**. În această zonă creșterile de intensitate sunt cu atât mai mici cu cât expunerea este mai mare;

- zona E-F, numită și **palierul curbei**, în care densitățile nu mai depind, din nou, de valoarea expunerii;

- zona F-G, în care, cu cât expunerile sunt mai mari, cu atât densitățile care se obțin sunt mai mici, este numită **zona de solarizare a curbei**.

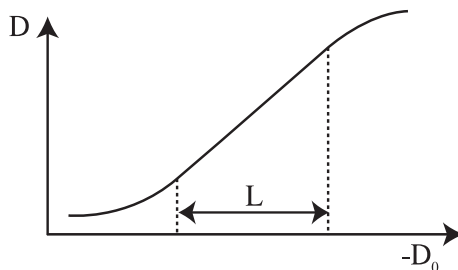
Pentru procesul de reproducere prezintă interes numai zonele de la A la E.

Mărimi caracteristice în timpul dezvoltării

Curba caracteristică ne dă informații cu privire la comportarea materialului fotografic în procesul de fotografiere. Principalele mărimi care caracterizează comportarea emulsiilor și care pot fi deduse din curba caracteristică sunt:

- latitudinea de fotografiere;
- coeficientul de contrast;
- sensibilitatea.

Latitudinea de fotografiere. Se numește latitudine de fotografiere, L , intervalul de expuneri (sau de densități) care determină formarea imaginii fotografice pe porțiunea rectilinie a curbei caracteristice.



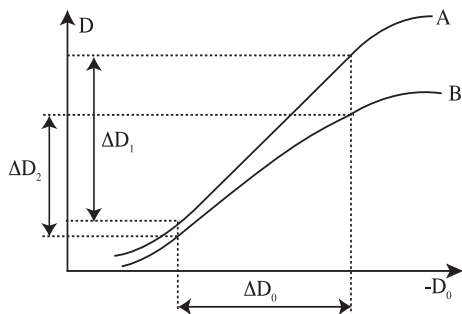
Latitudinea de fotografiere

Se poate spune că latitudinea de fotografiere este proiecția porțiunii rectilinii a curbei pe abscisă. Cu această mărime se poate aprecia gradul de fidelitate al reproducerii unui original. În procesul de fotoreproducere se urmărește ca între densitățile imaginii obținute și densitățile originalului fotografic să existe o cât mai strictă proporționalitate.

În caz contrar, imaginea va prezenta pierderi de desen față de original, tonurile luminoase ca și cele întunecate apărând șterse, îmbâcsite.

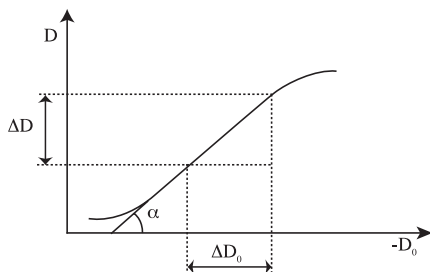
Coeficientul de contrast. Obținerea unui interval de densități mai mare sau mai mic al imaginii,

pornind de la același interval de densități al originalului, depinde de gradul de înclinare al porțiunii rectilinii a curbei caracteristice. Prin fotografierea unui original cu intervalul de densități ΔD_0 pe un material cu curba caracteristică A, se obțin n intervale de densități D_1 mai mari decât intervalul D_2 obținut pe materialul cu curba B. Se poate spune că prima imagine este mai contrastă decât cea de a doua sau că materialul caracterizat prin curba A lucrează mai contrast decât materialul caracterizat prin curba B.



Curbe caracteristice cu contrast diferit

Contrastul unui material fotografic se măsoară prin **coeficientul de contrast** γ_1 definit ca tangenta unghiului α de înclinare a porțiunii rectilinii a curbei față de abscisă sau, cu alte cuvinte, este panta porțiunii rectilinii a curbei caracteristice.



Determinarea coeficientului de contrast

Din figură rezultă că coeficientul de contrast se poate măsura și prin raportul dintre intervalul de densități al imaginii ΔD și intervalul de densități al originalului ΔD_0 între două puncte oarecare în zone rectilinii ale curbei.

$$\gamma = \operatorname{tg} \alpha = \frac{\Delta D}{\Delta D_0}$$

Din acest punct de vedere materialele fotografice se împart în:

- moi - cu γ cuprins între 0,5 și 0,8;
- normale - cu γ cuprins între 0,8-1,2;
- contraste - cu γ cuprins între 3-5;
- foarte contraste - cu γ peste 7.

Coeficientul de contrast al unui material fotografic nu depinde de structura sa, ci de condițiile de dezvoltare.

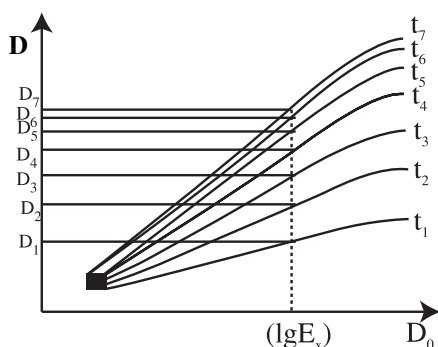
- **Sensibilitatea.** Emulsia fotografică este cu atât mai sensibilă la lumină cu cât efectul fotografic poate fi obținut cu o cantitate mai mică de lumină.

Există standardizate o serie întreagă de sisteme de măsurare a sensibilității (GOST, ASA etc.) care pornesc de la analiza curbei caracteristice.

Mărimile caracteristice (latitudinea de fotografiere, coeficientul de contrast și sensibilitatea) se deduc din curba caracteristică trasată după măsurarea densităților unei imagini fotografice complet prelucrate. Deci, aceste mărimi depind de condițiile de prelucrare, în special de condițiile în care are loc dezvoltarea.

Influența duratei dezvoltării

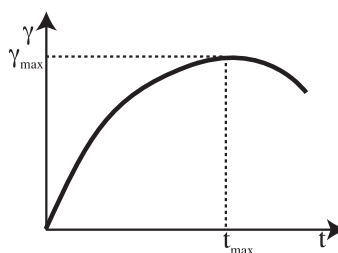
Dezvoltarea completă a imaginii fotografice este un proces care durează un anumit timp. În momentul introducerii în revelator a filmului cu imagini expuse, densitatea acestuia este zero (nu există imagine) pentru ca, după un anumit timp, să atingă valori de densități care rămân, în continuare, constante.



Modificarea formei curbei caracteristice în funcție de timpul de dezvoltare

Pentru expunerea E_x , odată cu creșterea timpului de dezvoltare se obțin densitățile D_1, D_2 etc., din ce în ce mai mari.

Aceeași variație cu timpul de dezvoltare o prezintă și coeficientul de contrast. Din figura de mai sus se observă că nu numai densitățile cresc odată cu mărirea timpului de dezvoltare, ci și înclinarea porțiunilor rectilinii ale curbelor caracteristice, respectiv coeficientul de contrast. Acest fapt este ilustrat prin curba $\gamma = f(t)$ prezentată mai jos.



Forma curbei $\gamma = f(t)$

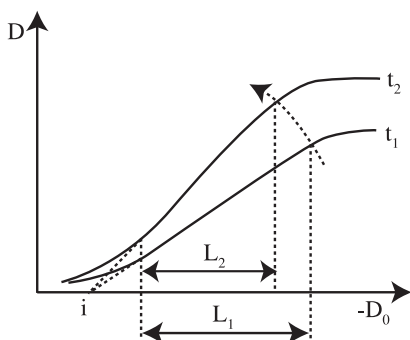
Valoarea maximă a lui γ se notează cu $\gamma_{\max}$, iar timpul corespunzător cu $t_{\max}$.

Rezultă că odată cu creșterea densității imaginii crește și densitatea de voal, la început mai încet, apoi din ce în ce mai repede.

Cea de a doua mărime dedusă din curba caracteristică - latitudinea de fotografiere - variază de asemenea cu timpul de dezvoltare, fără ca această variație să fie atât de semnificativă ca în cazul coeficientului de contrast.

Sensibilitatea variază puțin timp de la dezvoltare, la majoritatea

materialelor fotografice constatându-se o ușoară creștere, odată cu creșterea acestui timp.



Modificarea latitudinii de fotografie în funcție de timpul de dezvoltare

(continuare în numărul următor)

Implementarea sistemului de management al calității

Avantajele certificării sistemului de management al calității

(continuare din numărul precedent)

- ajută firmele care au implementat un sistem de management al calității la mărirea probabilității de creștere a satisfacției clienților prin analiza cerințelor acestora și definirea proceselor care contribuie la realizarea de produse/servicii acceptabile pentru clienți;
- furnizează încredere firmei și clienților săi că este capabilă să realizeze produse/servicii care îndeplinesc în mod consecvent cerințele;
- conduce la mărirea competitivității.

În cadrul procesului de identificare, în conformitate cu cerințele standardului, se stabilesc:

- identificarea proceselor desfășurate, a modului de desfășurare și a legăturilor dintre ele (proces de management, de asigurare a resurselor, de realizare a serviciilor și de monitorizare);
 - documentarea Sistemului de Management al Calității prin Manualul Calității, proceduri de sistem, proceduri și instrucțiuni de lucru;
 - modul de elaborare, verificare, aprobare a documentelor și nivelele de responsabilitate implicate, precum și a regulilor de difuzare și retragere a documentelor;
 - regulile de efectuare a modificărilor în documente și date;
 - regulile privind documentele externe;
 - cerințele referitoare la identificarea, păstrarea, protecția, retragerea și arhivarea înregistrărilor calității, a căror menținere demonstrează funcționarea Sistemului de Management al Calității.
- În procesul de certificare, responsabilitatea managementului are în vedere:
- definirea politicii conducerii privind calitatea, obiectivele de atins;
 - orientarea politicii organizației către client, în scopul satisfacerii cerințelor acestuia;

- organizarea funcțională cu responsabilități pe nivele ierarhice bine definite;
- definirea funcțiilor specifice de supraveghere a Sistemului de Management al Calității;
- definirea proceselor de comunicare în interiorul organizației și analiza periodică a funcționării Sistemului de Management al Calității.

În contextul economic actual, creșterea concurenței reprezintă de fapt confruntarea firmelor în încercarea de a atrage clienții prin prețuri mai mici, o calitate mai bună a produselor/serviciilor și prin termene de livrare cât mai scurte, convergența acestor factori ducând în final și la obținerea unei eficiențe ridicate a afacerii.

Într-un astfel de cadru, preocuparea fiecărei firme este de a fi permanent competitivă. Aceasta se traduce în capacitatea acesteia ca, în condiții de concurență, să se mențină și să câștige noi poziții pe piață, să ofere produse sau servicii de o calitate superioară la costuri mai mici decât competitorii săi. Una dintre modalitățile prin care se pot atinge astfel de obiective este proiectarea, implementarea și certificarea unui sistem de management al calității prin care să se realizeze ținerea sub control a tuturor proceselor din firmă

în vederea furnizării de produse sau servicii superioare calitativ.

Pentru ca o firmă să funcționeze cât mai bine, trebuie să-și identifice și administreze totalitatea proceselor interne și externe intercorelate:

- identificarea și satisfacerea cerințelor;
- nevoia de a evalua procesele în funcție de valoarea adăugată;
- obținerea de rezultate în ceea ce privește performanța și eficacitatea fiecărui proces;
- îmbunătățirea continuă a proceselor pe baza unor evaluări obiective.

Succesul poate rezulta din implementarea și menținerea unui sistem de management care este proiectat în vederea îmbunătățirii continue a performanței luând în considerare nevoile tuturor părților interesate.

Avantajele principale ale implementării unui sistem al calității sunt: de natură externă, prin transmiterea unui nivel sporit de încredere clienților și de natură internă prin optimizarea operațiunilor interne.

Credibilitatea sistemului calității și a nivelului de încredere transmisă clienților sporește prin certificarea sistemului calității. Conform declarațiilor ISO, la sfârșitul anului 1999, în lume erau emise 343.643

certificate în 150 de țări, iar în 2004, numărul acestora trecea de 600.000.

În aceste condiții implementarea și certificarea unui sistem al calității în baza standardului ISO 9001 a devenit un imperativ pentru orice organizație de succes, indiferent că aparține domeniului fabricație, prestație de servicii, servicii publice etc.

Pătrunderea pe Piața Europeană

În Uniunea Europeană comerțul este liber, dar practicarea sa în cadrul unei piețe globale unice a fost un demers complex, având în vedere că multe țări își protejau propriile interese prin standardele tehnice interne. Depășirea acestor probleme s-a soluționat în mare parte prin armonizarea standardelor și a legislației în interiorul Uniunii Europene. Rezultatul este acela că, pentru orice firmă care dorește să exporte produse către UE, marcarea CE este obligatorie.

Certificarea care dă dreptul la marcarea CE poate fi acordată pentru un produs dacă producătorul poate să demonstreze că acesta îndeplinește cerințele tehnice stabilite în standardul corespunzător și că poate fi fabricat în mod constant la acel nivel. În consecință, produsele

trebuie fabricate în conformitate cu procedurile interne specifice ale firmei astfel încât nivelele calității finale să poată fi garantate. În cea mai mare parte a cazurilor acesta implică implementarea de către producător a unui program de asigurare a calității, iar sistemul de asigurare a calității unanim acceptat în prezent în UE este ISO 9001.

Pentru a supraviețui în cadrul UE, firmele românești trebuie să cunoască standardele armonizate UE, cerințele esențiale ale CE pentru certificare și să aibă un sistem al calității pentru a se asigura, și a asigura clienții că produsele corespund cerințelor.

Marcajul CE

Marcajul CE este o mențiune emisă de producător care certifică faptul că produsul satisface cerințele europene esențiale cu privire la calitate, sănătate sau siguranță publică și protecția mediului. Această mențiune este aplicată în mod vizibil pe produs prin simbolul CE.

Atunci când un produs este proiectat și apoi fabricat în conformitate cu cerințele de bază ale unei directive a CE, pentru a demonstra și a-i asigura de acest

lucru pe toți utilizatorii din țările europene și pentru a fi comercializat în mod legal, produsul trebuie să poarte marcajul CE. Marcajul CE nu reprezintă o certificare a calității, ci este o condiție prealabilă obligatorie de liberă circulație a produselor, vizând calitatea, sănătatea sau siguranța publică. Marcajul CE arată că un produs, indiferent unde este fabricat, este conform unei reglementări CE.

În funcție de riscurile posibile, se stabilește pe grupe de produse dacă mențiunea emisă trebuie sau nu să fie certificată prin testare de către o terță parte independentă sau de un „organism acreditat”. În cazul în care produsul este conform cu toate criteriile aplicabile stipulate în standardele europene, atunci există o prezumpție legală de conformitate cu cerințele ce derivă din directiva aplicabilă acelui produs. O terță parte independentă efectuează verificarea pe baza standardelor europene care atestă și confirmă prezumpția de conformitate a produsului respectiv.

În cazul în care produsul este și subiectul altor directive, acoperind alte aspecte care prevăd și ele marcajul CE, acesta din urmă va indica faptul că produsul este

considerat a fi conform și cu acele directive. Atunci când una sau mai multe din aceste directive permit producătorului, în perioada de tranziție, să aleagă variantele pe care le va aplica, marcajul CE va atesta conformitatea cu directivele aplicate de producător. În acest caz, particularitățile directivelor aplicate trebuie să fie prezentate în documentele, notificările sau instrucțiunile impuse de directive și care însoțesc acest produs.

Cerințele marcajului CE pentru anumite produse vizează demonstrarea capacității producătorului de a realiza o producție constantă, iar cea mai bună cale pentru a dovedi acest lucru este conducerea sistemului de producție utilizând un sistem de management al calității. În condiții normale, acest tip de sistem poate fi facultativ, dar pentru marcajul CE el devine obligatoriu.

Adoptarea și implementarea standardelor UE în România reprezintă una din condițiile accesului pe Piața Unică, deoarece România, după aderare, a devenit un membru cu drepturi depline, complet integrat în Piața Unică. Este în consecință important pentru întreprinderile din România să conștientizeze rolul standardizării europene și folosirea eficientă a standardelor.

Înainte de lansarea pe piață, produsele care sunt acoperite de directivele de standardizare trebuie să fie supuse unei proceduri de evaluare a conformității. Evaluarea privește: etapa de proiectare a produsului, etapa de producție sau ambele etape. Această procedură este obligatorie pentru a permite aplicarea marcatului CE.

Fiecare directivă descrie gama și conținutul posibilelor proceduri de evaluare a conformității care au fost împărțite într-un set de opt module de bază. Șapte dintre acestea se bazează pe intervenția unei terțe părți independente, iar unul pe cea a producătorului. Mai multe directive acordă flexibilitate în ceea ce privește evaluarea conformității prin folosirea operațiunilor sau a modulelor alternative, pentru a permite adaptarea conform nevoilor fiecărui producător. În funcție de directive, producătorul poate selecta una dintre procedurile disponibile.

Elementele standard ale directivelor sunt:

- armonizarea este limitată la cerințele de bază;
- numai produsele care îndeplinesc cerințele de bază pot intra pe piață și pot fi date în folosință;
- standardele armonizate ale căror numere de referință au fost transpuse în standarde naționale sunt considerate conforme cu cerințele esențiale corespunzătoare;

- aplicarea standardelor armonizate sau a altor specificații tehnice rămâne voluntară, iar producătorii sunt liberi să aleagă orice soluție tehnică care asigură conformitatea cu cerințele de bază ;
- atunci când producătorul aplică standardul, acesta beneficiază de prezumpția de conformitate, adică nu trebuie să demonstreze conformitatea;
- producătorii trebuie să evalueze conformitatea produselor cu cerințele esențiale ale directivei sau directivelor în cauză;
- producătorii pot alege între diferite proceduri de evaluare a conformității prevăzute în Directiva aplicabilă;
- înainte de plasarea pe piață, dar numai după încheierea întregii proceduri, producătorii trebuie să aplice pe produs marcatul CE.

Directivele Noii Abordări și ale Abordării Globale

Noile directive UE care privesc calitatea și securitatea produselor, aparținând grupei Directivelor Noii Abordări au fost elaborate ținând cont de elementele Directivei Abordării globale. Elementele definitorii ale acestor Directive sunt:

1. specifică „cerințele esențiale” necesare și suficiente pentru a răspunde domeniilor de interes

public, precum sănătatea și securitatea.

- Ele nu vor descrie specificațiile pentru proiectare, dar vor specifica obiectivele privind securitatea, din punct de vedere al performanțelor produsului, într-un mod suficient de precis pentru a stabili cerințele care trebuie să fie aplicate în mod uniform.

- Acestea impun realizarea de către producător a unei analize a riscurilor și elaborarea specificațiilor privind proiectarea care satisfac cerințele de bază privind calitatea.

2. definesc procedurile de evaluare a conformității pe care producătorii trebuie să le aplice pentru a demonstra conformitatea:

- În paralel cu procedurile tradiționale de certificare a produselor, conformitatea poate fi asigurată de producător și pe baza aplicării unui Sistem de Asigurare a Calității certificat.

- Producătorii pot alege între procedurile specificate.

3. indică faptul că conformitatea cu cerințele esențiale va trebui să fie declarată de producător pe răspunderea sa prin aplicarea marcajului CE și prin emiterea unei declarații de conformitate.

4. specifică faptul că organismele europene de standardizare vor fi delegate de Comisia Europeană să stabilească standarde cu soluțiile tehnice care pot fi aplicate de producători pentru a se conforma respectivelor cerințe esențiale.

5. standardele pot fi aplicate în mod voluntar. Totuși atunci când producătorul aplică standardul, acesta beneficiază de prezumpția de conformitate, adică nu este obligat să demonstreze conformitatea.

Directiva privind securitatea generală a produsului.

Răspunderea asupra produsului

Directiva privind securitatea generală a produselor (92/59/CEE) se aplică bunurilor de consum distribuite prin activități comerciale, atunci când produsul nu este acoperit de alte directive sau de altă legislație a UE, sau atunci când nu toate aspectele privind securitatea sau categoriile de riscuri sunt acoperite de directivele sau legislația UE (de exemplu: produsele folosite și la mână a doua, plasate pe piața Comunității înainte de intrarea în vigoare a Directivei, precum și produsele reparate).

Directiva privind răspunderea asupra produsului (85/374/CEE) acoperă orice produs fabricat sau importat în Comunitate care poate cauza daune unei persoane sau unei proprietăți private. Directiva se aplică, de asemenea, tuturor produselor care cad sub incidența Directivei „noi abordări”. Directiva vizează responsabilitatea producătorului de a plăti daune, atunci când un produs este declarat ca fiind nesigur. Astfel, ea reprezintă un motiv puternic de a garanta securitatea produselor, în vederea evitării costurilor - determinate de această răspundere - pentru producători, importatori sau distribuitori, în cazul produselor defecte care cauzează daune persoanelor sau proprietății.

***Aplicabilitatea sistemului de management al calității.
Lansarea pe piață și darea în folosință.***

Lansarea pe piață este acțiunea inițială de a scoate un produs pentru prima oară pe piața Comunității, în scopul distribuirii sau utilizării acestuia, contra cost sau gratuit. Darea în folosință are loc în momentul primei utilizări de către utilizatorul final. Responsabilitățile privind produsele marcate CE implică următoarele:

- Producătorul are responsabilitatea unică și finală de a garanta că un

produs care se intenționează a fi lansat pe piața Comunității este proiectat, fabricat și conformitatea sa este evaluată în acord cu cerințele de bază ale Directivei/Directivelor corespunzătoare. Răspunderea producătorului se aplică, de asemenea, asupra oricărei persoane fizice sau juridice care assemblează, împachetează, prelucrează sau etichetează produsele finite, în scopul introducerii acestora pe piața Comunității;

- Producătorul poate folosi produse finite, piese și componente sau poate sub-contracta diferite activități. Cu toate acestea, el trebuie să păstreze întotdeauna controlul general și să aibă competența necesară pentru a-și asuma responsabilitatea asupra produsului integral;

- Răspunderea producătorului conform directivelor este aceeași, indiferent dacă acesta este stabilit în afara Comunității sau într-un stat membru;

- Răspunderea producătorului poate fi preluată în spațiul economic al UE de către un reprezentant autorizat (RA) al producătorului, numit și desemnat în mod oficial de acesta. Reprezentantul autorizat trebuie să fie stabilit pe teritoriul Comunității și să acționeze în numele producătorului. Atribuțiile care pot fi delegate reprezentantului autorizat conform directivei sunt de natură administrativă. RA poate, de

asemenea, să participe la proiectarea și fabricarea produselor, în calitate de subcontractant, cu condiția ca producătorul să păstreze întotdeauna controlul general asupra produsului, pentru a-și îndeplini responsabilitatea în ceea ce privește conformitatea cu prevederile directivelor aplicabile;

- Un produs poate fi pus în funcțiune, fără a fi plasat în prealabil pe piață; este cazul unui produs fabricat pentru uzul propriu. Într-un astfel de caz, persoana care dă produsul în folosință trebuie să-și asume răspunderea producătorului;

- Orice persoană care schimbă destinația unui produs, astfel încât devine necesară aplicarea altor cerințe esențiale, modifică în mod semnificativ sau reface un produs în vederea lansării acestuia pe piața Comunității, devine responsabil pentru produsul respectiv.

- Importatorul/persoana responsabilă pentru lansarea unui produs dintr-o țară din afara UE pe piața UE trebuie să se asigure că poate furniza autorității de supraveghere a pieței toate informațiile necesare privind produsul, în cazul în care producătorul nu este stabilit în Comunitate și nu are în Comunitate un reprezentant autorizat. În consecință, importatorul poate să-și asume în anumite situații răspunderile ce revin producătorului.

continuare în numărul următor

Conferința PrintPromotion „Soluții inovative pentru domeniul tiparului și ambalajelor”

***Avanpremierea drupa 2008
Düsseldorf***

Peste 100 de persoane - oameni de afaceri și experți din domeniile tiparului și ambalajelor, jurnaliști și cadre didactice din învățământul preuniversitar și universitar de specialitate - au participat, la sfârșitul lunii aprilie, la Conferința „Soluții inovative pentru domeniul tiparului și ambalajelor”, organizată la București de Reprezentanța Messe Düsseldorf în România (Camera de Comerț și Industrie Româno-Germană) și compania PRINTPROMOTION a Asociației constructorilor germani de mașini (VDMA).

Cele 10 prezentări, grupate în secțiunile <Ambalaje> și <Accidentă și producție de carte>, au fost susținute de conferențieri din Germania și România, reprezentanți ai unor companii germane de renume mondial în domeniile lor de activitate: Bielomatik (tehnologie pentru tipar, prelucrarea hârtiei și a maselor plastice, RFID-Transponder), Billhöfer (înnobilarea hârtiei), Heidelberger Druckmaschinen, IST-Metz (tehnologie UV), Koenig & Bauer (mașini de tipar de toate tipurile), Kolbus (producție de carte),

MAN Roland, Planatol (adezivi industriali pentru tipărituri, ambalaje și produse din hârtie și carton) și POLAR-Mohr (sisteme industriale de tăiere).

PRINTPROMOTION - compania reprezentativă non-profit de promovare a industriei tipografice din Germania, a industriei hârtiei și a altor ramuri economice conexe acestora - este dispusă să se implice, și în România, în proiecte de pregătire și perfecționare a cadrelor didactice, a persoanelor cu funcții de conducere și a personalului specializat pentru industria tiparului.

Evenimentul face parte din seria de conferințe PrintPromotion Printmedia Management 2007, organizate în întreaga lume în perioada premergătoare celui mai mare târg în domeniul industriei tipografice, prelucrării hârtiei și media tipărite - **drupa 2008** Düsseldorf (www.drupa.de) a cărei următoare ediții va depăși toate recordurile: cu o suprafață netă de expunere de 170.000 de metri pătrați (echivalentă cu cea însumată a 40 de terenuri de fotbal), peste 1.800 de expozanți și mai mult de 400.000 de vizitatori de pe toate continentele, **drupa 2008**, ce urmează să se desfășoare în perioada 29 mai - 11 iunie, va fi cea mai mare din istoria sa de 50 de ani.

Anca Murar

Reprezentant Messe Düsseldorf în România

ALGERNON desfășoară o promoție pentru toate produsele Siser

În cadrul promoției „Am trimis prețurile în vacanță”, Algernon oferă tuturor clienților, în perioada 15 mai - 15 septembrie 2007, o reducere de 10% pentru toate produsele Siser: folii și hârtii pentru inscripționat materiale textile, prese de transfer termic, platan mic, accesoriu pentru șepci, instrument pentru decolat folie și catalog-mostrar.

Prin această promoție urmărim să convingem clienții de calitatea produselor Siser, oferindu-le posibilitatea ca, pe timpul perioadei promoționale, să le cumpere la un preț redus.

Mai multe detalii găsiți pe www.foliadezive.ro

COPYRIGHT 2002

AFACERI POLIGRAFICE®

Preluarea conținutului publicației **Revista Afaceri Poligrafice**, respectiv a **Buletinului Informativ** cu același nume - integrală sau parțială, prelucrată sau nu - în orice mijloace de informare, este permisă și gratuită, cu condiția obligatorie să se menționeze ca sursă a acesteia: ["www.afaceri-poligrafice.ro"](http://www.afaceri-poligrafice.ro)



Zipper bags...pungi transparente cu fermoar

do zip everything

Noile prețuri începând cu luna mai

50 x 70 mm - 0,0203 RON / buc.

60 x 85 mm - 0,0292 RON / buc.

70 x 100 mm - 0,0313 RON / buc.

85 x 120 mm - 0,0370 RON / buc.

100 x 140 mm - 0,0499 RON / buc.

120 x 170 mm - 0,0680 RON / buc.

125 x 127 mm - 0,0660 RON / buc.

140 x 200 mm - 0,0843 RON / buc.

170 x 240 mm - 0,1156 RON / buc.

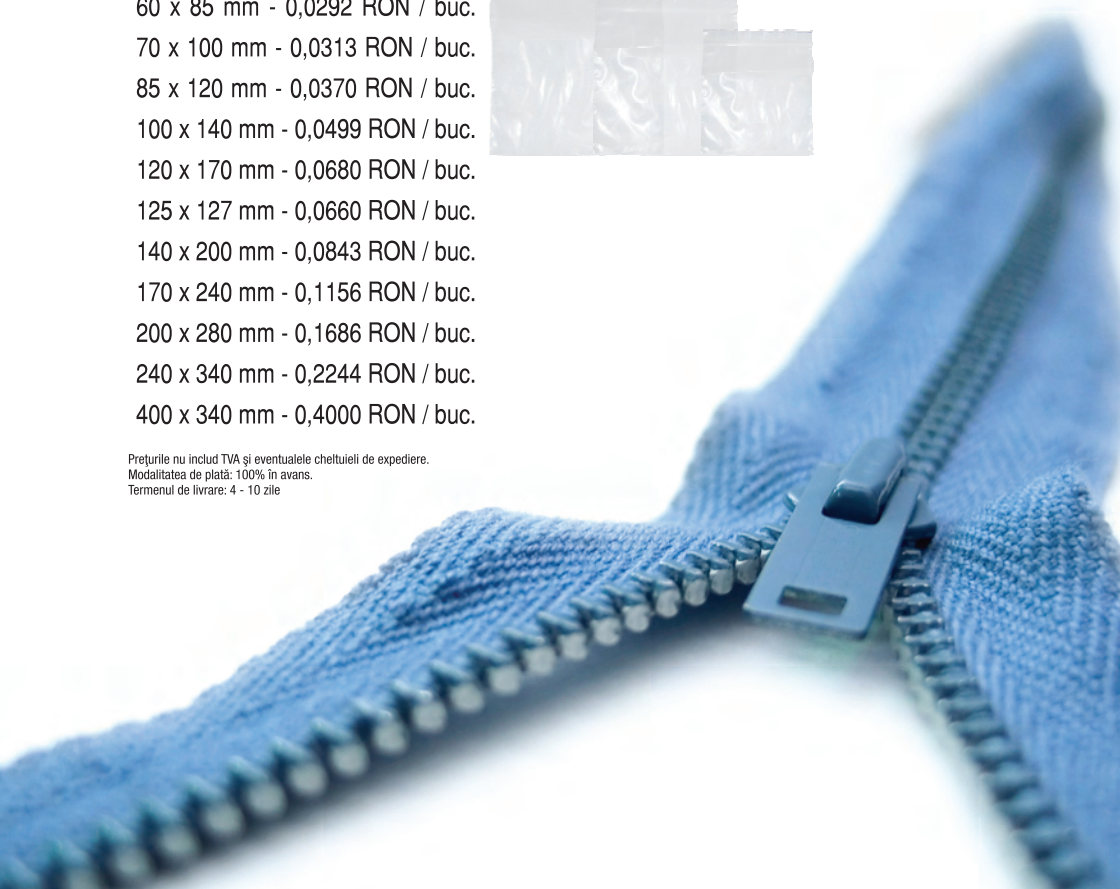
200 x 280 mm - 0,1686 RON / buc.

240 x 340 mm - 0,2244 RON / buc.

400 x 340 mm - 0,4000 RON / buc.



Prețurile nu includ TVA și eventualele cheltuieli de expediere.
Modalitatea de plată: 100% în avans.
Termenul de livrare: 4 - 10 zile



Evaluarea • Finanțarea creșterii • Vânzarea AFACERII



Asistență pentru:

- Încheierea de parteneriate strategice / financiare
- Vânzarea afacerii sau achiziția unei companii
- Finanțarea pentru creșterea afacerii
- Restructurarea afacerii
- Structurarea și negocierea tranzacțiilor

Și, de la caz la caz, pentru:

- Planificarea afacerii
- Identificarea de companii pentru achiziție
- Documentarea și analiza situației companiei (due diligence)
- Evaluarea afacerii & modelare financiară

Quadral
Capital
Corporate
Finance

Telefon: +40 722 248 325
Fax: +40 318 15 66 42
E-mail: office@quadral-capital.ro
Web: www.quadral-capital.ro
Adresa: Str. Sfânta Vineri 23, Ap.54, Sector 3, București