

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

№5 (121) сентябрь-октябрь 2018

Гость номера –
Андрей Халилов

Голос полиграфии –
Максим Новоселов

10 вопросов
о печати
по текстилю

Шаг вперед:
инсталляции,
инновации

Бумагорезательные машины

ADAST MAXIMA

ADAST MAXIMA MS 80 BP

Производитель:
CZECH REPUBLIC



ADAST MAXIMA MS 115 BP

Производитель:
CZECH REPUBLIC

Всесезонные голландские краски



ЭКОНОМИЧНОСТЬ



НАДЕЖНОСТЬ



ТОЧНОСТЬ



СКОРОСТЬ



СЕРВИС

- практически любые условия печати и запечатываемые материалы
- оперативность печати и передачи в послепечатную обработку
- соответствие любой задумке дизайнера из цветовых вееров PANTONE®
- высокоглянцевый и матовый лаки для сплошного/выборочного нанесения в линию

телефон: **+7 (343) 312 1210**



www.yam.ru



Дорогие друзья!

С чем у вас ассоциируется полиграфия? «Все про всех знают» – отметил гость номера Андрей Халилов. Действительно, мы как одна большая семья: переживаем друг за друга, помогаем в трудную минуту. Это подтвердил и «Голос полиграфии» Максим Новоселов: «Во время неформального общения после любого семинара легко заметить, что в нашей отрасли конкуренция – вещь очень странная. Конкуренты искренне обнимаются, делятся секретами, советами». У нас есть одна общая цель – развитие отрасли. Полиграфия – это один большой завод, и каждый из нас – важная деталь в этом механизме.

Этот сезон мы начали с дружеских встреч – заглянули на производство типографий «Гуд Принт» и «Новый цвет». Как отмечают руководители, секрет успеха – в открытости. Нужно делиться опытом, от этого все только выигрывают. Желаю новых открытий, поддержки и семейного очага в нашем общем «доме».

*Людмила Трошина,
главный редактор журнала
«Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»*

Учредитель: ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л.С. **Журналист:** Семейкина М.В., Ушакова М.А. **Дизайн и верстка:** Кузнецов Г.М. **Корректора:** Власюк Т.Я., Семейкина М.В. **Адрес редакции и издателя:** 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. **Телефон редакции:** (343) 286-17-44, e-mail: ural-pb@yandex.ru, сайт: www.ural-pb.ru. Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №5 (121) сентябрь-октябрь. **Подписано в печать:** 25.10.2018. **Выход в свет:** 31.10.2018. **Печать:** типография «ДАММИ» (г. Курган, пр. Машиностроителей, 13А). **Тираж:** печатная версия — 1000 экз., электронная рассылка — 17 000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. © 2018 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

16+

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 3** Новый офис компании «Графические системы»
- 4** Road Show 2018 в Екатеринбурге
- 6** Расширяем кругозор и базу клиентов
- 8** PERGRAPHICA® Stories
- 10** «Гейдельберг-СНГ» и «Кениг унд Бауэр РУС»: что нового?
- 13** Вклад в полиграфию
- 14** Рекордная сделка на 20 ЦПМ HP Indigo 20000
- 15** «РЕКЛАМА-2018»: итоги

ГОСТЬ НОМЕРА

- 16** Андрей Халилов

ПЕРЕМЕНЫ

- 19** Елена Лесунова

ГОЛОС ПОЛИГРАФИИ

- 20** Максим Новоселов

ОПРОС

- 22** Клиентоориентированность

Здесь вы можете бесплатно взять свежий номер журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»:

ПЕЧАТЬ ПО ТЕКСТИЛЮ

- 26** 12 вопросов о печати по текстилю

ЮБИЛЕЙ

- 30** 15 лет «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

- 32** 3D-печать на Урале

ОБОРУДОВАНИЕ

- 34** Оборудование Ricoh – мольберт!
- 38** Print UV Russia 2018: новый взгляд из Швейцарии
- 40** iESNO – новый яркий бренд в полиграфии

ВКЛАД В ПОЛИГРАФИЮ

- 42** Главные выводы исследовательской работы Дмитрия Тарасова

ВЫБОР РЕДАКЦИИ

- 47** Нестандартные бизнес-сувениры Кроссворд

Екатеринбург		
Бригантина	ул. Шварца, 2/1	(343) 286-17-44
Гейдельберг-СНГ	ул. Блюхера, 88, оф. 304	(343) 271-24-44
Гельветика-Урал	ул. Маяковского, 2А	(343) 287-60-60
Графические системы	пер. Трактористов, 4	(343) 28-601-28
Дубль В («Мир бумаги»)	ул. Мамина-Сибиряка, 85, оф. 1	(343) 301-20-05
Европапир	ул. Хомякова, 17	(343) 376-81-41
Интернет-склад подарков	ул. Решетникова, 22А, оф. 201	(343) 247-85-76
Мега-Риф	ул. Гурзуфская, 48Е	(343) 379-26-14
ОктоПринт Сервис	ул. Цвиллинга, д. 7Ч, оф. 201	(343) 243-52-16
Папирус-Столица	ул. Черняховского, 106	(343) 310-20-81
Прагматика	ул. Бажова, 68	(343) 253-15-76
Ремэкс-Урал	ул. Вишневая, 1 (2Д)	(343) 204-77-20
РеалЛайн	ул. Тургенева, 13, оф. 204	(343) 221-29-06
Студия Черкасова	ул. Коминтерна, 16, оф. 315	(343) 379-47-58
Урал-Минольта	ул. Азина, 55	(343) 2-377-377
Форт Диалог — Исеть	ул. Декабристов, 75	(343) 351-75-90
ЯМ Интернешнл (Урал)	ул. Московская, 54, оф. 101	(343) 312-12-10
POLIGRAF-PARTNER	пер. Автоматики, 3, к.3, оф.6	(343) 361-67-75
Челябинск		
Дубль В	Комсомольский проспект, 10	(351) 210-21-71
РЕКПОЛ	ул. Лесопарковая, 7, к. 2, оф. 301	8-950-734-66-44 8-964-244-34-34
Тюмень		
Полиграфмаркет	ул. Мельникайте, 106, оф. 106, 107	(3452) 61-83-05
Курган		
ДАММИ	пр. Машиностроителей, 13А	(3522) 25-55-40

Рядом с вами. Офис теперь и в Перми

Компания «Графические системы» расширяет свои границы. В сентябре компания открыла офис в Перми. Центральный офис находится в Екатеринбурге.

«Наслаждаться общением – главный признак дружбы», считал Аристотель. Мы с ним абсолютно согласны. Всегда с удовольствием подбираем для клиентов нужные материалы и стремимся сделать жизнь заказчика удобнее. Именно поэтому открыли новый офис – в Перми. Теперь мы еще ближе к вам и можем чаще наслаждаться общением, – рассказала Екатерина Савченкова, руководитель отдела продаж компании «Графические системы». – Наши специалисты познакомят вас с новинками оборудования, новыми технологиями, продемонстрируют машины в работе

и ответят на все интересующие вопросы».

В пермском офисе есть и торговый, и сервисный отдел. Как отметил Дмитрий Смирнов, руководитель филиала компании «Графические системы», открытие офиса в Перми – очень важный и долгожданный этап в развитии компании. «В первую очередь это возможность в полной мере заявить о себе на рынке Пермского края и Перми в частности. Второй не менее важный фактор – это доступность для клиента с точки зрения сервиса и логистики расходных материалов. На данный момент на-



чало положено, и мы будем совершенствоваться как в плане ассортимента, так и в плане сервиса».

г. Пермь: ул. Барамзиной, 42/3
8 (342) 25-840-90, www.grs1.ru

По материалам компании
«Графические системы»



Уральский
федеральный
университет
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина
Институт радиоэлектроники
и информационных
технологий

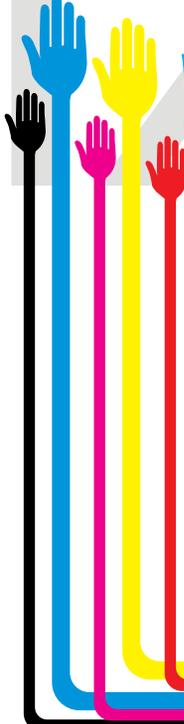


ТЕХНОЛОГИЯ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО
ПРОИЗВОДСТВА





**ПОЛИГРАФИЯ &
ПЕЧАТНЫЙ
БИЗНЕС РЕКЛАМА**



УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

«Упаковка. Этикетка. Маркировка»

IX Зимний Уральский полиграфический форум.

18 января 2019 года в 10:00, Администрация (г. Екатеринбург).

Семинары, круглые столы, ярмарка вакансий, неформальное общение.

Информация о форуме, спикерах, темах докладов –
 Уральский полиграфический форум и www.UralPrintForum.ru

Регистрация —  uralprintforum@ya.ru

Совместные бизнес-семинары компаний Konica Minolta – Mondi Group – «Европапир» в рамках регионального тура Road Show 2018 завершены. «Тройственный союз» посетил 10 городов. На Урале встреча с полиграфистами состоялась 23 октября в Международном Центре Искусств «Главный проспект».

Road Show 2018 в Екатеринбурге



Show must go on

«Мы традиционно проводим серию региональных мероприятий Road Show. Этой осенью тур состоялся под эгидой стратегического партнерства с компаниями Mondi и «Европапир». Получается некая синергия: поставщик печатных решений, производитель носителей для цифровой печати и поставщик данных носителей. Одна из наших общих целей – развитие рынка цифровой печати в России», – объяснила **Мария Журавова, менеджер по маркетинговым коммуникациям компании Konica Minolta**.

Основной наблюдающийся тренд на рынке – цифровизация полиграфии. Данная тема и стала ключевым лейтмотивом прошедшего семинара. В центре внимания изготовление печатной продукции на базе решений компании: от традиционных рекламных материалов до уникальных, эксклюзивных экземпляров, выполненных на нестандартных носителях или с помощью технологий цифрового облагораживания. На семинаре затронули в том числе и нюансы автоматизации цифрового печатного производства.

Есть решение

Выступление **Владислава Кузнецова, руководителя продаж направления промышленных решений**, началось с отрывка из фильма «Бриллиантовая рука», где покупателю требовались перламутровые пуговицы. Сегодня, как отметил эксперт, мы наблюдаем кастомизацию – возможность делать типовые вещи нетиповыми.

Цифровое выборочное лакирование и фольгирование стали также доступными технологиями, именно их и можно назвать своего рода «перламутровыми пуговицами» в полиграфии. Спикер представил примеры работ инсталляций в Челябинске, Ярославле, Санкт-Петербурге, Москве. Благодаря использованию выборочного лака и фольги переменной толщины изделие выглядит эффектно. Такой результат возможно получить только при помощи цифровой технологии.

Для каждого региона в рамках тура изготавливаются персонализированные образцы, участники семинара имели возможность детально изучить результат: каждый получил в подарок блокноты с использованием выборочного лакирования и тиснения фольгой.

Ключевым в докладах стал акцент на инновациях, которые внедряет Konica Minolta в соответствии с тенденциями на ближайшие несколько лет. Инновации касаются

и упаковки. Владислав Кузнецов: «Сегодня товары на полках борются за внимание потребителя. В крупном ритейле в регионе, например, представлено до 60 000 наименований товаров. Упаковка и этикетка уже давно потеряли свою утилитарную функцию информировать покупателя о товаре. Это новое медиа между потребителями и товаром».

Сергей Щеголев, продакт-менеджер компании Konica Minolta по производственным и промышленным решениям, представил производственные решения печати на нестандартных носителях, которые сегодня доступны от компании «Европапир».

Сергей Щеголев развенчал мифы, связанные с невозможностью использования цифровой печати для более сложных продуктов. Демонстрацией послужили пакеты, которые получили участники семинара. Пакеты напечатаны на полноцветных машинах Konica Minolta на бумаге Color Copy. Образец доказывает, что из стандартной бумаги, используя цифровые машины, получается продукция высокого качества. Сергей Щеголев: «Обычно производство бумажных пакетов не ассоциируют с цифровыми машинами, но мы предлагаем варианты, как можно персонализировано печатать на цифре с таким же качеством, которое может позволить офсетная печать».





«Всемогущая» бумага

Алексей Дельцов, менеджер по развитию бизнеса «Офисные и специальные бумаги» компании «Европапир», начал свое выступление с демонстрации свойств бумаги. Алексей поместил бумагу в емкость с водой – материал оказался устойчив к внешним воздействиям. Представили аудитории и экоматериалы, которые сегодня продолжают набирать актуальность. Отметим, что компания ориентирована на экологию и заботу об окружающей среде. Так, в 2018 году «Европапир» стала лауреатом премии Eco best. Кроме обширной линейки эcobумаг эксперты поделились новинками ассортиментной линейки и нестандартными вариантами, в том числе для премиальных упаковок, продемонстрировали свойства магнитной бумаги YUPO Tako. Участникам семинара представили палитру бумаг и картона различных цветов и плотности. В их числе Color Style – собственный бренд «Европапир» в коллекции дизайнерских бумаг и новинка 2018 года WOOD GARDEN PINE – дизайнерский картон из 100% переработанного сырья, отламинированный в фабричных условиях односторонней ламинацией, имитирующей дерево. Более детально с ассортиментом вы можете ознакомиться в уральском филиале компании «Европапир».

Компания Mondi расширяет свой флагманский бренд Color Copy – теперь самая популярная бумага

для цифровой печати доступна в плотностях от 80 до 400 гр. А также в баннерных форматах, произведенных и нарезанных на фабрике Mondi Neusiedler в Австрии.

Спикеры обратили внимание гостей на Mondi Paper Club – сообщество пользователей бумаги Mondi. Это бонусная программа, которая подразумевает долгосрочное стратегическое сотрудничество. Компании-участники клуба получают доступ к привилегиям, нацеленным на рост эффективности их бизнеса. Среди них повышение квалификации, бизнес-тренинги и MBA.

Мария Журавова: «На прошлой неделе были анонсированы и привилегии от компании Konica Minolta – типографии, приобретая бумагу Mondi и накапливая баллы, уже сейчас могут обменять их на различные бонусы, начиная от светового планшета и заканчивая младшей полноцветной цифровой машиной Konica Minolta».

Розыгрыш поездки

В рамках осенней серии семинаров была традиционно разыграна поездка в Австрию, где победитель посетит производство бумаги Mondi. На этот раз повезло **Ларисе Дашковой, менеджеру компании PolyPrint**: «Я представляю типографию, и меня интересует все, что связано с печатью, оборудованием, бумагой. То, что эксперты предложили сегодня, для нас, конечно, удивительно. Место меро-



приятия просто невероятное и нестандартное для подобных семинаров. В этом случае получается 3 в 1: красиво, уютно, информативно. Первая эмоция, когда объявили победителя – шок, я не ожидала. Экскурсия на производство вызывает большой интерес. Я в жизни ничего не выигрывала. Спасибо, это настоящий подарок».

Гутенберг рядом

Организаторы устроили для гостей насыщенную культурную программу. Участникам предоставили возможность послушать лекцию на выставке «Шедевры Сальвадора Дали», «Рене Магритт: «Мир сюрреализма» и посетить музей камня. Гостей ждал еще один сюрприз: «Гутенберг». Это уникальная открытая мастерская для художников графиков. Главная фигура в пространстве – раритетный печатный офортный станок. Для участников провели мастер-класс по изготовлению рисунка. К слову, на эcobумке в этот день «документально» запечатлели «тройственный союз» – изображение логотипов компаний Konica Minolta, Mondi и «Европапир».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Энергообмен: расширяем кругозор и базу клиентов



Один из акцентов этого номера – клиентоориентированность. Слово сложное, неемкое. Его суть при этом очень проста. Нужно заботиться о клиенте, искренне любить и стремиться сделать жизнь заказчика лучше. В обмен компания получает уважение и успех. Пример такого отношения – компании Ricoh и «Графические системы». В результате союза – совместного семинара «Больше чем СМΥК, больше чем бизнес» – десятки руководителей узнали, как сделать работу команды эффективнее.



Обмен мнениями

Первую часть мероприятия посвятили новинкам промышленного оборудования. Первым выступил Михаил Шахминский, региональный менеджер Ricoh Rus на Урале, с докладом «Промышленное оборудование Ricoh. Новинки, обзоры», сфокусировал внимание на результате, которого можно добиться благодаря моделям Ricoh Pro C7200 и Ricoh Pro C9200. Продолжил тему Игорь Степанов, ком-

мерческий директор компании «Графические системы», где сделал акцент на особенности производства цифровой упаковки.

По мнению **Михаила Шахминского**, темы семинара однозначно актуальны: «На мой взгляд, наши новые машины – это большой шаг вперед, именно поэтому мы хотели подробнее познакомить участников с очередными технологическими прорывами компании Ricoh в сегменте коммерческой печати. Также наш стратегический партнер по Уральскому региону, компания «Графические системы», рассказала о новинках постпечатного оборудования, позволяющих производить упаковку небольшими тиражами, то есть цифровую. Это быстрорастущий сегмент и востребованный продукт. Все больше и больше типографий начинает заниматься этой продукцией».

Ирина Рычкова, и.о. обязанности руководителя отдела типографии «ДАММИ» (Курган): «Мне было приятно присутство-



вать на семинаре. Выступления, посвященные новинкам оборудования Ricoh, охватили много важных моментов. Для меня особенный интерес вызвала демонстрация техники для производства упаковки. Благодарю за возможность задать интересующие вопросы по оборудованию и технологиям, я узнала много новой и полезной информации. Не сомневаюсь, что она пригодится в будущем в моей работе».

Дополнил эту историю **Александр Кошкарров, специалист компании «Графические системы»**. Доклад Александра посвящен современному и быстрому переплету Metalbind. Он отметил, что с выходом технологии Metalbind мир переплета изменился. Наблюдается тенденция к единичным экземплярам в твердом переплете, при этом каждый стремится сделать свой экземпляр неповторимым. Ни один оперативный переплет не справится с такой поставленной задачей, а производственные способы дороже и затратны по времени для единичного продукта. «Преимущество Metalbind еще и в оперативности: требуется буквально 10 секунд. Можно сделать переплет даже самого дорогого для вас документа без сомнения в качестве – нет перфораций и прокалываний. Из этого и следует моя главная мысль: данная технология самая универсальная, быстрая и качественная, которая имеет большие возможности. Она дает клиенту поистине персо-



нальный, красивый и безопасный продукт за адекватные деньги», – объяснил Александр.

Александр Кошкарров: «Тема семинара актуальна на 100%. Каждый год появляются интересные решения в области полиграфии, отрасль развивается, и стандартными решениями по печати мало кого удивишь. Поэтому нужно больше чем СМΥК, чтобы удовлетворить спрос. Проводить такие мероприятия важно: узнаешь о новых

возможностях и технологиях, живую общаешься с людьми, которые имеют опыт, знания и собственные наработки. К их словам стоит прислушиваться, чтобы развиваться. Я сам получил заряд драйва. Видно, что и каждый из гостей с интересом слушал выступления, это и создает атмосферу». Такое настроение поддерживает и **Анна Третьяк, маркетолог печатного дома «Формат»**: «Наша типография всегда следит за новыми веяниями. Мы были рады принять участие в данном мероприятии, поскольку интересуемся современными печатными машинами. Наша типография производит упаковку более 10 лет, и мы считаем перспективным рынок упаковки. Выражаем благодарность организаторам за проведение семинара, возможность встретиться с коллегами по бизнесу и принять участие в тренинге».

Больше чем бизнес

За теорией, конечно, последовала практика. По словам Михаила Шахминского, организаторы решили отойти от стандартного формата подобных мероприятий. «Обычно привозят „железки“, презентуют, рассказывают, а практической пользы от этого немного. На

индустрия на Урале развивалась и шла вперед, поэтому мы решили изменить формат и сделать это мероприятие полезным нашим заказчикам, чтобы они смогли вынести максимум пользы и применять полученные знания на практике. Если все получится как задумано, бизнес у всех пойдет в гору. А если у наших заказчиков все будет хорошо, значит и у нас, поставщиков „железа“ тоже».

Максим Новоселов объяснил, что дело не в холодных звонках, рассылке и не в рекламе. Вся суть – в любви. Любви к клиенту – когда компания относится к каждому заказчику с заботой и делает для него больше, чем положено, клиент станет постоянным и приведет друзей. На самом деле в этом вопросе много нюансов, и за 3 часа – именно столько длился разбор полетов – обсудили реальные кейсы и по косточкам разобрали типичные ситуации на рынке. Стандартное выступление эксперта и мастер-класс отличались в первую очередь тем, что в этой ситуации вместе со спикером выступали сами слушатели, разбирали конкретные вопросы. Улыбаться, соблюдать сроки, быть активным, решать задачи, не грубить – главные законы успеха. Участники мастер-

дилься идеи. Действительно, дискуссия нашла продолжение и в неформальной части мероприятия. «Общаясь с коллегами, я сделал вывод, что на мероприятии многие оценили не только презентации с нового оборудования и технологий, но и тренинг по обучению продажам. Сам формат для нас необычный, мы в Екатеринбурге такого раньше не делали. Я доволен тем, как все состоялось. Было необычно, весело, полезно», – поделился Михаил Шахминский.

Как отметила Анна Третьяк, такой формат семинара действительно интересен. «Мы с большим удовольствием прошли обучение у спикера Максима Новоселова. Уже внедряем в производственный процесс предлагаемые им нововведения. Хочется отметить, что многие моменты, выделенные оратором, ранее уже были отмечены нашими маркетологами, и Максим еще раз подтвердил, что компания движется верным курсом», – добавила Анна.

«Не менее интересной была вторая часть семинара – тренинг, посвященный привлечению клиентов. Один из плюсов тренинга – возможность гостей принять участие в нем, по-новому взглянуть



Уральской земле уже достаточно большое количество инсталляций полиграфического оборудования Ricoh, и его можно продемонстрировать в любом городе по желанию заказчика индивидуально, с более качественным рассказом и показом. Поэтому мы решили в этот раз по многочисленным просьбам пригласить замечательного спикера, бизнес-тренера, основателя проекта PrintNetwork Максима Новоселова с тренингом «Сарафанное радио». Для меня важно, чтобы полиграфическая

классу узнали и новые термины, например, обмен нормальный и с превышением. Именно в последнем кроется загадка успеха. Необходимо делать для клиента больше, чем нужно по стандартным законам. Участники коллективно обсуждали, как могут в своих компаниях применить этот способ.

По словам Александра Кошкова, такой интерактив – хороший способ мыслить коллективным разумом, чтобы у каждого заро-

на решение вопроса. Информация полезная и изложена понятным, доступным языком, – поделилась впечатлением Ирина Рычкова. – Заметно, что семинар организован профессионалами своего дела. Приятное впечатление оставила теплая, дружеская обстановка на семинаре и его организация. Без сомнения, такие мероприятия расширяют кругозор».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Творим историю



Чем отличаются успешные бренды, личности и события от более успешных? За «плечами» каждого – истории. Истории развития, побед и препятствий. Казалось бы, речь идет о звездах или международных корпорациях. На самом же деле за каждым ярким проектом кроется не менее яркий путь. Знакомьтесь: бумага PERGRAPHICA®. Непросто получить достойное звание «Бумага для перфекционистов», нужно опытным путем это доказать. Именно этими историями и поделились организаторы мероприятия PERGRAPHICA® Stories, которое состоялось 20 сентября. Организаторами выступили ГК «Дубль В» и Mondi.

Арт-пространство для креативных

Как рассказала **Наталья Сеянина**, директор обособленного подразделения ГК «Дубль В» в Екатеринбурге, ГК Mondi дополнила свою ассортиментную линейку новой бумагой – PERGRAPHICA®.

Мероприятие, посвященное бумаге, могло быть традиционным: представление компании, успехов, презентация характеристик бумаги... На этот раз все иначе. Организаторы при-

гласили коллег в арт-пространство «Дела». Стильный интерьер, продуманный до мелочей, располагает к неформальным идеям и творчеству. Для вдохновения и разрешения вопросов о работе с бумагой встретились полиграфисты и дизайнеры не только из Екатеринбурга, но и из других городов региона: Челябинска, Тюмени, Магнитогорска, Кургана.

Взамен делового настроения зал получил культурные нотки. В импровизированной галерее на календарных листах, отпечатанных на различных бумагах PERGRAPHICA® запечатлены истории на тему времени. Дизайн плакатов-календарей разработали участники образовательного проекта «Т_24», руководитель – Александр Васин, создатель фестиваля Turomania, дизайнер и руководитель дизайн-студии GROZA.

Название мероприятия PERGRAPHICA® Stories означает истории, рассказанные скромным, но талантливым автором – бумагой PERGRAPHICA®. Екатерина Подобед, руководитель направления Uncoated Fine Paper, менеджер по развитию бизнеса компании Mondi, первая поделилась историями. Екатерина посвятила презентацию бумаге PERGRAPHICA®, а также представила книгу PERGRAPHICA® Lookbook Vienna Stories, разработанную режиссером-постановщиком Дэвидом Рюмом.

Презентация не была типичным монологом: все спикеры общались с гостями, которые делились своими историями, обсуждали креативные решения.

С момента выхода на рынок данная бумага стала предметом восхи-

щения многих российских дизайнеров и печатников, они делились положительным опытом работы с этим материалом. Марина Адамова – художник и дизайнер – чувствует бумагу и ценит PERGRAPHICA®. Как отметили гости, ее выступление и презентация возможностей работы в технике бумагопластика поражает воображение и вдохновляет на новые нестандартные подходы к оформлению.

Марина Адамова: «Один из главных тезисов семинара: „PERGRAPHICA® – бумага для перфекционистов“. На мой скромный взгляд, именно это качество актуально и для производителя, и для меня, верного и немного нетривиального потребителя этого продукта, так, пожалуй, и для всех собравшихся, профессионалов. Именно актуальность технологий, подходов производства и дизайна помогает стать ближе к идеалу, и новость о пополнении линейки дизайнерских бумаг PERGRAPHICA® как нельзя лучше иллюстрирует это. Я же как художник по бумаге и дизайнер с большим нетерпением буду ждать возможности поработать с новой черной бумагой в будущих проектах, и ожидаю такого же бескомпромиссного совершенства, которое показали белые дизайнерские бумаги этой серии».

Технику, в которой работает Марина Адамова, можно назвать новой для российских потребителей. Марина создает сет-дизайны и проекты бумажного оформления для крупнейших компаний не только в России, но и по всему миру.

Новое подчеркнул для себя и **Энвер Бакшиш**, специалист по развитию типографии «Бригантина»:





«Такое мероприятие позволяет познакомиться с новыми взглядами на привычные изделия, такие как открытки. Я познакомился с шедеврами, которые делает своими руками художница. После семинара у меня остались положительные эмоции и ощущение благодарности, потому что нам представили новый взгляд, нас вдохновили, показали реализованные проекты». Энвер Бакшиш отметил, что на семинаре для каждого гостя подобрали индивидуальный подход и вдохновили на достижение новых высот в своей деятельности.

Как объяснила Марина Адамова, это живой обмен информацией, возможность в реальном времени обмениваться профессиональным опытом, найти решения и новых друзей. Также это возможность выйти из зоны своего комфорта и поля деятельности, взглянуть на нее под другим углом и узнать новое для себя. «Спикеры уникальные, влюбленные в свое дело. Так преподносить информацию о бумаге могут только те, кто влюблен в свою работу. Это дорогого стоит, – поделилась **Ирина Глазунова, директор студии дизайна «Зубры Графикс» (Челябинск)**. – Такие встречи остаются в памяти надолго. И окружение, и сама бумага вдохновляют на творческие подвиги».

Мир бумаги

Наталья Селянина: «Мы придумали необычный формат, который включает в себя возможность не только узнать о бумаге, но и возможность творить с этой бумагой. Для этого мы пригласили талантливого художника и нашего давнего друга Марину Адамову провести для всех желающих мастер-класс по созданию елочной игрушки в технике бумагопластика. Любой желающий имел возможность по-



пробовать себя в роли творца. Как оказалось, это сложнее, чем кажется. Занятие требует кропотливого труда и концентрации. Параллельно с мастер-классом в неформальной обстановке гости обсуждали с коллегами текущие дела и обменивались впечатлениями. Марина Адамова: «Надеюсь, этот небольшой опыт подтолкнет к новым свершениям и идеям. Самый повторяющийся комментарий по окончании семинара – „Разрыв шаблона“ – и это здорово!».

Евгения Забиян, начальник производственного отдела «Магнитогорского дома печати»: «Семинар прошел как на одном дыхании. Уютная, дружеская атмосфера, встреча с коллегами и знакомство с новыми партнерами. На семинарах я не впервые, на этот раз порадовали образцы рекламных комплектов, выполненные из дизайнерской бумаги. Бумага замечательная, подходит для различных дизайнерских решений. Особенно интересно знакомство с новым использованием бумага-пластики в полиграфии. Это эксклюзив для наших заказчиков».

Алексей Гончаров, директор компании «ПРОФИЛЬ ППК»: «Хочу отметить высокий уровень организации, спикеров и интересный мастер-класс. Взглянул с другой стороны на бумагу PERGRAPHICA®, отметил для себя новые интересные моменты использования в производственном процессе». **Артем Пушкарев, начальник отдела снабжения компании «Эстетис»**, также подтвердил, что мероприятие проведено на должном уровне: «Благодарю представителей компаний Mondi и «Дубль В» за приглашение. Всегда приятно, когда непосредственно производители продукции заинтересованы в общении с клиентами вживую».

С первой минуты мероприятия чувствовалась необычная атмосфера, ощущение деловой встречи и партнерского отношения – так описал атмосферу **Вячеслав Паршуков, директор компании «ЗауралПак» (Курган)**. «В доступной форме, без сухих чисел нам рассказали всю информацию о бумаге PERGRAPHICA®. В рамках семинара гармонично вписался мастер-класс по работе с бумагой. Проекты Марины Адамовой действительно шикарны. Я впервые увидел нечто подобное. Впечатления о семинаре самые позитивные. Желаю организаторам и коллегам дальнейших творческих успехов!», – подчеркнул Вячеслав Паршуков.



«Как говорится, дорога ложка к обеду. Начался новый сезон, я благодарна гостям, которые откликнулись, несмотря на плотный график и большую загрузку. Для нас важно, чтобы руководители, дизайнеры получили знания, опыт, идеи, вдохновение, приятное общение. Как показала колоссальная обратная связь, это получилось. Гости вдохновились новыми идеями для участия в конкурсе ALL ABOUT PERGRAPHICA, предлагают креативные предложения своим заказчикам, разрабатывают на бумаге PERGRAPHICA® проекты к новому году: открытки, календари, упаковку. Такие мероприятия, безусловно, полезны, и мы обязательно будем продолжать проводить их. До скорых встреч!», – подвела итог Наталья Селянина.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

«Ареал»: выбор сделан в пользу Gallus Labelmaster

В компании «Ареал» (г. Энгельс, Саратовская область) в мае 2018 года запущено новое флексографское печатное оборудование – Gallus Labelmaster. Эта третья машина данной модели, установленная в России компанией «Гейдельберг-СНГ» за два года, прошедшие с момента мировой премьеры платформы Gallus Labelmaster в сентябре 2016 года.

По словам руководителей «Ареал», приступив к выбору новой флексографской печатной машины, они рассмотрели все возможные варианты, которые предлагают ведущие поставщики. Несмотря на то, что на тот момент Labelmaster только вышла на рынок, и компания Gallus не могла пока предоставить некоторое дополнительное оснащение и подтвердить качество примерами эксплуатации в типографиях, выбор был сделан все-таки в пользу Gallus. Значимым аргументом для принятия этого решения стало длительное сотрудничество с «Гейдельберг-СНГ». «За годы работы у нас сложились отличные партнерские отношения, – рассказывает **Игорь Рушинов, генеральный директор полиграфической компании «Ареал»**. – Кроме того, нам предложили очень хорошие условия на приобретение новой машины».

«Мы знаем, что можем рассчитывать на поддержку «Гейдельберг-СНГ» по всем вопросам, связанным с оборудованием, – добавляет **Роман Прохоров, директор по развитию «Ареал»**. – У нас есть уверенность в наших партнерах – «Гейдельберг-СНГ» и Gallus».

Опыт и лидерство

Первый Gallus появился в «Ареал» в 2001 году – эта 5-красочная машина модели Arsoma EM 280, оборудование работает в типографии до сих пор. С ее запуска началась деятельность компании на рынке самоклеящейся этикетки (до этого «Ареал» занималась изданием рекламных газет и производством рекламной полиграфической продукции). Первые два года работы на рынке самоклея-



Игорь Рушинов, генеральный директор, (слева) и Роман Прохоров, директор по развитию.

щейся этикетки дались непросто, однако со временем все процессы были выстроены и компания начала активное развитие в этом сегменте. Сегодня «Ареал» по собственным оценкам является лидером по объему выпускаемой продукции в Саратовской области и Поволжье. Компания динамично развивается: например, за первое полугодие 2018 года количество заказов на самоклеящуюся этикетку выросло на 9% по сравнению аналогичным периодом в прошлом году. Параллельно с узкорулонной, компания активно развивает широкорулонную печать (оба вышеупомянутые направления сегодня примерно равноправны в бизнесе «Ареал»), а также офсетную печать, но этот участок сегодня не является приоритетным и составляет менее 10% в общем объеме продукции, выпускаемой компанией.

О сотрудничестве «Гейдельберг-СНГ» и «Ареал», а также о новой модели оборудования Gallus рассказал **Ашот Акопов, руководитель центра узкорулонного оборудования «Гейдельберг-СНГ»**: «Labelmaster открывает новую линейку оборудования компании Gallus, отвечающую самым современным требованиям и тенденциям. Эта простая и надежная машина, традиционно гибкая в построении даже в наиболее сложных конфигурациях, и при этом очень простая в управлении. Первые же установки Labelmaster показали ее серьезную проработку до вывода на рынок. Сейчас, уже имея опыт нескольких запусков этой модели на постсоветском пространстве, мы можем смело сказать, что Labelmaster – это новая история успеха Gallus.



«Ареал» – это наши надежные партнеры. За многие годы работы в отрасли компания прошла, как говорится, «огонь и воду» – были и периодические кризисы, и «ракетные» взлеты. Сегодня это предприятие, динамично развивающееся в нескольких сегментах полиграфического рынка, безусловный региональный лидер, которым руководят настоящие специалисты, честные и трудолюбивые люди, ценящие надежность во всем, включая дружбу, которая связывает нас уже многие годы!».

От Энгельса – до самых до окраин...

Основная часть клиентов типографии (около 90%) – это производители продуктов питания, среди которых есть и федеральные, и региональные компании. В «Ареал» с гордостью говорят о географии, которую охватывают маршруты отправки заказов: небольшой город Энгельс является поставщиком этикетки и других видов полиграфии для клиентов из Перми, Ижевска, Красноярска, Казахстана, а также для компаний из Центрального и Северо-Западного регионов России. «Мы можем предложить разную продукцию, поэтому нашим менеджерам по продажам проще „зайти“ к новому клиенту, – говорит Роман Прохоров. – И наши „продавцы“ отлично справляются с задачами, напрямую содействуя тому, чтобы производство типографии работало 7 дней в неделю, а новая машина была достаточно загружена. Сегодня мы с уверенностью можем сказать, что Gallus Labelmaster оправдала наши ожидания – она быстрее, удобнее и практичнее других машин».

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ»

Грузия собирает друзей



Максим Платонов, руководитель отдела технологической поддержки «Гейдельберг-СНГ»; Владимир Фарнасов, технолог-консультант «Гейдельберг-СНГ»; Годердзи Годердзишвили, руководитель Heidelberg Грузии.



В июле 2018 года специалисты Центра расходных материалов «Гейдельберг-СНГ» (ЦРМ) провели семинар для полиграфистов Грузии. Мероприятие было организовано силами местного офиса Heidelberg. Семинар посетили около 30 руководителей и специалистов из типографий в регионе. Основной темой докладов стали рекомендации, которые специалисты «Гейдельберг-СНГ» предлагают для повышения эффективности производственных процессов и снижения издержек на полиграфическом производстве. Эти задачи сегодня являются важнейшими практически в любой типографии. С презентациями выступили Максим Платонов, руководитель отдела технологической поддержки «Гейдельберг-СНГ», и Владимир Фарнасов, технолог-консультант «Гейдельберг-СНГ». Они рассказали о необходимости проведения технического обслуживания оборудования, правильном подборе материалов. Были представлены наглядные примеры того, как отсутствие профилактики оборудования приводило к простоям производства и перепечатке тиражей, и, как следствие, к огромным потерям. Также участники узнали о новых продуктах в портфеле компании.

Рекомендации для всех участков производства

В блоке, посвященном допечатным процессам, были представлены экономичные тиражестойкие

пластины Saphira PY/PW, которые отлично зарекомендовали себя на российском рынке. Из новинок для печатного цеха специалисты обратили внимание на новую красочную серию Saphira Classic Speed, которая обладает отличными печатными характеристиками и отличается стабильностью в работе.

«Специалисты «Гейдельберг-СНГ» рассказали о необходимости проведения технического обслуживания оборудования, правильном подборе материалов»

А в разделе печатной химии были представлены продукты, уже успевшие стать бестселлерами: смывки Saphira Wash 562 для традиционной печати и Saphira Wash 576 для печати с использованием УФ-технологии. Большой интерес вызвали средства для очистки валов увлажнения Saphira Damp clean и Saphira Damp clean Combi, обладающие отличными очистительными свойствами – благодаря более щадящей формуле значительно увеличивается срок их службы. Блок докладов был посвящен послепечатной отделке, проблемам клеевого бесшвейного скрепления и способам их решения.

Качество подтверждено временем

На семинаре говорили и о продукции Saphira. В этом году бренду 10 лет, этот юбилей в концерне Heidelberg отмечали в мае 2018 го-

да. В блоке Saphira 10 была представлена история марки, а также говорилось о новых продуктах в линейке и о мощностях, интегрированных в течение последних трех лет в глобальную производственную и сбытовую структуру Heidelberg (компания BluePrint, а также Hi-Tech Coatings и FujiHunt).

Докладчики поделились и практической информацией, рассказав об успешном внедрении ноу-хау в одной крупной российской типографии, где применяется специальный сегментально-гравировальный вал Saphira GTT Banded Roll вместе с лаками Saphira. Это позволило типографии безошибочно подобрать параметры для достижения оптимального результата лакирования практически за один прогон.

В заключении руководитель «Heidelberg Грузия» Годердзи Годердзишвили поблагодарил собравшихся гостей за искренний интерес, проявленный к мероприятию, активное участие в обсуждении и выразил надежду, что такие нужные встречи будут проходить на регулярной основе.

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ»

Новое имя дочерней компании Koenig & Bauer в России



Один из лидеров рынка печатных машин – немецкий концерн Koenig & Bauer в конце 2017 года в честь своего двухсотлетия произвел полный ребрендинг и переименование компании. Спустя год о своем переименовании заявляет и его 100-процентная дочерняя российская компания. С октября этого года ООО «КБА РУС» официально переименовано в ООО «Кениг унд Бауэр РУС». Примеча-

тельно, что российской дочерней компании Koenig & Bauer в октябре этого года исполняется 15 лет. Юридически все необходимые изменения уже произведены, в ближайшее время все необходимые изменения будут произведены на сайте компании, в адресах электронной почты и так далее.

По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»

Новая листовая техника к 275-летнему юбилею

За несколько недель до юбилея издательский дом ввел в эксплуатацию восьмикрасочную Rapida 106 с переворотом для печати 4+4 и дополнительного лакирования.

С одной стороны, машина с переворотом может печатать обложки за один листопрогон, включая лакирование внешней стороны. Уже это дает L. N. Schaffrath больше рентабельности, так как нет необходимости второго листопрогона, включая соответствующее время для сушки. С другой стороны, некоторые внутренние тетради – типичные рулонные продукты – также будут печататься на новой машине. Для этого Rapida 106 оснащена рулонно-листовым устройством RS 106. Благодаря этому на ней можно обрабатывать такие же рулоны, как на С16. Переход между двумя машинами Koenig & Bauer возможен в любое время.

Помимо этого, все больше и больше заказов имеют различные издания и версии для различных групп клиентов. И здесь Rapida 106 подходит как нельзя лучше: в зависимости от количества страниц в печатной продукции при тиражах примерно до 9 000 экземпляров производство в листовом офсете получается существенно дешевле, чем в рулонном. С точки зрения автоматизации и контроля качества Rapida 106 оснащена всем, что может эффективно использоваться в повседневной работе издательского дома: DriveTronic SPC с Plate Ident для одновременной смены печатных форм, CleanTronic Synchro для параллельных процессов смывки, QualiTronic ColorControl для быстрого измерения и регулировки цвета inline, Lab-измерения, ImageZoom (видеолупа и цифровой

счетчик крестов), ErgoTronic ACR (видеокамера для регулировки приводки), малая высота контрольных шкал. Это дает возможность стандартизировать процессы и облегчать работу печатников, обслуживающих Rapida 106.

Для машины запланирована очень высокая загрузка. «Мы будем печатать на Rapida 106 около 50 млн листов в год», – отметил Мартин Зелльманн, руководитель производства L. N. Schaffrath. Благодаря этому инвестиции могут быть амортизированы в относительно короткий срок. Новым также является то, что издательский дом шаг за шагом перешел от стратегии работы на двух машинах к стратегии работы на одной машине в листовом офсете.

По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»



Вклад в полиграфию



Дмитрий Тарасов, старший преподаватель ИРИТ-РтФ УрФУ, 17 октября на заседании диссертационного совета Д.212.281.02 при ФГБОУ ВО «Уральский государственный лесотехнический университет» защитил диссертацию на соискание ученой степени кандидата технических наук. Тема диссертации: «Зависимость белизны бумаги для печати от содержания в ней минеральных компонентов». Научная специальность 05.21.03 – «Технология и оборудование химической переработки биомассы дерева; химия древесины». Дмитрию Тарасо-

ву удалось впервые показать взаимосвязь минерального состава бумаги и ее белизны.

Бумага с идеализированным спектром (БИС) – это аналитически заданный эталон, который должен заменить современные физические эталоны (сульфат бария, оксид цинка...). Уравнение эталона сочетает в себе, с одной стороны, требования МКО (международной комиссии по освещению), с другой – требования стандарта ISO 12647-2, касающиеся цветовых координат бумаги для печати.

По признанию Совета, работа более чем актуальна. Инвестиции в обновление ЦБК по меркам страны скудные, новые производства, особенно выпускающие мелованные печатные бумаги, не открываются, ЦБК и бумажные фабрики руководствуются стандартами полувековой давности и т.д. Эту проблему озвучили полиграфисты еще 5 лет назад, с тех

пор ее актуальность не снижается.

«Если организации по стандартизации примут во внимание результаты исследований, последние могут стать основой для создания нового международного стандарта, – объяснил Дмитрий Тарасов. – Предложенный подход позволил обосновать статистически значимый производственный метод оценки белизны бумаги для печати. Данный метод в сочетании с результатами РФА позволил выявить влияние минерального состава бумаги для печати на ее белизну, что перспективно для корректирования производственных технологий с целью улучшения качества ее выработки. Результаты диссертационной работы прошли положительную апробацию в полиграфических предприятиях региона и внедрены в учебный процесс УрФУ».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Машины Ricoh теперь и в «Гуд Принт»

В августе 2018 года типография «Гуд Принт» установила на производстве две новые цифровые печатные машины Ricoh – первая в России Ricoh Pro C9200, а также пятикрасочная Ricoh Pro C7200X.

Ранее парк оборудования «Гуд Принт» состоял из цифровых машин Xerox и Konica Minolta. В последнее время возникла потребность в обновлении производства. Руководители изучили рынок и остановились на оборудовании компании Ricoh.

Ricoh Pro C9200 – флагманская модель в линейке полноцветных цифровых печатных машин компании. Она позволяет печатать на материалах плотностью до 470 г/м². Возможна автоматическая двусторонняя печать на листах длиной до 1030 мм и односторонняя на листах длиной до 1260 мм. Скорость печати – до 115 стр./мин. Машина позволяет закрыть разрыв между офсетными и цифровыми процессами, обеспечивают производительную высококачественную



печать с низкой себестоимостью.

Ricoh Pro C7200X печатает на листах длиной до 700 (автоматический дуплекс) или 1260 мм (с одной стороны) и плотностью до 360 г/м². Максимальная скорость – 85 стр./мин. Особенность машины – пятикрасочная конфигурация, позволяющая в дополнение к СМΥК наносить белила, прозрачный тонер, а также неоновые тонеры розового и желтого цвета и так называемый «невидимый» красный тонер.

Новые цифровые печатные машины Ricoh в типографии «Гуд Принт» закроют текущие задачи по изготов-

лению рекламной полиграфии, а также позволят начать выпуск мелкосерийной упаковки из плотных и дизайнерских картонов с использованием дополнительных цветов.

В сентябре «Гуд Принт» исполнилось 6 лет. На первоначальном этапе развития типография определила для себя цель научиться работать с короткими тиражами. «Гуд Принт» позиционирует себя как типография для предпринимателей и славится своей прогрессивностью. Компания изначально работала на программном продукте, сегодня она использует в работе собственную уникальную АСУП – Gprint IS. Также в свое время несколько лет назад руководство «Гуд Принт» первым приняло решение разделить офис и производство. Сегодня «Гуд Принт» изготавливает в день более 200 заказов, 80% из которых доставляются в течение суток.

По материалам компании «Гуд Принт»

HP и ePac объявили о рекордной сделке на 20 ЦПМ HP Indigo 20000



Компания HP Inc. объявила, что ePac Flexible Packaging, лидер в области гибкой упаковки, использующий только HP Indigo, приобретает еще 20 ЦПМ HP Indigo 20000, чтобы стратегически расширить свой бизнес на всей территории США. Самая большая на сегодня сделка для бизнеса HP Graphics packaging, новый заказ ePac, оценивается в 100 миллионов долларов, включая оборудование, расходные материалы и услуги.

«Быстрый успех ePac с использованием HP Indigo доказывает, что рынок созрел для цифровых преобразований, – рассказал Энрике Лорес, президент Imaging, Printing and Solutions, HP Inc. – За два года ePac стала силой в цифровой гибкой упаковке, и HP Indigo является ядром бизнес-модели компании. С нетерпением ожидаем развития этого импульса, поскольку все больше таких компаний, как ePac, раскрывают универсальность и мощь цифровой печати HP».

Трехзначный рост ePac

В настоящее время ePac наслаждается трехзначным ростом, предлагая брендам высококачественную упаковку с быстрым оборотом, причем основу клиентской базы составляют предприятия малого и среднего бизнеса. 20 новых ЦПМ HP Indigo 20000 планируется установить на сайтах по всей территории США к 2020 году, поскольку ePac расширяет свою сеть до 15 филиалов.

На 4 сайтах ePac работают 8 ЦПМ HP Indigo 20000. Новая, уже третья, волна ЦПМ доведет установленную базу до 28 единиц для поддержки растущего потребительского спроса и обслуживания новых локаций, включая недавно анонсированные филиалы в Бостоне и Остине, дополнившие инсталляции в Мэдисоне, Чикаго, Майами и Боулдере.

Основанный в мае 2016 года с чистого листа, ePac Flexible Packaging – первый в Северной Америке полностью цифровой, полностью Indigo, производитель упаковки, фокусирующийся на экономичном производстве коротких и средних тиражей для брендов всех размеров, с быстрым выходом на рынок и графикой HD качества.

«Сотрудничество ePac с HP Indigo имеет огромный успех, это может легко превратиться в бизнес на миллиард долларов, – сказал Джек Нотт, генеральный директор ePac Flexible Packaging, на Pack Expo 2018 в Чикаго, где сделка с HP и была подписана. – Благодаря цифровой печати HP Indigo и нашей уникальной бизнес-модели наши клиенты извлекают выгоду из улучшенного опыта, включая выполнение заказов в течение 10 рабочих дней – по сравнению с 6-12 неделями для обычной печати, – а также снижение воздействия на окружающую среду и кастомизацию по требованию».

Растущий импульс для цифровой печати HP Indigo 20000

Цифровой перелом HP, который испытывает бизнес производства упаковки, может быть засвидетельствован более чем 160 ЦПМ Indigo 20000, которые уже проданы производителям упаковки по всему миру, по сравнению с 100 годом ранее.

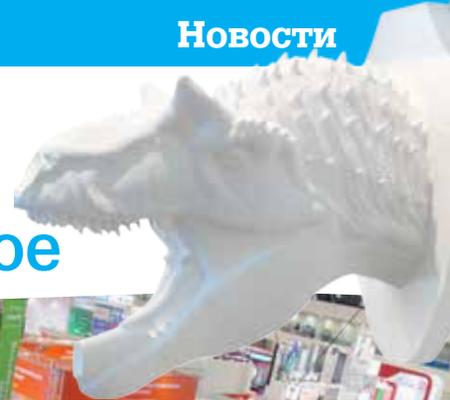
76 см ЦПМ HP Indigo 20000 может печатать практически любую гибкую упаковку с неограниченными вариациями и поддерживать спрос на рынке со все возрастающим числом артикулов, обеспечивая при этом минимизацию отходов за счет производства только необходимых количеств. Решение обеспечивает конвертерам свободу изготовления не только практически любой гибкой упаковки, но и этикетки и термоусадочных рукавов на пленке или бумаге – все это с проверенным качеством, чтобы соответствовать строгим требованиям бренда.

HP Indigo 20000 подключается к HP PrintOS, что позволяет типографии контролировать производительность печати в реальном времени в любом месте и в любое время, следовательно, непрерывно оптимизировать операции. Мощные приложения на облачной платформе PrintOS предлагают расширенные возможности, упрощающие и автоматизирующие операции печати. Подключая заказчиков непосредственно к PrintOS, типографии могут эффективно производить большие объемы и быть частью глобальной сети печати.

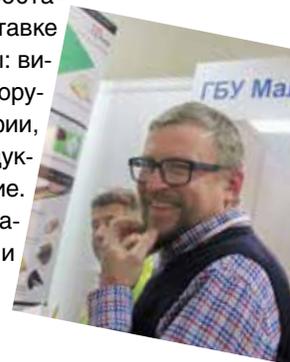
Гибкая упаковочная экосистема HP была создана с тем, чтобы включать в себя комплексные решения, такие как HP Indigo Pack Ready Lamination для быстрого выхода на рынок. Система состоит из ламинатора Pack Ready Ready, поставляемого компанией Karlville, и Pack Ready Film.

По материалам компании «НИССА Центр»

«РЕКЛАМА-2018»: кубки, пазлы и курсор-пирожное



Традиционная сентябрьская выставка успешно состоялась в 26-й раз. «РЕКЛАМА-2018» – ключевое событие года для отечественного рекламного рынка. Лучшие достижения представили 200 компаний из 14 стран. За 4 дня общее количество посетителей выставки составило более 13 000 человек. На выставке представлены тематические разделы: визуальные технологии в рекламе, оборудование и материалы для полиграфии, P.O.S.-материалы и сувенирная продукция, рекламные услуги и продвижение. Параллельно состоялся VII Международный форум «Матрица рекламы» и деловая программа.



«РЕКЛАМА-2018» – крупнейший в России международный проект в сфере рекламной индустрии, связующее звено между компаниями. По словам участников выставки, это единственное в России рекламное мероприятие, где можно увидеть новинки и ключевых игроков. Юрий Третьяк, коммерческий директор компании «Мимаки-Урал», отметил стенд из республики Беларусь, где было представлено уникальное оборудование с интересным функционалом. А также стенд ГК «РуссКом», демонстрацию оборудования и знакомство с представителем компании – Kohei Kobayashi из Японии. «РЕКЛАМА-2018» – это не только изучение новинок отрасли, но и возможность обменяться опытом с зарубежными коллегами.



Андрей Халилов: «Моя жизнь – это и есть кино!»



Яркий, харизматичный, творческий, разно-
сторонний. Андрей Халилов, торговый пред-
ставитель и технолог в одном флаконе, «уни-
версальный солдат», точно заслуживает зва-
ния душа компании – душа компании «ОКТО-
ПРИНТ СЕРВИС». Уже 40 лет команда и окру-
жение Андрея постоянно заряжены энергией
и новыми идеями. Именно столько лет Андрей
Халилов в отрасли.

■ Андрей, выбор полиграфии – случайный?

Я закончил школу в СССР и вы-
брал художественное отделение в
техникуме в Риге. Кстати, техни-
кум был полиграфическим, но я
увлеклся рисованием, чеканкой
и решил попробовать себя в этом
направлении. Поступить мне тогда
не удалось – руководство учебного
заведения приняло решение зачис-
лить только девочек (тогда только
я и еще один молодой человек по-
дали заявки). Я вернулся обратно
в Пермь, взял свои чеканки и рва-
нул в Нижний Тагил в училище на
художественное отделение по че-
канке. И там была «засада» – эк-
замены начались нестандартно
раньше, и я не успел. Тогда подал
заявление на ювелирно-граниль-
ный завод, но ответа не получил.
В итоге мама устроила в офсетный
цех учеником печатника в типогра-
фию «Звезда», где она работала
главным корректором.

■ Вы втянулись и поняли: это то, что нужно?

За 18 лет работы в типографии
я работал печатником на маши-
нах ПЦО, ПОЛ 6, Р-24, Р-46, V-44,
V-46, Speedmaster 102 – производ-
ство Германия. Работал пробистом
на пробопечатных станках Zetakont
(Чехия), FAG (Швейцария), Screen
(Япония). В итоге параллельно за-
очно закончил Московский поли-
графический техникум им. Федо-

рова. Профессионально вырос до
старшего мастера офсетного цеха.
Всегда прислушивался и учился
у главного технолога типографии
Рассохиной Таисии Федоровны, в
то время очень квалифицирован-
ного специалиста. Типография от-
носилась к ЦК партии, и работы
печатались совершенно разные: от
этикетки до портретов политбюро.
Печатали на всю страну отрывные
календари, книги... Кстати, мы пер-
вые напечатали книгу (в то время,
«учитывая политику партии», это
было подвигом) «Владимир, или
прерванный полет», посвященную
Владимиру Высоцкому. На презент-
тации присутствовала сама Мари-
на Влади, и я ей открывал двери,
устанавливал микрофон на сцене
в актовом зале типографии.

■ Все это время вас окружали та- кие же жизнерадостные и трудо- любивые личности, как и вы?

Да, мне повезло, наш коллек-
тив был очень дружным и актив-
ным. Мы вместе ходили на демон-
страции, летом ездили на турбазы,
участвовали в турслетах. Работали
в цехе и параллельно сообразили
вокально-инструментальный ан-
самбль «Может быть». Кроме вы-
ступлений, концертов в типогра-
фии писали свои песни, участво-
вали в конкурсах, телевидении,
пели в деревнях. Это было самое
счастливое и веселое время. Я с
детства привык быть в коллекти-

ве: бабушка работала в пекарне в
пионерском лагере, и уже с 6 лет я
в отрядах. Потом был пионерский
лагерь от типографии «Звезда»,
гитары, ребята работников изда-
тельства... У нас было целое по-
коление «ровнячков»: повзрослели
и многие пришли на предприятие
работать, так сказать, продолжать
династию.

■ Не поверю, что жизнь всегда была такой радостной и безза- ботной. Наверняка вы сталки- вались с трудностями, которые сделали вас сильнее?

Типография, в которой я рабо-
тал, относилась к ЦК партии. Ко-
нечно, приходилось держать мар-
ку. Нам, молодым и горячим, было
непросто, возникали споры. Ребя-
та получили полиграфическое об-
разование, а работники, которые
много лет трудились, не сдавали
своих позиций, и многим пришлось
оставить типографию. Однажды на
профсоюзном собрании мы набра-
лись смелости и выступили с ана-
лизом работы типографии и поло-
жения в полиграфии, предложили
продать старые печатные машины,
обновить парк оборудования, орга-
низовать рекламный отдел, (тогда
был рекламный бум, и типография
могла все упустить). Директор, увы,
не был в восторге от наших идей.
Через несколько лет организовались
отдельные рекламные агентства, на-
чали интересоваться у нас зака-

дами, которые мы могли сами делать. Возникали новые типографии с новыми машинами, а наши старые уже никого не интересовали. Мы выступили вновь (со мной был мой мастер, напарник по цеху), напомним, о чем рассказывали несколько лет назад, что все упустили. Помню, как весь зал аплодировал, но после все высказывались, что хорошего ждать не стоит... Последствия того выступления тогда, увы, оказались нерадостными. На тот момент мне предложили работу технологом в компанию «СанКемикел». Я посоветовался с семьей, и в сложившейся ситуации в типографии, решили соглашаться, несмотря на график постоянных командировок.

■ **Как вам новая глава в жизни?**

Было непривычно и тяжело сначала, как морально, так и физически, но интересно. Частые командировки по всей стране, нужно было помогать разбираться в проблемах печати, выступать на семинарах. Делился приобретенными знаниями и практическими навыками технологического процесса, внедрением материалов, проводил консультации, давал рекомендации. В то время я получил большое количество знакомств и встреч с интересными людьми. Но

в последствии компания выбрала цен-



1990 г.



1995 г.

трализованный путь деятельности из Москвы, а я оказался в дружном коллективе компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС», в котором на сегодняшний день отработал уже 10 лет. Пользуясь случаем, хочу поздравить всю компанию с 15-летним юбилеем. И вот уже 40 лет (правда, с учетом армии, куда ушел из типографии и вернулся в родной цех) я в полиграфии. Нисколько не жалею о полиграфической судьбе.

■ **Наверняка за это время у вас накопилось столько историй, что хватило бы на полноценную книгу.**

Я видел, как вырывали из спортивного календаря цветные листы-фотографии Белоусовой и Проффи-

Белоусовой – гуристов, сбжавших в Швейцарию.

Видел, как впечатывали коричневую краску в зрачки портрета Горбачева – не получался оттенок, отчаявшись, главный технолог сказала: «Держите эталон, как у Андрея Халилова глаза», а у меня они карие. Интересным оказалось знакомство с Алексеем Русских (коммерческим директором типографии «Форт Диалог – Исеть»), который в начале полиграфической карьеры сообщил, что заочно знает меня. Я случайно оказался с его

отцом в поезде в одном купе и увлеченно рассказывал про полиграфию. Так и получилось, что еще до знакомства Алексей про меня почти все знал!

Или вспоминается история знакомства с Владимиром Пушкаревым. Он занимался продажей химии в одной из компаний, я предложил ему поступить в полиграфический вуз параллельно с работой и потом стать главным технологом, например, типографии «Фабрика цвета». Удивительно, но впоследствии все именно так и сложилось. Много интересного происходило за эти годы, но самое главное – люди. Со многими полиграфистами крепко дружим. Как-то ко мне на рыбалку приехали друзья – коллеги из типографии «Лазурь», «Циркон» (Реж), «Фабрика цвета», компаний «Гейдельберг», «ОКТОПРИНТ СЕРВИС». Ловили щук, варили уху, жарили грибы – весело провели время. Так теперь каждый год традиционно выезжаем на рыбалку с друзьями на север Пермского края на реку Вишера. Палатки, рыбалка, гитары – море положительных впечатлений. Работа требует много сил, особенно в последние годы. Но без отдыха можно и здоровье потерять, которое надо беречь. Хотя беречь себя тяжело, я ведь продолжаю играть в баскетбол.

■ **Как вы оказались связаны со спортом? Любовь с детства?**

Закончил параллельно со школой спортивную школу баскетбола, и вот до сих пор с ребятами играем, тренируемся, выступаем на соревнованиях ветеранов. Все в наколенниках, в бинтах, перемотаны, но все равно не можем без баскетбола, тем более, что в команде и чемпионате города участвуют чемпионы России, бывшие игроки «Урал-Грейта». А в этом году в Москве мне посчастливилось принять участие в гала-матче благотворительного турнира легенд «Спартака». И я играл в футбол с известными «спартачами»: В. Хидиятулиным, В. Ловчевым, В. Кечиновым, Р. Нигматулиным и другими.

■ У вас столько энергии. На увлечении спортом вы не остановились?

Именно! Я ведь без музыки не ощущаю себя. Вырос на «Битлах», играл в школьном ансамбле на гитаре, потом в типографии организовали группу, и почти до сих пор нет-нет, да напишем песню. В 2015 году записали последний, 4-й двойной альбом. Вроде уже пора как-то заканчивать, да и работа забирает много времени, но друзья интересуются, когда будет очередной альбом. Пока собираем материал, тем более уже почти виртуально существуем, в Перми только с моим другом Шмелевым В., третий в Москве и один на «удаленке» в Болгарии. Хотя есть что вспомнить: молодость, выступления, первые клипы на телевидении, включение нашей песни в альбом легендарного (из «Веселых ребят» и «Аракса») Анатолия Алешина и участие на съемках в поддержку друга композитора Олега Сапегина в программе «ХИТ» на канале «Россия 1» при участии Трофима.

■ Несмотря на большой список ваших интересов лучший отдых – в кругу семьи?

Конечно. В отпуске я почти не путешествую, чаще всего все время отдыхаю на даче с супругой или на рыбалке. Но на этот раз

сделал исключение: дочь пригласила в гости в

Прибалтику. Вильнюс, Трокийский замок, Юрмала, Рига... (Кстати, не нашел тот техникум, куда 40 лет назад меня не пустили). Отдохнули семьей, это была неделя спокойствия и блаженства! У дочери своя жизнь, работа, она занимается программными обеспечениями к мобильным приложениям. Как и я в свое время, постоянно в командировках: разные страны, семинары, выставки. Дочь далеко от нас, но мы все равно за нее переживаем.

■ Оглядываясь назад, вам хочется что-то изменить, переписать страницы в вашей биографии?

Если проанализировать эти 40 лет, я, пожалуй, оставил бы все как есть. Кому не хватает приключений, могу пожелать в жизни такой же насыщенной эпопеи. Конечно, не все было гладко, были и ошибки, где-то нужно было сдержаться, перетерпеть ситуацию, поступить по-другому... Я не ярый борец за справедливость, но своими поступками, своим отношением к работе, к профессии заслужил уважение коллег, клиентов. Это вижу по обратной связи: положительные эмоции клиентов при встрече, при телефонном общении. Например, встает директор «Нефтекамской типографии» Булатов Ромэн на заключительной части полиграфического форума в Башкирии. Прерывая затишье, эмоционально выдает: «Только Андрей из всех компаний доехал до нас и помог отстроить технологию печатного процесса!». Может быть, это и есть оценка моей «полезности». Я не обладаю специфическими знаниями, не суперспециалист, хотя опыта – вагон, но всегда стараюсь помочь, если могу. А если не смогу, то найду тех, кто поможет «смочь».

А из редких положительных качеств – я дружу со временем, и если я обещал, или сказал, что буду во столько-то и тогда-то, значит, я буду точно! Можно даже не переживать.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

2015 г.

Блиц-опрос

Каким вы были в детстве?
Счастливым.

Прозвище в детстве?
Халила (как Дзурила) – в воротах стоял в хоккее.

Какую суперспособность хотите иметь?
Не стареть.

Ваш любимый час из 24-х?
21:00 – вечерняя чашка кофе дома.

Метафора: полиграфия – это ...?

Цыгане – своя жизнь, свои законы, где все про всех все знают.

Когда и чему удивлялись в последний раз?

Месяц назад в аэропорту Шереметьево на паспортном контроле (вылет за границу) слева без очереди проходил Сергей Шнуров и справа в очереди Владислав Третьяк.

В каком кино вы бы с удовольствием сыграли?

Так и так вся жизнь – кино, и я главный исполнитель!

Нужно нарисовать картину – что нарисуете?

Зеленый луг, лежащий парнишка напротив гор смотрит в синее небо, и чтобы соломинка у него во рту. И этим парнишкой буду я.

С кем из знаменитостей вы бы хотели пообедать?

Лучше с друзьями, кого давно не видел.

Самый удачный улов.

Любой, если приносит удовольствие самому и особенно кошке.

Мечта, которая сбылась.

Жду исполнения. Пока не скажу, чтобы не спугнуть.

С кем бы вы пошли в разведку?

С Шойгу.

Вы оптимист, реалист или пессимист?

Я реалистичный оптимист. Хочется видеть всегда блеск в глазах у тех, с кем общаешься. Чтобы это было, надо себя также держать в приподнятом настроении... чего и вам всем желаю!



Елена Лесунова: «Моя красочная жизнь»



Как гласит цитата Терри Сазер-на, «Течение, движение, рост, перемены – это четыре великих принципа жизни». Елена Лесунова, яркая личность в полиграфии, коллега и друг, на пороге перемен. Впереди новые горизонты, новые успехи, новые радости. Елена поделилась впечатлениями своей красочной жизни.

С чистого листа

Благодаря случаю я оказалась в полиграфии и стала частью команды «ОКТОПРИНТ СЕРВИС». Александр Почкаев, руководитель регионального развития, заметил меня в компании, которая занимается бумагой, и пригласил на должность руководителя филиала. Первое время в новой роли я испытывала не то чтобы страх, а сомнение. С головой окунулась в мир полиграфии и постепенно, шаг за шагом начала вливаться в отрасль. Благодарна и кафедре полиграфии УрФУ за ценный багаж знаний.

Спасибо команде, которая меня поддерживала все это время. Особенно Наталья Павловна Ботвиньева, технолог компании, которая де-



лилась своим опытом и объясняла нюансы полиграфии. Взамен я делилась своим настроением, энергетикой и результатами.

Проверка на прочность

С радостью посвящаю работе большую часть времени. Думаю, мне повезло: я человек гиперответственный. Встречаются непредвиденные обстоятельства, поэтому готова помогать 24/7, и не только по работе. Чего только за эти годы не происходило. За 11 лет накопилось так много историй, что хватит на отдельную главу.

Цвет настроения

Коллектив – это единый организм, и микроклимат в компании нужно поддерживать. Для меня



важно, чтобы коллеги с желанием приходили на работу. Одна из моих сотрудниц отметила: «С тобой можно и поговорить, и поделиться, и совета спросить, и отругать ты можешь за дело, тактично». Это тоже приятный «звоночек», что тебя ценят.

С командой мы проводим совместные мероприятия, тимбилдинг. Традиция устраивать небольшие пятиминутки тоже прижилась. Это так просто и так вдохновляет – купить торт, посмеяться, что-то вспомнить – и снова к делу.

Команда привыкла к моим идеям, шутит: «Опять что-нибудь придумает!» Например, раньше на Новый год поздравляли традиционно, и мне захотелось внести изюминку: сочинили слова, подобрали костюмы. И вперед – поздравлять любимых клиентов.

Стараюсь даже в рабочие будни внести яркие краски. Люблю удивлять. Один из случаев: приехала к



клиентам, говорю: «Сейчас краску будем тестировать». Они: «Сейчас? Лена, у нас нет времени и разрешения». Коробку открыли, а там вместо краски сюрприз – апельсины,



гранаты... Я увидела такое счастье в глазах. К работе я подхожу творчески. Один из вдохновителей – Андрей Халилов – такие видео делает или стихи пишет, что слезы наворачиваются.

Спасибо

Оглядываясь назад, понимаю: 11 лет в полиграфии – это не шутка. Решительность, терпение и тактичность, уверенность, рассудительность, мудрость – все это воспитала во мне работа.

Коллеги! Желаю испытывать радость от каждого проведенного дня в компании. Оставайтесь командой, становитесь еще прочнее. Я благодарна судьбе, что оказалась в полиграфии, где сложились теплые, дружеские отношения. Спасибо каждому за поддержку и доверие. Желаю здоровья, солнца, мира и любви!

С уважением и заботой,
Елена Лесунова

О решении проблемы за полминуты, странной конкуренции и бардаке в цехе



Максим Новоселов – мотиватор в полиграфии, бизнес-тренер, консультант WISE и основатель проекта PrintNetwork. Это тот случай, когда за каждой «должностью» реальные результаты. Это доказывает и интерес к его 12-ти часовым тренингам.

Все решения вместе

Я основал проект PrintNetwork 10 лет назад. Изначально мне просто надоело решать все проблемы самому, и я подумал: хорошо бы иметь площадку для обмена опытом. Типографии в Москве, Казани, Рязани очень похожи. То, что мучает руководителя, предположим, оперативной типографии в Туле, давно решили в Ярославле. В тот момент мне казалось, что все проблемы с технологиями или в области управления уже кто-то решил и нужно только собрать все эти решения в одном месте.

Как выяснилось, это не так: и решенных проблем мало, и не особо хотят делиться... Дело даже не в жадности, просто особенность культуры – проблемы нужно решать своими руками, не доверяя никому этот процесс.

Заметный спрос на технологию в области управления появился только год-два назад. Видимо, некогда устраивать эксперименты, нужны сразу решения.

Это смешно, но группа в Facebook появилась спонтанно. Я без особой надежды создал ее год назад, добавил полсотни друзей, и

группа ожила. Сегодня это самая живая группа по теме – так и сами участники считают. Многие проблемы с ее помощью решаются за минуты.

Некоторые посты очень открыты. Группа закрытая, коллеги делятся такими вещами, которые в открытой группе так просто не расскажешь: от технологии, экономики производства и методов привлечения клиентов до новостей.

Кстати, на октябрь 2018 года в группе 1800 участников. Получается, с нами примерно каждая 10-я типография СНГ.

Двигаться вперед

Я не могу говорить за всех, но некоторые, кого я знаю, рассматривают свои типографии как «свечной заводик» для принесения им дохода.

Двигаться вперед – это довольно трудноопределимый термин. Если это значит больше денег – да, полиграфисты готовы получать знания. Если обсуждение в соцсетях помогает решать проблемы и зарабатывать больше денег – да, готовы и делиться опытом, и использовать чужой опыт.

Во время неформального общения после любого семинара легко заметить, что в нашей отрасли конкуренция – вещь очень странная. Конкуренты искренне обнищаются, делятся секретами, советами. Так за пару часов можно узнать о рынке больше, чем за месяц исследований. Это поразительно!

С другой стороны, больше чем

на пару часов такого общения мало кого хватает – например, нам не хватает многих вещей инфраструктурного характера. В отрасли нет учебного центра для менеджеров и руководителей типографии, система подготовки технических специалистов вызывает удивление – попробуйте найти место, где обучить оператора ЦПМ или печатника на офсет... Отсутствуют практически все части этой структуры – от центральной библиотеки материалов (попробуйте найти ГОСТы и ТУ по теме, или русский мануал к резачку) до независимых органов экспертизы. Я полагаю, что руководителям типографий пора брать это дело в свои руки и создавать инфраструктуру самостоятельно.

Работа над ошибками

Рассказы об ошибках – благодатная почва – ошибок может быть сколько угодно много, и рассказы о них привлекают внимание. Только все это бесполезно – знание неправильных способов починить радиоприемник не поможет его починить.

Гораздо ценнее уделять внимание не ошибкам – а победам. Главная победа наших типографий – они все еще в игре, сражаются и выигрывают. Вот в этом они молодцы! Многие типографии – как шмели. Летают, потому что не знают, что это невозможно.

Почему типографии не всегда могут своими силами исправить недочеты? Это касается не только типографии – человеческий глаз не может увидеть сам себя. Ана-



нужно работать со всей организацией целиком. Это долго.

Однако, для небольших улучшений достаточно один-два-три дня. Например, совсем мало времени нужно, чтобы заметить бардак в цехе и объяснить, как именно навести там порядок. Результаты этого действия очень впечатляющие.

Взгляд на ведение полиграфического бизнеса у руководителей из регионов отличается. Ребята из регионов более живые, они смелее и крепче. Они алертнее и быстрее достигают результатов. Видимо, все дело в степени необходимости. Взять, например, Екатеринбург – посмотрите, какие замечательные типографии у вас работают. Мне очень понравилось в Екатеринбурге, вы просто суперские.

70 лет разработок

Количество бизнес-тренеров и коучей в последнее время растет. Как вычислить «неэффективных»? По делам судите. Не слушайте рассказы или истории – пойдите

возможно, в мире и есть другие эффективные технологии управления, например, у MacDonalds, Sony, GE и других взрослых компаний – но они ими не делятся. Мы делимся.

Вдохновляться или меняться?

Я провожу тренинг «Сарафанное радио». Казалось бы, это так просто – почему многие компании до сих пор ничего не делают? Потому что это трудно и очень дорого. Легко говорить: «Превосходи ожидания», но реально это делать трудно. Проще верить, что можно нанять «волшебного маркетолога», «менеджера с базой», «звездного продавца» и все будет тип-топ. На ложной вере «в таблетки и быстрые решения» строится, возможно, 60% экономики планеты. Особенно популярна бесплатная видео-версия тренинга «Ремонт продаж» – все хотят быстрых улучшений. Превратить свою типографию в идеальное предприятие намного труднее, чем хотелось бы.

логично и разум – не видит своих ошибок. Любой руководитель, приходя к коллегам, будет видеть ошибки и недочеты. Но у себя он их не увидит, тут просто нужны либо зеркало, либо сторонний наблюдатель. Кстати в этом польза обмена опытом – помогая другим найти решение, начинаешь видеть свои ошибки, как в зеркале.

Впрочем, также желательно, чтобы наблюдатель был хорошо обучен. Ведь если просто ходить и показывать ошибки, не получишь ничего кроме раздражения. Нужно делать это правильно – в этом и есть весь смысл консалтинга. Консультант – простая профессия. Прийти, сравнить текущее положение дел с идеальной картиной, выяснить, почему оно, отклонение, случилось, подтолкнуть к обнаружению решения для этого «почему», добиться, чтобы решение было внедрено.

Для достижения очень хороших результатов нужен примерно год. Ведь нельзя поправить тут, подлатать там. Организация – как человеческое тело, все взаимосвязано,

«Знание неправильных способов починить радиоприемник не поможет его починить»



и посмотрите. Посмотрите, какие результаты были получены ранее. Да, это бывает трудно сделать, так как обычно работа тренера связана с соглашением о неразглашении, но для хороших потенциальных клиентов такая возможность есть. Кроме того, у хороших тренеров есть вводные услуги за символическую стоимость, которые позволяют попробовать на вкус его продукт.

Мне повезло – я по сути предоставляю услуги, основанные на очень старой и хорошо зарекомендовавшей себя во всем мире технологии управления Hubbard Management System – мне доступны для работы результаты за 70 лет разработок и 350 000 внедрений в самых разных отраслях по всему миру. Не думаю, что вообще есть доступная публике технология с такой глубиной проработки. Да,

Впрочем, тем лучше – сейчас типографий несколько больше, чем нужно, пусть игроки незаинтересованные в реально хорошем обслуживании клиентов просто сойдут с арены. Всем станет лучше.

Сегодня способность к ответственности у менеджеров примерно равна способности людей брать на себя ответственность за других людей. Наиболее ярко это видно в браке – сколько семейных пар распадается в первые 10 лет жизни? 9 из 10, если я не ошибаюсь. Вот и ответ.

После семинаров по улучшению эффективности не просто вдохновляются, а меняются и внедряют идеи 1-2% слушателей, и это довольно много! Напомню, что само понятие «бизнес» в нашей стране появилось в 1993 году, так что, нам еще многое предстоит привести в порядок.

Я вижу ориентир



На семинаре «Сарафанное радио» бизнес-тренер Максим Новоселов объяснил: чтобы стать успешнее, нужен метод «Обмен с превышением» – делать для клиента больше, чем положено по стандарту. Как сказал один полиграфист в ответ на вопросы: «Спросите водителя, что он делает, чтобы ехать, и он запутается в педалях. Попробуйте проговорить, какие движения вы совершаете при дыхании, и вы начнете задыхаться. Трудно говорить о таких поступках, когда весь процесс и так заточен под клиентоориентированность». С этим можно согласиться. Но мы все-таки предложили представителям компаний вспомнить конкретные случаи, чтобы они смогли поделиться опытом и вдохновить коллег.

1. Как ваша компания проявляет индивидуальный подход?
2. Вспомните, когда кто-либо проявлял «Обмен с превышением» к вам.



Анатолий Филиппов, руководитель отдела сервисного обслуживания компании Konica Minolta Business Solutions Russia (Москва)

1. Клиентоориентированность и обеспечение высокого уровня сервиса – основная стратегия развития любой сервисной компании. Поддержкой клиентов занимается отдельный департамент Help Desk – в Konica Minolta мы всегда общаемся с клиентами лично, и для всех вхо-

дящих вызовов предоставляем бесплатную телефонную связь. Каждое обращение заказчика регистрируется в системе заявок, которая располагается на специальном клиентском портале. В личном кабинете можно самостоятельно отследить статус обращения (заявка обрабатывается, назначен выезд инженера, инженер приехал на объект и другое).

Help Desk состоит из первой и второй линии поддержки. Первая линия общается с клиентом через телефон или почту, и значительная часть вопросов решается на данном этапе. Решение более сложных проблем передается на вторую линию, где работают эксперты в области программных решений и оборудования. Если они не могут помочь клиенту, заявка

передается полевому сервису Konica Minolta или региональному партнеру.

За каждый аппарат клиента отвечает отдельный инженер. Он фактически является членом трудового коллектива того заказчика, с которым работает: знает его нужды, потребности. Наша задача не просто отремонтировать машину, а сделать так, чтобы оборудование в принципе вышло из строя как можно меньше. Поэтому мы ввели практику проактивного мониторинга: клиент даже не успевает побеспокоиться по поводу возникшей проблемы – современные технологии позволяют предотвратить или спрогнозировать ее появление. Например, все оборудование сегмента Pro и Press поставляется с 3G-модемами. Они передают инфор-

мацию о техническом состоянии машин в техническую службу и оповещают ее о возникших неполадках.

Мы также постоянно расширяем сеть складов по территории страны, чтобы уменьшить время простоя оборудования заказчиков – сейчас они находятся в 14 регионах. Благодаря этому доставляем необходимые детали на следующий рабочий день, а максимальный срок восстановления работоспособности оборудования – 24 часа.

Подразделение технической поддержки в Иркутске позволяет нам работать с клиентами из Сибири и Дальнего Востока, учитывая разницу в часовых поясах, чтобы заказчики могли получить помощь в удобное для них время.

Сотрудники компании и сервисные партнеры проходят тренинги в системе онлайн-обучения Konica Minolta. Также мы обучаем заказчиков в коммерческом сегменте. Например, операторы производительных систем цветной печати проходят специальные трехуровневые тренинги: узнают о рекомендованном типе бумаги, о настройке оборудования, изучают теорию цветопередачи. Обучение проходит не только в Москве: учебный центр проводит выездные тренинги в региональных представительствах Konica Minolta или на базе партнеров.

2. Я как клиент чувствую такие вещи на бытовом уровне. Клиентоориентированность тесно связана с профессионализмом. Если говорить о работе, для меня ощущение клиентоориентированности компании возникает тогда, когда после сотрудничества с ней нет замечаний, не возникает ощущение какой-либо недоделанности.



Ольга Гленская, маркетолог компании «Пикселпро» (Москва)

1. Сегодня полиграфические компании существуют в среде высококонкурентного рынка, что стимулирует



их адаптироваться к требованиям потребителей и придерживаться концепции ориентации на клиента, то есть клиентоориентированности. В условиях большого количества прямых конкурентов преимущество в борьбе за заказчика можно получить благодаря применению тактики «Маркетинг с превышением». Это своеобразная модель построения взаимоотношений с клиентом, при которой клиент получает добавленную ценность за ту сумму, которую он заплатил. К примеру, компания размещала заказ на изготовление листовок для проведения рекламной кампании, а в подарок получила еще и визитки. Основной момент, который должен соблюдаться при обмене с повыше-

нием ожидания – данные условия не должны заранее оговариваться с заказчиком.

Для нас основа клиентоориентированности – постоянный мониторинг рынка, потребителей (как реальных, так и потенциальных), изучение их потребностей и быстрая адаптация к изменениям данных потребностей. Принципы нашей компании: ориентация менеджера на конечный результат, а не на цену: заказчик хочет получить результат, а цена – всего лишь эквивалент результата, который ожидает получить заказчик; выявление всех потребностей клиента для наиболее полного их удовлетворения; достаточный уровень компетенции сотрудников компании и их личностные качества; наличие



ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

ПЕЧАТНИК.com – крупнейший в России портал по полиграфии и упаковке. Аудитория свыше **80.000** пользователей в месяц, более **8.000** зарегистрированных компаний

БОНУС
Укажи при регистрации код 6547 получи в подарок бесплатное размещение.

- ✓ Найти клиентов и партнеров
- ✓ Предложить свои товары и услуги
- ✓ Узнать последние новости отрасли
- ✓ Заказать нужные услуги и продукцию

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
УЖЕ СЕЙЧАС!**

Сайт: <http://pechatnick.com/>
Email: info@pechatnick.com
Телефон: +7(812)702-56-15





поэтому душевное отношение часто находит отклик. Как мы делаем больше «нормы», так и нам часто платят тем же, в этом и есть суть честного бизнеса, цивилизованного бизнеса, который все больше и больше входит в российскую действительность. Один из недавних случаев: специалист отдела закупок в технических характеристиках заявки на поставку бумаги указал неверную плотность, поставщик выполнил ее безукоризненно. Когда же выяснился этот факт, руководитель компании поставщика пошел нам на встречу и заменил позиции на нужные за свой счет, что очень помогло нам не выйти из графика работы.



Екатерина Красноперова, руководитель отдела продаж типографии «Копия»

1. На сегодняшний день наша компания клиентоориентирована, но не на 100%, мы постоянно работаем над саморазвитием. Улучшаем сервис, стараемся превосходить ожидания клиентов, и порой делаем невозможное возможным. Мы не останавливаемся только на полиграфии, потому что кли-

обратной связи для достижения более тесных взаимоотношений с заказчиком.

2. Опыт обмена с превышением – довольно частое явление в отношениях между потребителем и компанией, и бонусом необязательно должно быть что-то материальное. Это может быть дополнительный послепродажный сервис, гарантии, более полная информация о каких-либо эксплуатационных свойствах товара, которая поможет потребителю использовать продукт на все 100%. В качестве материального бонуса, например, организации часто предлагали упаковку, которая будет дополнять товар, или проводили акцию, смысл которой заключается в том, что всем покупателям в течение одного дня дают презент за покупку с помощью лотереи. Главное в маркетинге с превышением – сохранять состояние неожиданности.

1. К каждому клиенту у нас индивидуальный подход, это наше кредо, наша изюминка. Один из многих примеров ориентирования на клиента: в нашей практике широко используются круглые столы с клиентами, когда наши специалисты выезжают непосредственно в компанию для разнообразных консультаций, презентации новых направлений, материалов и продукции. Это высоко ценят наши партнеры, так как собираются все заинтересованные люди компании. Вместе мы создаем самые лучшие, самые уникальные и самые нужные направления работы в сувенирной продукции и полиграфии.

2. С поставщиками мы тоже стремимся к дружеским отношениям,



Елена Гребенщикова, генеральный директор рекламно-производственной компании «БЭСТ-НН», руководитель каталога «Эко Стиль» (Нижний Новгород)



енту важно обратиться в одну организацию, где ему предоставят весь спектр необходимых полиграфических услуг. Мы уделяем внимание обратной связи, и теперь предлагаем весь спектр, включая широкоформатную и интерьерную печать, а также изготовление вывесок. Если у нас нет возможности сделать самим, мы всегда посоветуем, к кому обратиться. Если говорить об индивидуальном подходе, мы работаем по принципу «максимум внимания каждому клиенту». Мы любим своих клиентов и стремимся сделать их жизнь лучше.

2. О клиентоориентированности очень много говорят сами владельцы тех или иных компаний, а так ли это на самом деле? На мой взгляд, о том, клиентоориентирована ли ваша компания, должны говорить не сотрудники, а клиенты. И если клиенты готовы вас рекомендовать и делиться вашими контактами, то да вы все делаете правильно. Если вы все продумали и знаете все точки соприкосновения с клиентами, если клиентам комфортно с вами работать, то вы, без сомнений, клиентоориентированная организация.



Виктор Вахитов, директор компании Pixipark (Томск)

1. В нашем бизнесе есть три основных этапа работы с заказчиком, где мы в какой-то степени проявляем клиентоориентированность. 1. Настройка проекта заказчика. На этом этапе мы избирательно делаем больше, чем обговариваем изначально. Связано это с тем, что сарафанное радио (наш копирайт на рабочих проектах) является самым эффективным каналом привлечения новых заказчиков. Такие «свадебные генералы» в будущем с лихвой окупают дополнительные инвестиции с нашей сто-



роны. 2. Техническая поддержка. На этом этапе сотрудничества с нами мы также пока не лимитируем количество обращений заказчиков. Наверное, в будущем мы к этому придем, но пока бизнес активно растет мы допускаем такую неэффективность. 3. Почасовая работа. В последнее время все больше заказчиков просят выполнить какую-то работу за дополнительную плату. Во-первых, на такие услуги мы изначально даем не высокую оценку стоимости часа спе-

циалиста. Во-вторых, мы примерно на 20% занижаем количество затраченных часов. Не скрою, что некоторые заказчики наших услуг стали мне друзьями. Некоторые даже лучшими.

2. На себе такое ощущаешь редко – вспоминается только автосервис, куда я иногда обращаюсь по вопросам электрики. Владелец сервиса весной помогал мне выбрать машину – безвозмездно.

Маргарита СЕМЕЙКИНА



САНТАЙ

УСЛУГИ:

- Изготовление и обрезаживание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

- Шлифовка резинового покрытия
- Ремонт посадочных мест
- Изготовление, ремонт металлических стержней
- Шлифовка металлических стержней

Россия, 664014, г. Иркутск, ул. Толевая, 4
 тел./факс: (3952) 70-92-72, 70-82-70
 моб.: +7-902-515-21-69, e-mail: 709272@mail.ru
www.santai-val.ru



12 вопросов о печати по текстилю



Держим руку на пульсе и продолжаем анализировать ситуацию на рынке печати по текстилю. Для более полного разбора мы пригласили двух экспертов с многолетним опытом работы – из столицы и региона. Нюансы объясняют Иван Виноградов, генеральный директор компании «Московская Мануфактура Печати и Пошива» (Москва) и Ольга Черкасова, директор компании «Студия Черкасова» (Екатеринбург).



Иван Виноградов



Ольга Черкасова

1. Как вы выбираете поставщиков тканей?

Ольга: Поставляем ткани только из проверенных источников. Существует ряд компаний, продающих ткани специально под печать. Есть ткани под прямую печать, есть под трансферную. Особое место занимают негорючие ткани, которые приобрели большую популярность в печати кулис, задников, сценических полотен для театров и концертных залов. Такие ткани подлежат обязательной сертификации. К тому же у наших покупателей очень жесткие требования к тому, чтобы ткань имела ровное переплетение нитей, чтобы не «шла саблей» к краю. Этого можно добиться, только выбирая специализированные ткани для флажной и печатной продукции. Поэтому экспериментировать с поставщиками было бы рискованно. Мы годами работаем с одними и теми же поставщиками, покупаем за более высокую стоимость, чем можно было бы привезти из Китая напрямую, но мы должны быть уверены в качестве и в надежности поставщика. То же са-

мое можно сказать и о поставщиках чернил и трансферной бумаги. За 20 лет существования компании мы проводили эксперименты с чернилами и убедились, что дешевые чернила приносят большой расход по итогу, чем дорогие. При применении дешевых чернил чаще приходится менять запасные части плоттеров, особенно страдает бюджет при смене печатных головок из-за некачественных чернил. Дешевые чернила гуляют по цвету от банки к банке – это катастрофа, если заказчик через месяц просит повторить тираж. Вообще, сублимационная печать сама по себе очень капризный вид печати: на цвет и тон влияет температура и состояние влажности в помещении, летом – дождь, зимой – центральное отопление. Затем, этап переноса трансфера на ткань также играет огромную роль. Поэтому достичь абсолютно идентичного результата из месяца в месяц практически невозможно. В основном эту разницу может увидеть глаз дизайнера. Мы стремимся на этапе подготовки макета утверждать с заказчиком пробы, ориентируясь на наши колорестеты.

2. Какие есть особенности предпечатной подготовки?

Иван: Требования бывают разные, начиная расположением исходных изображений и цветов, заканчивая корректировкой лекал. При использовании исходников клиента бывают проблемы с передачей цветов. Эту задачу мы решаем с помощью печати цветопроб и подгонки цвета до эталона.

3. За счет чего сохраняете 3D-качество изображения?

И.: Благодаря свойствам сублимационной печати чернила проникают глубоко в волокна ткани, поэтому изделия сохраняют стойкость изображения. Принт наносится по всей поверхности изделия, оставаясь при этом ярким и четким. При использовании высококачественного сырья (чернил, ткани) и правильном уходе за изделием срок его эксплуатации не ограничен.

4. Как отличаются запросы разных категорий заказчиков?

И.: Мы работаем с разными типами клиентов и можем адаптироваться под запросы каждого – это рекламные агентства, спортивные команды, интернет-магазины, корпоративные компании и так далее. Например, потребности РА – сделать большую партию быстро и

недорого. Интернет-магазины стремятся к долгосрочному сотрудничеству, им мы предлагаем интеграцию каталога и автоматизированный процесс заказов.

О.: Мы готовы изготовить заказчику необходимое количество цветопроб, чтобы добиться необходимого цвета. Чаще всего это касается дизайнеров одежды, авторских принтов. Есть ответственные заказчики, готовые вовремя утвердить пробу, экспериментировать на разных тканях, которые они используют для пошива своих изделий. Бывает, заказчик не всегда готов работать с полной отдачей вместе с производителем. Даже два трансфера, отпечатанные на одном квадратном метре и оттиснутые одним оттиском на разных тканях, будут отличаться по цвету. Особенно это касается дорогих тканей, не предназначенных специально для печати. Такие моменты эффективно можно донести до заказчика только на месте, когда он увидит все своими глазами – и процесс печати, и разницу изображения. Не каждый клиент готов тратить свое время на работу «в полях», приходится объяснять и показывать на примерах необходимость трепетного отношения к заказу и со стороны заказчика тоже.

5. Клиенты стремятся через печатную продукцию выразить свою индивидуальность?

И.: Безусловно. Сублимационная печать как современный метод нанесения позволяет клиентам не



ограничивать свою фантазию и потребности в изготовлении печатной продукции. Индивидуальность клиентов может раскрываться гораздо шире, не даром один из слоганов нашей компании: «Выделяйся из толпы».

6. Насколько важен аспект экологичного производства и материалов для клиентов, как вы этому соответствуете?

И.: Производство экологически чистой продукции не только глобальный тренд, но и важная социально-экономическая задача для крупных производственных компаний. Мы заботимся об окружающей среде и используем только проверенное сырье. По запросу клиентов предоставляем сертификаты качества продукции.

О.: Экологичность материалов имеет очень важную роль и для заказчиков, и для производства про-

дукции. Сублимационная печать – это печать водными чернилами, которые не имеют резких запахов (как при широкоформатной сольвентной печати). Поэтому ткань с сублимационной печатью может использоваться в любых помещениях без ограничений. Ограничения только в том, что сублимация наносится лишь на полиэстровые волокна, на натуральные же волокна сублистик не переносится. Это интересно наблюдать в смешанных материалах – окрашивается только полиэфирное волокно, тогда как натуральное остается неокрашенным. Такой эффект «ряпушки-старения» любят использовать дизайнеры, но в рекламной продукции (где необходимо донести с максимальной яркостью слоган или логотип компании) он недопустим.

7. Что интересует заказчиков сегодня?

И.: Поскольку у нас разная целевая аудитория, выделить что-то конкретное тяжело.

Если мы работаем с организациями, то они предпочитают свой дизайн, используя элементы корпоративной культуры.

Некоторые предпочитают минимализм, другие выбирают для себя абстракцию.

О.: В некоторых изделиях этот вопрос помогает нам решить еще один новый вид печати – латексная печать. Она наносится на любые поверхности – холст, плен-



ку, баннер, экокожу, обои. Можно и на ткань нанести латексную печать, например, на натуральный холст или вафельную ткань для полотенец. Но это не специализированный вид печати для тканей, ее нельзя многократно стирать или отдать в химчистку. Для интерьера же латексная печать незаметна, так как наносится на любой рулонный материал и абсолютно безвредна – не имеет в своем составе растворителей. Вот уже год как мы эксплуатируем латексный плоттер, который прекрасно встроился в нашу производственную линию, позволяет нам технологично исполнять заказы, над которыми приходилось ломать голову в прошлом. Один из примеров: печать на неподготовленной к печати натуральной холстине полноцветом разных изображений в тираже крупного формата. Ранее такой заказ мог быть напечатан с применением шелкографии, но это тиражная технология, и печать малых тиражей в составе большого тиража могла вылиться для заказчика в очень приличную сумму, к тому же печать шелкографией ограничена размером печатной рамы.

8. Как вы автоматизировали производство?

И.: Автоматизировали по средствам современных технологий, IT-решений, различных программ, разработанных конкретно под наше производство, чет-



ко построенной производственной линии. В любой момент времени мы можем отследить, на каком этапе находится ваш заказ.

9. С какими сложностями вы сталкиваетесь и как это решаете?

И.: Если говорить о сложных запросах, нужно определиться, что мы имеем в виду. Это могут быть короткие сроки либо повышенная сложность изделий. Мы научились удовлетворять запросы клиента (в рамках поставленных сроков), не нарушая обязательств перед текущими клиентами и не останавливая входящий поток новых заказов. Например, перед нами стояла задача удвоить производственные мощности, чтобы выполнить большой заказ, равный нашим месячным объемам.

Мы справились благодаря дополнительным сменам персонала и привлечению подрядчиков.

10. Какие новые технологии в отрасли вы можете отметить?

О.: В сублимационной печати не происходит революционных прорывов – это консервативный вид печати. Но с каждым годом технология совершенствуется. В этом году решили на эксперимент – приобрели печатающий сублимационными чернилами плоттер Epson. Мы получили возможность печатать сублимационные изделия потрясающего уровня качества, с тонкими и нежными градациями цвета, например, палантины или платки для модных дизайнеров с авторскими принтами или изображением картин Винсента Ван-Гога или Клода Моне. К тому же, новый плоттер имеет высокий уровень скорости, что позволяет нам печатать с большей скоростью по сравнению с прошлыми годами. Таким образом, наш парк оборудования увеличился до 4-х сублимационных плоттеров. Если учесть, что мы обладаем самыми большими плоскочечатными прессами в регионе (до 3 метров), то процесс печати на ткани оказывается не только технологичным, но и высокоскоростным.

И.: На рынке популярны несколько видов печати на тканях. Способ печати определяется задумкой дизайнера и материалом





выйти на уровень качества печати известных домов моды. Мы отслеживаем каждый отзыв клиента по методике NPS, которая измеряет уровень удовлетворенности и оценивает, готовы ли они рекомендовать нашу продукцию своим знакомым.

12. Насколько заказчики осведомлены в тонкостях производства?

И.: Мы стараемся развивать текстильную промышленность в России: создаем обучающие видео о производственных этапах, трендах на рынке и выкладываем их в общий доступ. Также мы участвуем на выставках и конференциях, даем интервью, где подробно рассказываем о нашем производстве и технологиях. Сейчас люди стремятся узнать, как был создан их товар, так как раньше производство всегда было закрытым и недоступным для клиентов.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

изделия. Фаворитом является прямая печать – это печать реактивными чернилами на натуральных тканях. Но сейчас концепция мелкосерийного производства важнее технологий. Она позволяет производителю работать без остатков и склада, выполнять заказы в короткие сроки строго по заказу клиента. Это удобно как для нас, так и для клиента.

11. Как вы в последнее время модернизировали производство и оптимизировали бизнес-процессы?

И.: Большим шагом для нас стало внедрение производственной ERP системы. Также мы используем современное итальянское оборудование, которое позволило нам

СТУДИЯ ЧЕРКАСОВА
ул. Коминтерна 16, оф.315
(343) 379-47-58 (59)
www.cherkasov-studio.ru

ФЛАГИ ВЫШИВКА ПЕЧАТЬ

15 кинематографических лет

Юбилей компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»



Работа одних компаний похожа на приключение, жизнь других – на драму. История развития компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» точно подходит для документального фильма о достижении успеха. Сегодня количество клиентов превысило 1 200 компаний, и это число постоянно растет.

Первопроходцы компании – 8 человек: Олег Красноров, Татьяна Климова, Валерий Савинов, Эльшан Алиев, Павел Сандомирский, Светлана Калмыкова, Андрей Красноров и Леонид Иванов. Название напрямую связано с историей создания. ОКТЕТ означает восемь. Восемь энтузиастов, которые поверили в успех. Если посмотреть на «сценарий» развития компании, четко прослеживается, что в центре всегда люди.

Основная идея команды на этапе разработки стратегии – собрать широкий спектр расходных материалов для полиграфии и построить продажи так, чтобы за счет оперативной доставки и технической поддержки выгодно отличаться на рынке. Первые продажи начались в октябре 2003 года.

Следующий важный для развития успеха эпизод – 2004 год, Дюссельдорф. «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» продолжает успешно развиваться и принимает участие в международной выставке Dupa. Именно на выставке принимается решение об открытии

нового направления режущих плоттеров швейцарской компании Zund.

Кульминация произошла осенью того же года. В ассортименте «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» появилось направление красок компании «Хостманн-Штайнберг РУС», которая предлагает весь спектр полиграфических красок концерна Huber Group, а «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» предлагает весь спектр расходных полиграфических материалов для качественной печати, за исключением полиграфических красок. 15.11.2004 – день рождения компании «Хостманн-Штайнберг РУС». Обе компании используют общую инфраструктуру и делят оперативные затраты, тем самым усиливая друг друга.

Развитие событий происходит стремительно. В производственных помещениях располагаются станции смешения офсетных и спиртовых красок, а также участок по резке офсетной резины. Участок резки резины оснащается режущим плоттером Zund с соответствующим программ-

ным обеспечением, системой хранения и размотки ролей. Это позволяет существенно повысить производительность и максимально автоматизировать процессы, а станция смешения спиртовых красок автоматизирована полностью.

Сегодня головной офис компании находится в городе Красногорске, в Московской области, на территории Первого Полиграфического Комбината. Там же находится станция смешения офсетных красок, включая автоматизированный участок, производящий до 12 000 кг смесевой краски в месяц. «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» прогрессивна и продолжает набирать обороты. Неизменная ценность за 15 лет – внимание к людям. К заказчикам и команде. Регулярно компания проводит семинары, которые стали традицией, встречей друзей. С первых дней работы в компании команда филиала в Екатеринбурге была уверена в успехе и каждый день делает все, чтобы клиент был доволен, а сотрудничество переросло в дружбу.





28.08.2003
образование компании
«ОКТОПРИНТ СЕРВИС».



2003 год
клиенты компании –
145 типографий.



2005 год
открытие филиала
в Екатеринбурге.



2013 год технический директор Климова Татьяна стала первым российским сертифицированным специалистом швейцарского института УГРА с правом проводить подготовку типографий с преаудитом к сертификации по PSO.



2015 год изготовлено более **330** тонн смесевой офсетной краски и краски для глубокой печати. Продано более **3 000** тонн полиграфической краски и нарезано более **50 000** листов резины – это более **30%** рынка РФ в сегменте листовых офсетных красок и листовой офсетной резины.



2015 год открытие демозала для оборудования Zund и участок по резке самых различных материалов.



160 сотрудников, **10** – в филиале Екатеринбурга.



5000 складских наименований предлагает компания и обслуживает **1600** клиентов.

Душа уральского филиала



Евгений Макаров,
руководитель

Судьба подарила мне шанс стать частью команды «ОКТОПРИНТ СЕРВИС». Убежден, что компетентность, опыт, целеустремленность позволят нам и впредь добиваться значимых результатов, уверенно двигаться к намеченным целям. Желаю коллективу компании успехов, всего наилучшего.



Ольга Мухаметзянова,
координатор

Я работаю в компании, можно сказать, с самого основания. Радуюсь каждым нашим новым успехам и достижениям. Поздравляю руководство и всех сотрудников с ДНЕМ РОЖДЕНИЯ компании! От всей души желаю уверенно держать лидерские позиции, желаю строить грандиозные планы и непременно добиваться величайших успехов. Удачи нам, уверенности, перспективных предложений и прогнозов.



Татьяна Петухова,
торговый представитель

Мой путь вместе с компанией начался 12 лет назад, в августе 2006 года. За эти годы наша компания развивалась, менялась, и все это работало на ее успех. Наше руководство – это супер лидеры, невероятно компетентные, которым полностью доверяешь в выбранном курсе, за которыми хочешь идти.

Я желаю всем успеха, процветания, роста, расширения, углубления в полиграфию и другие отрасли, которые даже не подозревают, что они будут нами завоеваны. У нас все получится.



Инна Жданок,
бухгалтер

Главная ценность компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» – это люди. Люди, для которых это не просто работа – это часть их жизни, без которой они себя не представляют. Люди, которые вкладывают всю свою душу, энергию, знания для достижения общих

целей. Люди, которые растут в профессиональном плане и помогают расти другим. Я благодарна судьбе, что 9 лет назад моя жизнь круто изменилась. Круто, потому что работать в «ОКТОПРИНТ СЕРВИС», занимаясь делом, которое тебе нравится – это счастье, а с хорошей командой это счастье вдвойне. «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» отмечает свое 15-летие, а число 15 – это как магнит, который притягивает успех в делах и выгодные контракты, хороших партнеров и влиятельных покровителей.



Вячеслав Дорохин,
технолог

Знаком с компанией «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» практически со времен основания уральского филиала. Компания зарекомендовала себя только с положительной стороны. Желаю динамичного развития и процветания на долгие-долгие годы!

С уважением,
компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

Доступная 3D-печать на Урале



Технологии постепенно меняют мир. Мы привыкли покупать детали печатных машин через сложные логистические схемы, делать заказ нужной запчасти на другом краю света. И всегда ждать, ждать, ждать... На поиск запчасти «со склада» приходится тратить немало времени. Но ситуация меняется. Более того, она меняется прямо сейчас!

Не так давно компания **POLIGRAF-PARTNER** предложила клиентам возможность заказать промышленную 3D-печать полиуретановых и металлических компонентов из легких сплавов на оборудовании **Farsoon**. При этом деталь получается готовой и не требует дополнительной обработки. Настало время разобраться, что такое 3D-печать, какая она бывает, и из чего состоят детали, созданные с помощью этой технологии.

могут оказаться дешевле, чем произведенные классическим способом с помощью литья или из цельной заготовки (особенно когда речь идет о размерах более метра при высокой точности изготовления). А скорость изготовления значительно выше сроков поставки запасных частей.

Изготовить редкий вариант одной из деталей печатной машины при наличии чертежа значительно легче. Особенно если деталь – одна из самых часто ломающихся, а обо-

3D-сканеров RangeVision позволяет сканировать с высоким разрешением как миниатюрные (менее 3 см), так и крупные объекты (от 1 м и более). Меняя только объективы, «зоны сканирования», можно создавать точную 3D-модель сложной геометрической формы.

Основные поставщики программных CAD-продуктов давно оптимизировали их для работы с технологиями трехмерной печати. Так что впервые реализуется идеальная формула производства: из чертежа сразу в готовое изделие. И это учитывая, что литье и механическая обработка требуют множество дополнительных усилий, создания различных приспособлений и инфраструктуры. При изготовлении деталей компания POLIGRAF-PARTNER использует программное обеспечение RangeVision, специально разработанное для быстрой обработки результатов сканирования. По окончании сканирования с помощью автоматизированных функций можно сшить фрагменты, заполнить пустоты, выровнять 3D-модель. В результате вы получаете высокоточную 3D-копию объ-

«С использованием 3D-сканирования можно создать образ детали „по сохранившимся обломкам“ или на основе ее зеркального варианта»

Традиционно считается, что цена печати металлических, да и пластиковых деталей на 3D-принтере намного выше, чем цена «обычного» производства. Но все меняется. Себестоимость производства и поставки традиционными путями и непосредственная печать подошли к границе, после которой ситуация изменится необратимо. Объемные детали сложной формы по стоимости

производство редкое. С использованием 3D-сканирования можно создать образ детали «по сохранившимся обломкам» или на основе ее зеркального варианта.

Благодаря принципу структурированного подсвета 3D-модели, получаемые с помощью **3D-сканеров RangeVision Pro 2M / Pro 5M**, в результате отличаются высокой точностью и детализацией. Гибкость

екта. Выходной формат моделей STL можно использовать для дальнейшей 3D-печати. На создание 3D-модели и сканирование детали потребуется 1-2 дня.

Отношение к 3D-печати как к «несерьезной» технологии пора оставить в прошлом. Установки **Farsoon** оснащены интеллектуальными системами терморегуляции зоны построения, которые обеспечивают высочайшее качество, точность и повторяемость производимых изделий. Установка серии 403P в конфигурации для работы с высокотемпературными материалами, такими как PA6, позволяет использовать их для производства термостойких изделий промышленного назначения. Произведенные с ее помощью металлические детали по прочности не уступают обычным литым, хотя используют сплавы более высокой стоимости. Farsoon – единственный в мире производитель систем селективного лазерного спекания, установки которого имеют полностью открытую архитектуру. Система Farsoon предоставляет пользователям уникальную свободу и гибкость производства, так как имеет открытые рабочие параметры. Это позволяет оператору полностью контролировать работу системы, изменяя и настраивая мощность и пятно фокуса лазера, скорость сканирования и

штриховки, выбор стратегии спекания, температуры для построения, толщины наносимого слоя и другое. Материал печати можно менять, что дает невиданную свободу в разработке новых материалов и областей применения данной технологии.

Технология основана на последовательном спекании слоев порошкового материала с помощью лазеров высокой мощности. SLS зачастую ошибочно принимают за схожий процесс, называемый выборочной лазерной плавкой (SLM). Разница заключается в том, что SLS обеспе-

«По окончании сканирования с помощью автоматизированных функций можно сшить фрагменты, заполнить пустоты, выровнять 3D-модель. В результате вы получаете высокоточную 3D-копию объекта»

Материалы для 3D-печати

Основная масса деталей, разумеется – пластик, но сплавы металлов также используются при 3D-печати. Для полиграфической промышленности интереснее всего именно пластик и металлы. Выбор материалов достаточно большой, в наличии сырье для изготовления деталей из алюминия, нержавеющей стали, титана и бронзы.

Технологии 3D-печати

Применяется два вида: SLM и SLS. Выборочное лазерное спекание (SLS) – метод аддитивного производства, используется для создания функциональных прототипов и мелких партий готовых изделий.

чивает лишь частичную плавку, необходимую для спекания материала, в то время как выборочная лазерная плавка подразумевает полную плавку, необходимую для построения монолитных моделей.

Именно технологию SLM применяют немецкие компании – лидеры по производству автомобильных компонентов. Родственная технология SLS – selective laser sintering, которая означает «выборочное лазерное спекание», применяется для пластмассовых деталей. Спекание производится за счет вычерчивания контуров, заложенных в цифровой модели («сканирования») с помощью одного или нескольких лазеров. По завершении сканирования рабочая платформа опускается, и наносится новый слой материала. Процесс повторяется до образования полной модели.

Прогресс в области трехмерной печати происходит настолько быстро, что в течение буквально десятилетия возможна революция в области производства запчастей и логистики при обслуживании печатных машин.

Для более детального знакомства с возможностью изготовления 3D-запчастей обращайтесь к специалистам компании POLIGRAF-PARTNER.

По материалам компании
POLIGRAF-PARTNER
www.pf-pr.ru
order@pf-pr.ru



Оборудование Ricoh – мольберт!



Как точно подметил генеральный директор компании Ricoh Rus Константин Клейн, полиграфия, или, как говорят англичане, graphic art, переводится как «графическое искусство». Действительно: это не только производство, это и творчество. Чем на большее количество вопросов техника отвечает «Можно», тем она ценнее. Оборудование Ricoh разработано для максимальной свободы творчества. Константин Клейн отметил: самое главное – техника должна попасть в хорошие руки. Если к машине относиться не как станку, а как к мольберту, результат будет намного лучше. Именно такое отношение у типографии «ДАММИ» к парку оборудования.

Больше чем подарок

2018 год для типографии «ДАММИ» юбилейный – 25 лет. В связи

с этим руководство компании приняло решение модернизировать предприятие. Компания приобрела 3 промышленных машины Ricoh: четырехкрасочную Pro C7200s, Pro C7200x с дополнительными розовым, неоновым желтым и невидимым красным цветами и монохромную ЦПМ Pro 8210s. Роза Шевченко, генеральный директор типографии «ДАММИ»: «Сотрудники типографии привыкли к регулярным обновлениям. У нас существует правило: каждые 5 лет мы всегда проводим обновление парка, поэтому для работников нашего предприятия это уже закономерность. Результатом мы более чем довольны». «Благодаря новому оборудованию можем позволить себе большой спектр полиграфической продукции: полноцветная печать, до-

полнительные краски, неоновые краски. Мы можем печатать на металлизированных бумагах, – добавил Сергей Петухов, директор типографии «ДАММИ».

Деловые друзья

Деловые партнеры, клиенты стали для типографии не просто коллегами и заказчиками, а друзьями. Осуществили проект модернизации благодаря компаниям Ricoh Rus, «Графические системы» и банку ВТБ.

«Сегодня праздник, сегодня очень большой день, – поделился Константин Клейн. – Наши друзья из компании «ДАММИ» нас благодарят, а я думаю, что это мы должны их благодарить. И в первую очередь за доверие. Мы всегда будем рядом. С любой техникой могут возникнуть сложности, и мы никог-



«На глазах у присутствующих в считанные минуты одновременно три машины Ricoh печатали каталоги для выставки, книгу, образцы печати»



да не дадим остаться один на один. Наше оборудование не может раскрыться без таланта, без золотых рук людей, без их души. Я вижу, как раскрывается техника в любящих талантливых руках сотрудников «ДАММИ». Уверен, что машины будут удивлять не только заказчиков, но и своих владельцев». К поздравлениям присоединилась Светлана Смирнова, управляющая розничным бизнесом банка ВТБ: «Жизнь в 25 лет только начинается. Вы обновились, набрали скорость, желаю на пути только побед, в которых я абсолютно уверена. Мы всегда подставим вам свое дружеское плечо».

Сотрудничество типографии и компании Ricoh Rus длится несколько лет. Вспоминая знакомство с типографией, Константин Клейн

поделился: «Обе компании испытывали необходимость в партнере, который позволит сделать следующий шаг. Нам важен союз с компанией, которая сможет раскрыть все возможности оборудования». Это подтверждает и Роза Шевченко: «ДАММИ» тщательно выбирала компанию, с которой им будет по пути, чтобы вместе сделать шаг вперед.

В юбилейный год типография начала сотрудничать с новым партнером – ведущим медиахолдингом Курганской области «Область 45». Это соглашение – новый виток развития.

Гости дорогие

Сюрпризом для «ДАММИ» оказались поздравления благодарных заказчиков. Как выразились сами

клиенты: невозможно промолчать. Председатель комитета по экономической политике законодательного собрания, заместитель председателя областной думы Евгений Кафеев и Владимир Казаков, член экономического комитета нашего законодательного собрания, директор Варгашинского завода ППСО, отметили, что это важное и удивительное событие для Кургана и области. «Гордимся городом. Мы как заказчики благодарны, что нас слышат» – поделились гости.

«Сегодня два события в жизни Курганской области. Во-первых, 25 лет типографии «ДАММИ», презентация нового оборудования. Во-вторых, открытие 5-й всероссийской выставки акварели, – рассказала Ирина Паламарчук, директор Курганского областного художествен-



ного музея. – Благодаря вам мы стали счастливыми. Сегодня художники из 92 населенных пунктов России получают каталоги, напечатанные в «ДАММИ». У художников серьезные требования, они работают с изображениями, где цвет – это очень важно. Важно, чтобы эта техника была чувствительная к цветопередачи, и новое оборудование Ricoh дает эту возможность».

Поздравления и слова благодарности высказали представители гимназии №47, избирательной комиссии Курганской области, Администрации Варгашинского района, вручили благодарственное письмо. Александр Мазеин, председатель городского Совета ветеранов, поблагодарил «ДАММИ» за праздник

к 100-летию комсомола, для которого подготовили большое количество высококачественных материалов.

Ricoh может все, что угодно

На презентации гостям продемонстрировали оборудование в работе. На глазах у присутствующих



в считанные минуты одновременно три машины Ricoh печатали каталоги для выставки, книгу, образцы печати. Ласково комплекс из трех машин за свои технологические возможности назвали «Пчелка». Трудолюбивая «Пчелка» позволяет работать на любых материалах любого цвета от одного экземпляра.

Константин Клейн: «Я обязательно презентую образцы руководству в Лондоне, продемонстрирую уровень возможности региона. Думаю, что я смогу удивить. Данный комплекс – один из лучших в стране, один из самых современных. Это знаковый проект, которым я горжусь».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

RICOH

imagine. change.

PRO C7200X

ИСКУССТВО
СОЗДАВАТЬ
НОВОЕ

ПОДДЕРЖКА
РАЗНООБРАЗНЫХ
МАТЕРИАЛОВ

ПЕЧАТЬ БАННЕРА СИМПЛЕКС/ДУПЛЕКС: 1260/700 ММ
ПОДДЕРЖКА МАТЕРИАЛОВ ПЛОТНОСТЬЮ ДО 360 Г/М²
УЛУЧШЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

РАБОТА С 5-ОЙ СТАНЦИЕЙ

ТОНЕР СКРЫТЫЙ КРАСНЫЙ
ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ + СМУК В ОДИН ПРОХОД

УДОБСТВО РАБОТЫ

АВТОКАЛИБРОВКА С ВСТРОЕННЫМИ ДАТЧИКАМИ
ОПЕРАЦИОННАЯ ПАНЕЛЬ 17" (СМАРТ-ПАНЕЛЬ)
ММТ - ИНСТРУМЕНТ НАСТРОЙКИ МАТЕРИАЛОВ

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ

РАЗРЕШЕНИЕ 2400X4800 DPI

printech

5-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИИ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ **ПЕЧАТНОГО**
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

18-21 ИЮНЯ
2019

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Забронируйте стенд
printech-expo.ru

Организатор



Генеральный
информационный партнер

publish
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

Отраслевая конференция Print UV Russia 2018: новый взгляд из Швейцарии



11 октября 2018 года в городе Цюрихе (Швейцария) состоялась 3-я отраслевая конференция Print UV Russia 2018. Первые две конференции в 2016 и 2017 годах состоялись в России в Санкт-Петербурге и Москве соответственно и имели высокий интерес со стороны всех российских полиграфистов. В этом году конференция состоялась в Швейцарии, где помимо российских полиграфистов приняли участие коллеги из стран Балтии. Основная тема мероприятия по-прежнему не изменилась: посвящена особенностям и преимуществам технологии LED-UV печати. Базой для проведения стала местная

Первым к гостям со вступительным словом обратился Стефан Валуйский, генеральный директор компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ», рассказал об уже сложившейся традиции ежегодно проводить отраслевую конференцию Print UV Russia, отметил растущий интерес в нашей стране к технологии LED-UV печати и поделился, что буквально за несколько дней до начала конференции был подписан контракт на внедрение технологии AMS LED-UV в тульской типографии «Борус».

Далее перед гостями мероприятия выступил Стив Меткалф (Steve Metcalf), президент компании AMS Spectral UV Baldwin Technology. Он ознакомил участников конференции с динамикой роста показателей компании и рассказал о новых технических и программных продуктах AMS. Светодиодные чипы получили улучшенную конструкцию, которая защищает от внешней среды и дает возможность полевого ремонта или апгрейда светодиодных модулей. Новые контроллеры имеют меньшие

го сбора, анализа и интерпретации данных, поступающих от множества контрольных точек не только самих светодиодных систем, но и печатной машины в целом. Интеллектуальный подход к данным позволяет предупреждать аварийные ситуации, снижать время диагностики, ремонта оборудования. Системы планирования и оценки эффективности производства смогут получать комплексную картину происходящего в режиме реального времени.

Затем слово предоставили основателю типографии «Кибурц» (Kyburz) господину Конраду Кибурцу (Conrad Kyburz). Занятия спортом и печатными технологиями с юных лет стали основными жизненными приоритетами господина Кибурца. Начав простым печатником, со временем он основал собственное небольшое производство. На сегодняшний день типография «Кибурц» специализирована на персонализации и специальных технологиях полиграфическим центром. Четыре ротационные машины и две листовые машины составляют основу производства.

Особого внимания заслуживает оснащение печатных машин светодиодными сушками AMS. Одна ротационная машина и две листовые машины RMGT 920PF-9 и RMGT 520ST-5 успешно работают на LED-UV. Менее года прошло с момента запуска в эксплуатацию 9-ти красочной машины RMGT 920PF-9 с устройством пере-

«Особого внимания заслуживает оснащение печатных машин светодиодными сушками AMS»

компания Chromos AG, представляющая в регионе как офсетное печатное оборудование RMGT, так и светодиодные технологии компании AMS Spectral UV Baldwin Technology.

размеры, улучшенную защиту от пыли и снабжены средствами удаленной диагностики. Совершенно новой для AMS идеей стал вывод на рынок облачных решений непрерывно-



ворота листа и двумя сушками производства AMS.

Следующим выступил Генрих Магг (Heinrich Maag), директор по продажам и маркетингу компании Chromos AG, с докладом о профиле компании Chromos AG, представляемых брендах на местном рынке и успехах светодиодной технологии AMS в сочетании с новыми печатными машинами RMGT в Швейцарии и Австрии.

После небольшого перерыва перед гостями конференции выступил Алексей Искоростинский, технический директор компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ», который презентовал печатные машины RMGT 920 серии. Участники конференции узнали об основных преимуществах и технических новинках этих японских машин с форматом печати A1. После этого гости мероприятия вживую увидели новую 9-ти красочную печатную машину RMGT 920PF-9 с двумя светодиодными сушками AMS в работе и задали интересные их вопросы сотрудникам типографии со своей стороны.

После демонстрации печатного



оборудования в работе перед гостями выступили известные полиграфисты из Санкт-Петербурга: Максим Румянцев (типография «Любович») и Сергей Питиков (типография «ПСП-Принт»), которые поделились своим опытом эксплуатации печатных машин RMGT 920-й серии и технологии AMS LED-UV. Гости мероприятия активно задавали вопросы, ответы на которые зачастую превращались в интересную дискуссию.

В завершении конференции перед гостями выступила компания Ricoh, стратегический партнер компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ», которая

впервые в этом году приняла активное участие в подготовке отраслевой конференции.

Сначала слово взял Олег Панкин, руководитель подразделения продукт-маркетинга российского представительства Ricoh, затем Александр Шеффель (Alexandr Scheffel), менеджер по ключевым заказчикам швейцарского офиса Ricoh. Слушатели узнали много нового о цифровом рынке Швейцарии, лидирующих позициях компании Ricoh в мире и предлагаемых цифровых решениях для офсетных типографий. На следующий день все гости конференции также смогли посетить несколько цифровых типографий, где были представлены новые решения на базе ЦПМ Ricoh 9200.

Компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ» – официальный представитель RYOBI MHI Graphic Technology и AMS Spectral UV Baldwin Technology в России.

По материалам компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ»

5 причин купить светодиоды



Совершенно сухой оттиск



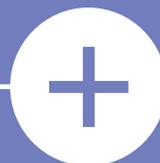
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по непитьвающим материалам



TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин
led@terrasystems.ru



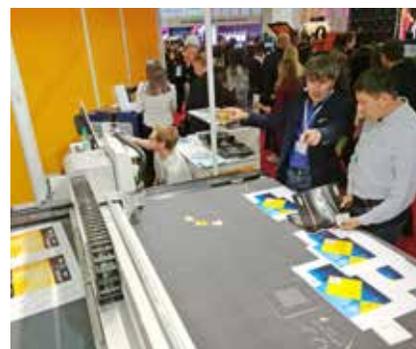
SPECTRAL UV
A BALDWIN Technology Company

iECHO – новый яркий бренд в полиграфии

В этом году на выставке «РЕКЛАМА» ГК «ТЕРРА ПРИНТ» представила режущий плоттер бренда iECHO (Китай). Резак не только автоматически биговал и резал контуры по заданным программам на листе независимо от их ориентации и расположения на столе (перед работой камера сканировала лист, находя метки регистрации по углам), но и автоматически инициализировал инструменты без всяких промедлений. Плоттер имеет 3 головки, на которых можно заранее закрепить необходимые в работе инструменты. Если нужно больше – головка самостоятельно «ныряет» в инструментальный отсек с

– огромное высокотехнологичное предприятие государственного уровня. Штаб-квартира и производство площадью около 60 000 м² находится в Национальной Зоне развития высоких технологий Китая (Ханчжоу). Еще один центр исследований и разработок находится в США (штат Юта). За 25 лет компания iECHO получила более 60 национальных патентов и авторских прав на уникальное программное обеспечение. iECHO ежегодно принимает участие в многочисленных программах Министерства науки и технологий Китая, в международных отраслевых конференциях и выставках.

«ТЕРРА ПРИНТ» – имеет мощный сервисный центр и опытных специалистов, способных запускать и обслуживать оборудование без привлечения инженеров из Китая. Руководит направлением широкоформатных систем Дмитрий Леонтьев, имеющий многолетний опыт работы в этой сфере. Дмитрий известен как один из лучших российских экспертов практиков по режущим системам. На его счету инсталляции десятков машин, поддержка и написание инструкций к ним, помощь в развитии рекламных предприятий. В 2017 году Дмитрий обучился новой технике на заводе iECHO в Китае.



набором фрез, ножей и перьев для черчения и автоматически меняет инструмент.

На стенде ГК «ТЕРРА ПРИНТ» я познакомился с менеджером компании производителя, отвечающим за продажи в России, Мэнди Чай (MandyChai), которая с увлечением рассказала об истории и достижениях родного предприятия.

О компании-производителя

Компания Hangzhou iECHO Science Technology Co. Ltd основана в 1994 году как софтверная фирма. С самого начала разрабатывала только производственные решения, начиная от создания программ для отдельных станков с ЧПУ до полной отладки процессов автоматической резки в сложных производственных системах. Сегодня iECHO

Компания сертифицирована по самым строгим стандартам качества ISO9001 и европейскому сертификату соответствия Евросоюза (CE). Наиболее важные комплектующие компания импортирует из Японии, Германии и Швейцарии, а все механические узлы и части производит сама на прецизионных обрабатывающих комплексах с ЧПУ. Сейчас только в Китае работают четыре крупных отделения и службы сервисной поддержки, в других странах оборудование компании продается через сеть дилеров и дистрибьютеров. По словам Мэнди, в 2017 году компания iECHO произвела порядка 11 000 плоттеров, а в 2018 году планирует выйти уже на уровень 16 000 машин. В России оборудование iECHO поставляется 3 дилерами, один из них – ГК

О планшетных режущих системах iECHO

Благодаря возможности использовать на одном устройстве инструменты различного назначения и модульной конструкции на плоттерах iECHO можно производить несколько операций над одним и тем же материалом без технологических простоев. Машины iECHO могут быть оснащены тангенциальным, осциллирующим и ротационным ножами, ножом для перфорации и выборки V-образного паза, различными по профилю фрезами, биговальным роликом или перьевыми инструментами.

Кроме высокого качества и богатого функционала особенность оборудования iECHO – наличие мощнейшего программного обеспечения iBrightCut для автоматизиро-

ванного проектирования, совместимого со всеми популярными пакетами САПР, графическими редакторами CorelDraw, Adobe Illustrator и другими. С помощью этой программы пользователи имеют возможность не только редактировать существующие файлы, но и проектировать новые работы, создавая новые файлы. BiBrightCut встроена обширная библиотека материалов: пользователи выбирают соответствующие материалу инструменты, задают необходимые рабочие параметры резки. Можно самостоятельно расширить библиотеку, добавив материалы согласно своим потребностям.

Плоттеры iECHO позволяют изготавливать упаковочные изделия самой сложной геометрии даже в единичных экземплярах, так как не требуют изготовления вырубных штампов. С их помощью можно не только вырезать упаковку по контуру, но и наносить вспомогательные биги для превращения плоской заготовки в объемный продукт с аккуратнейшими линиями сгиба.

Планшет большой площади позволяет размещать на нем большие отрезки материала и кроить его с минимальным количеством рабочих операций. Даже единичные изделия будут изготовлены с высокой степенью рентабельности.

Линейка плоттеров iECHO включает три серии машин: ВК, ТК3S и ВК3, отличающихся степенью автоматизации, техническими характеристиками и оснащением. Рабочий формат стола может быть от 1.3x1.7 до 5x10 м., над которым могут двигаться два независимых портала с 6 головками и инструментами. Максимальная скорость резания достигает 1,5 м/сек., что на порядок быстрее ручной резки. Машины оснащены системой калибровки и высокоточного автоматического позиционирования. Встроенная CCD-камера обеспечивает точное положение инструмента и возможность контурной резки по реперным меткам на изображении. Опционально поставляемое сканирующее устройство Visioncut позволяет сканировать материалы

и распознавать все контуры фигур и изображений, благодаря чему плоттер автоматически вырезает все изделия вдоль их контуров (без необходимости печатать метки для печати и делать в файлах слой для резки). Система управления iECHO CUTTER SERVER делает процесс резки равномерным и гарантирует высокое качество обработки материала. Автоматическая инициализация ножа с помощью инфракрасного датчика позволяет контролировать точность глубины погружения инструмента. Движущийся транспортер позволяет загружать материалы и выгружать готовую продукцию в непрерывном режиме, сокращая трудозатраты и повышая производительность участка.

Более подробную информацию можно получить у специалистов ГК «ТЕРРА ПРИНТ», официального поставщика iECHO в России.

*Марсель Шарифуллин,
директор типографии НИУ ВШЭ*

БОЛЕЕ 60% КЛИЕНТОВ ПРИОБРЕЛИ ПЛОТТЕРЫ iECHO В ГК ТЕРРА ПРИНТ*

- Один из крупнейших производителей в мире
- Квалифицированный местный сервис
- Склад запчастей и расходных материалов
- Шоу-рум в Москве

* На основании данных о продажах на территории РФ

terraPrint

iECHO®

Москва, Электродный проезд, д. 6
Тел./Факс: +7 (495) 363 00 78
www.terraprint.ru

«Зависимость белизны бумаги для печати от содержания в ней минеральных компонентов»



Дмитрий Тарасов,
к.т.н., старший преподаватель
ИРИТ-РтФ УрФУ

Уральскому федеральному университету 19 октября исполнилось 97 лет. И это не единственное важное событие в жизни учебного заведения. Полиграфисты региона и не только поздравляют Дмитрия Тарасова, старшего преподавателя ИРИТ-РтФ УрФУ, с успешной защитой диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук. Любая научная работа – это продвижение, которое помогает на многие вещи смотреть с новой стороны, меняется взгляд на объект изучения. Публикуем главные выводы исследовательской работы.

Научный руководитель: Тягунов Андрей Геннадьевич, кандидат технических наук, доцент. Научный консультант: Вураско Алеся Валерьевна, доктор технических наук, доцент. Официальные оппоненты: Казаков Яков Владимирович, доктор технических наук, доцент по Кафедре технология ЦБП ФГАОУ ВО Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова; Житнюк Виталий Анатольевич, кандидат технических наук, гл. технолог АО «Группа предприятий «Пермская целлюлозно-бумажная компания»; ведущая организация ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна». Работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» в департаменте «Радиоэлектроники и информационных технологий».

Бумага для печати играет ключевую роль в качестве готовой полиграфической продукции. При восприятии качества готовой продукции наиболее важным свойством бумаги является ее белизна. При маркировке бумаги производители зачастую указывают противоречивую информацию. Например, параметр «белизна» может быть указан в соответствии с двумя действующими международными стандартами, что делает сложным для потребителя выбор закупаемого сырья. Влияние содержания минеральных веществ на белизну бумаги для печати велико, однако производители не раскрывают информацию о составе наполнителей в бумаге и меловальных слоях. Ситуация осложняется отсутствием на большинстве полиграфических производств входного контроля бумаги по параметрам «белизна» и «состав». Наличие удобного производственного метода определения белизны бу-

маги для печати с использованием существующей измерительной базы, а также модель, отражающая влияние минерального состава бумаги на ее белизну, облегчит входной контроль качества поступающего сырья и таким образом улучшит качество выпускаемой продукции. Кроме того, производители бумаги смогут более гибко варьировать ее состав для достижения заданных оптических свойств.

Задачи исследования

Человек наилучшим образом воспринимает контрастную печатную информацию, и белизна бумаги существенным образом влияет на процесс восприятия. В исследовании отмечено отсутствие единого подхода к вопросам измерения белизны бумаги и наличие определенных противоречий в действующих стандартах, продемонстрирован существенный недостаток в исследованиях белизны бумаги и

ее влияния на восприятие печатной информации, показано отсутствие модели, описывающей зависимость оптических характеристик от состава бумаги и меловальных слоев.

Установлено, что большинство действующих стандартов указывают на следующие рекомендуемые МКО Lab координаты для мелованных бумаг: 95/0–2 с вариацией ± 2 . Утверждается, что основным компонентом меловальных слоев бумаги зарубежного производства является мраморный кальцит (CaCO_3), имеющий МКО Lab координаты 98,29/0,3788/0,7400 и яркость 94,56%, тогда как каолин и мел, обычно используемые в отечественном производстве бумаги, обладают яркостью 80,05% и МКО Lab координатами 94,04/1,5980/4,5870, что делает мелованную бумагу, изготовленную с использованием данных компонентов, несоответствующей требованиям стандартов.

Оценка метрологических характеристик спектрофотометра X-Rite i1Publish Pro2

Полиграфический спектрофотометр – это измерительный прибор, предназначенный для измерения отношений падающего и отраженного (либо испытывавшего иное взаимодействие с образцом) потоков оптического излучения в диапазоне 380...730 нм. Принцип работы: излучение от опорного источника света направляется на печатный образец через кольцевой отражатель с углом 45°; свет, отраженный под углом 0° (геометрия измерения 45/0), расщепляется на спектральные цвета дифракционной решеткой. После этого фотодиоды измеряют распределение излучения по всему видимому спектру и передают результаты на компьютер для дальнейшей обработки. Спектры опорных источников освещения использованных спектрофотометров и опорного источника МКО А приведены на рисунке 1а.

Для оценки метрологических характеристик спектрофотометра с использованием макроязыка программы Argyl CMS и пакета Razer Synapse 2.0 написан специализированный скрипт, который в автоматическом режиме регистрировал серию измерений. В качестве тест-объекта для измерения использовалась белая калибровочная площадка спектрофотометра. Измерения проводились в течение нескольких часов с замерах каждые 5 секунд. Экспериментальные данные содержат порядка 2000 спектральных измерений, по 107 значений спектрального КО в каждом измерении. При анализе гистограммы распределения зарегистрированных значений КО на длине волны 550 нм (середина диапазона измерения) обнаружилось, что распределение не является нормальным, так как максимум сильно смещен относительно середины диапазона.

Характерное распределения монохроматических КО представлено на рисунке 1б. Значения зарегистрированного КО носят выраженный периодический характер с периодом 60 минут, с убы-

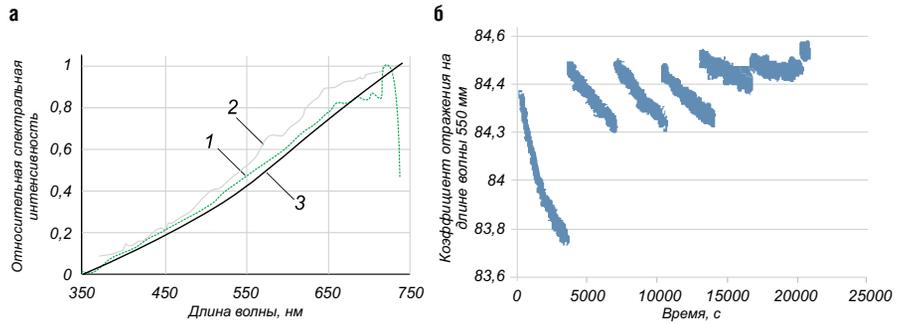


Рисунок 1. а) спектры опорных источников излучения: 1 – спектрофотометра X-Rite i1Publish Pro2; 2 – спектрофотометра ColorMunki с более низким разрешением; 3 – спектр опорного осветителя типа МКО А; б) временной дрейф монохроматического (550 нм) коэффициента отражения.

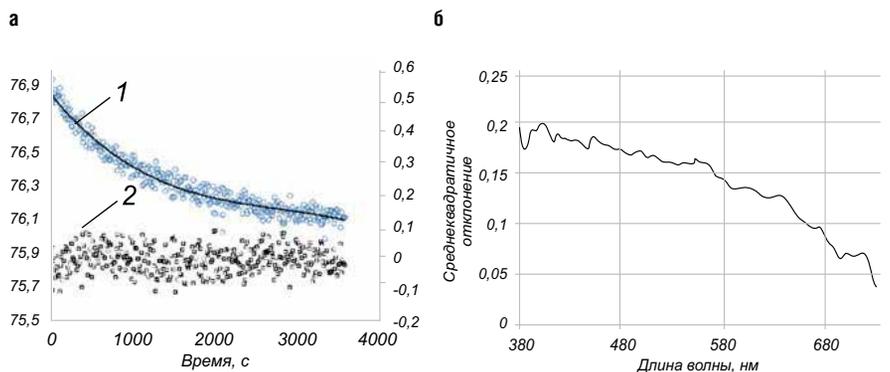


Рисунок 2. а) 1 – компенсация временного дрейфа полиномом третьей степени; 2 – разность между реальными и аппроксимированными значениями; б) зависимость СКО от длины волны.

вающей дисперсией. Установлено, что спектрофотометру присущ временной дрейф измеряемых значений, и этот факт учитывается производителем в виде регулярной периодической коррекции, что не дает возможность производить этим прибором высокоточные измерения с временным разрешением.

Поскольку ставится задача оценки погрешности однократного измерения, что соответствует практике использования спектрофотометра, то необходимо численно оценить дрейф. Зависимость зарегистрированного монохроматического КО от времени на первом временном интервале описывалась аналитической функцией в виде полинома третьей степени. Результат и ошибка аппроксимации показаны на рисунке 2а. Гипотеза о нормаль-

ности разности экспериментальных и модельных значений подтвердилась на уровне значимости $p=0,05$.

Для всего спектрального диапазона рассчитывалось среднеквадратичное отклонение (СКО). Зависимость СКО от длины волны показана на рисунке 2б. СКО имеет тенденцию к резкому нарастанию в области коротких длин волн, а также незначительное повышение в длинноволновой области, что можно связать со спектральной интенсивностью опорного источника – чем меньше относительная спектральная интенсивность, тем больше СКО и линейно связанная с ней погрешность измерения спектрального КО. СКО во всем диапазоне измерений не превышает 0,2, а учитывая то, что КО измеряется в %, погрешность прибора не превышает 0,002.

Проведение измерений оптического спектра образцов бумаги для печати

В качестве выборки для проведения исследования были отобраны 254 образца мелованной бумаги для печати, немелованная бумага для печати ВХИ, а также один референтный образец ББТЦ. Образцы бумаги измерялись согласно ГОСТ Р 54766-2011 (ISO 12647-2:2004) на белой и черной подложке в объеме от 1 до 50 листов. Условия измерения удовлетворяли ISO 554:1976. Каждое измерение проводилось 10 раз, значения полученных спектров усреднялись. Вид спектров отражения бумаги, измеренных на белой и черной подложках, был одинаковым, но поскольку белизну бумаги правильной оценивать на стопе, чтобы избежать негативного влияния прозрачности образцов, результаты измерений на черной подложке были удалены из дальнейшего рассмотрения. Таким образом, для дальнейшего исследования белизны использовались только спектральные данные измерений стопы бумаги, что соответствует измерению на белой подложке. По спектральным данным были рассчитаны параметры белизны и оттеночности согласно рекомендациям МКО (1), (2), а также МКО Lab координаты цвета.

Спектры отражения для мелованной, немелованной бумаги и

ББТЦ приведены на рисунке 3. Вид кривых свидетельствует, что для оценки белизны достаточно проводить измерения только на белой подложке, а точнее, на стопе однотипной бумаги. Вместе со спектром записывались данные по координатам МКО Lab каждого образца, которые рассчитывались автоматически в ПО спектрофотометра, и рассчитанные по формулам (1) и (2) белизна и оттеночность образцов бумаги по МКО.

Расчетные показатели белизны по МКО не совпали с данными, указанными производителями, поэтому белизна по МКО принята не референтной. В дальнейшем все оценки производились по координатам цветности МКО Lab. Корреляционный анализ Спирмена не выявил взаимосвязи между оптическими характеристиками образцов бумаги (белизна, оттеночность, координаты цвета МКО Lab) и концентрацией химических элементов в образцах, что очевидно связано с высокой дисперсией выборки, однако выявлена взаимосвязь белизны МКО и хроматических МКО координат a ($r=0,71, p<0,01$) и b ($r=-0,95, p<0,01$).

Для упорядочивания выборки различных типов бумаги была проведена кластеризация (2–5 кластеров) по МКО Lab координатам, которая выявила три кластера образцов с существенно различающимися средними спектрами отражения.

Введение модели бумаги с идеализированным спектром (БИС)

Сравнение большого количества близких по форме спектров отражения образцов бумаги неприменимо в качестве производственного метода. Удобным инструментом может служить референтный эталон для сравнения. Предлагается в качестве такого эталона использовать математическую модель БИС, идеализированную отражающую поверхность с гладким спектром отражения, которая соответствует определенным критериям. В качестве количественного критерия предлагается использовать цветовые координаты, соответствующие требованиям ISO 12647-2, то есть МКО Lab 95/0/–2, осветитель D50. Приближение модели БИС к реальным образцам достигается за счет локального максимума в фиолетовой области спектра, соответствующего небольшому количеству флуоресцирующих добавок, применяемых в производстве бумаги.

В качестве основы использован измеренный спектр ББТЦ, который хорошо описывается нарастающей экспонентой вида (4), которая связывает КО ρ на длине волны λ и параметры распределения A, t и λ_0 , которые требуют подбора. Для моделирования флуоресцирующей добавки используем колоколообразную функцию типа (5), которая связывает КО ρ на длине волны λ и параметры распределения A, t и λ_0 , которые требуют подбора. Спектр БИС является суммой этих двух спектров.

$$\rho = A \cdot \exp(\lambda/t) + \lambda_0 \quad (4)$$

$$\rho_{\Phi} = \beta / (1 + ((\lambda - \lambda_{\Phi}) / \delta\lambda)^2) \quad (5)$$

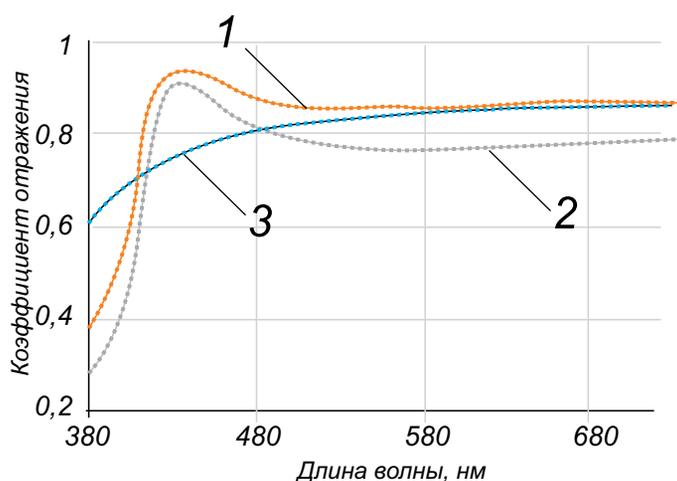


Рисунок 3. 1 – СО мелованной бумаги MediaPrint Silk (130 г/м²); 2 – СО немелованной бумаги ВХИ (120 г/м²); 3 – СО ББТЦ

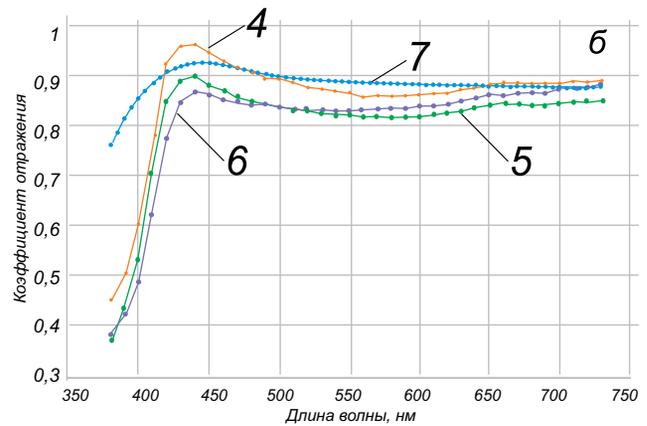
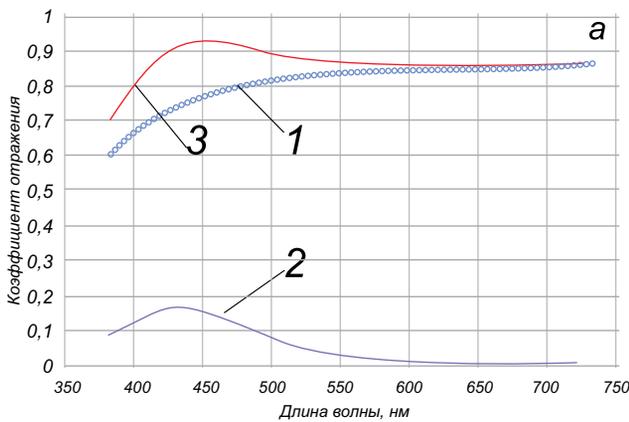


Рисунок 7. а) 1 – спектр ББТЦ и кривая его аппроксимации, 2 – подобранный спектр фиолетовой составляющей, 3 – спектр БИС; б) усредненные спектры отражения по группам образцов бумаги: 4 – группа 1, 5 – группа 2, 6 – группа 3; 7 – спектр БИС

Из спектральных данных вычисляются координаты цвета МКО XYZ по формулам (6). Координаты цвета МКО Lab вычисляются из координат МКО XYZ по формулам (7)

$$\begin{aligned} X &= k \int \phi \rho \bar{x} d\lambda & (6) \\ Y &= k \int \phi \rho \bar{y} d\lambda \\ Z &= k \int \phi \rho \bar{z} d\lambda \end{aligned}$$

где k – справочный нормировочный коэффициент, ρ – коэффициент отражения, \bar{x} , \bar{y} , \bar{z} – функции цветового соответствия стандартного колориметрического наблюдателя МКО, ϕ – спектральная плотность источника освещения D50, интегрирование по длинам волн видимой области спектра.

$$\begin{aligned} (L &= 116(Y/Y_n)^{1/3} - 16 & (7) \\ a &= 500 (X/X_n - Y/Y_n)^{1/3} \\ b &= 200 (Y/Y_n - Z/Z_n)^{1/3} \end{aligned}$$

где X_n , Y_n , Z_n – это координаты белой точки в значениях МКО XYZ, соответствующей осветителю D50.

Подбор кривой аппроксимации спектра ББТЦ проведен в пакете Origin 9.2. Параметры распределения, полученные при аппроксимации: $\lambda_0 = 0,857 \pm 0,001$; $A = -0,333 \pm 0,003$; $t = -67 \pm 1$; коэффициент детерминации $R^2 = 0,998$. Подбор параметров модели флуоресцирующей добавки осуществлен в пакете MS Excel, надстройка «Поиск решений». При моделировании изменяли параметры модели флуоресцирующей добавки с тем чтобы параметры суммарного спектра БИС

и ее МКО Lab координаты соответствовали требованиям ISO 12647-2 т.е. МКО Lab 95/0/-2. Результаты подбора параметров: $\beta = 0,176$; $\lambda_\phi = 413,875$; $\delta\lambda = 71,609$. Достигнутые значения координат цвета МКО Lab БИС: $95,000/5 \cdot 10^{-9}/-1,999$. Это полностью соответствует требованиям ISO 12647-2. Синтезированный спектр БИС приведен на рисунке 7а.

Полученная модель БИС применяется для проведения визуального сравнительного анализа групп образцов бумаги. По каждой группе рассчитаны средние спектры. Усредненные спектры по каждой группе образцов и спектры БИС приведены на рисунке 7б. В качестве количественной оценки разности спектров отражения образцов и БИС, пригодной для производственного применения, использовано среднеквадратичное отклонение (СКО). На практике необходимо измерить спектр отражения образца при помощи спектрофотометра и рассчитать СКО с БИС. Чем ниже значение СКО, тем лучше образец. Значения СКО для различных групп образцов следующие: группа 1 – 0,086; группа 2 – 0,118; группа 3 – 0,125. Таким образом, группа 1 очень близка к модельной БИС.

«Экспериментальные исследования содержания минеральных компонентов в бумаге для печати»

Набор образцов бумаги был измерен на РФА INNOV X Systems X-5000. Измерения проводились в режиме «почва». Каждый обра-

зец измерялся 10 раз, результаты измерений в виде концентрации химических элементов в образце, измеренной в единицах ppm (частиц на 1 миллион) или мг/кг, усреднялись. Сводная таблица результатов измерений содержит 255 строк – по количеству измеренных образцов. Каждая строка содержала данные о концентрации 25 элементов в данном образце, а также спектральные данные в виде 36 спектральных КО (по количеству измеренных спектральных зон). Получены концентрации 25 элементов: S, Cl, K, Ca, Ti, Cr, Mn, Fe, Ni, Cu, Zn, As, Rb, Sr, Y, Zr, Mo, Sb, I, Cs, Ba, Pt, Hg, Pb, Th.

По всем элементам были рассчитаны медианные значения концентраций. Для подтверждения технологического происхождения примесей в образцах бумаги приведены значения кларков для обнаруженных элементов для почвы, воды, а также отливки ББТЦ. Обнаруженные в образцах концентрации минеральных компонентов в основном превышают кларки в воде и почве, а также концентрации в ББТЦ. Таким образом, все химические элементы, содержащиеся в образцах бумаги и целлюлозы, очевидно, имеют технологическое происхождение. Поскольку концентрации элементов отличаются на несколько порядков, для удобства дальнейшей обработки они были нормированы на медианные значения.

Продолжение следует



**ПРОИЗВОДИМ
КРАСКУ
С 1765 ГОДА**



www.hubergroup.ru



**РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ
И РЕКЛАМЫ**



www.oktoprint.ru

15 ЛЕТ

ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ
МИР ЯРЧЕ



**ПОВЫШАЙТЕ
КВАЛИФИКАЦИЮ
СВОИХ СОТРУДНИКОВ**

- выездные семинары
- онлайн вебинары
- аудит сотрудников

polygraphist.oktoprint.ru



**ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ
ОТ ПЕЧАТИ
ДО ГОТОВОГО ПРОДУКТА**

www.zund-rus.ru
www.oktoprint.ru

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

- для офсетной печати
- для глубокой печати
- гильзы для флексопечати Sleeves
- для увлажнения любого типа
- для УФ-печати и лаков
- для фальцовок и ламинаторов (силикон)
- формные флексовалы и шестерни



Формный флексовал



Флексогильза Sleeves на «основе» производства «Формат»



Пассивационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками



Вал для полиграфических машин

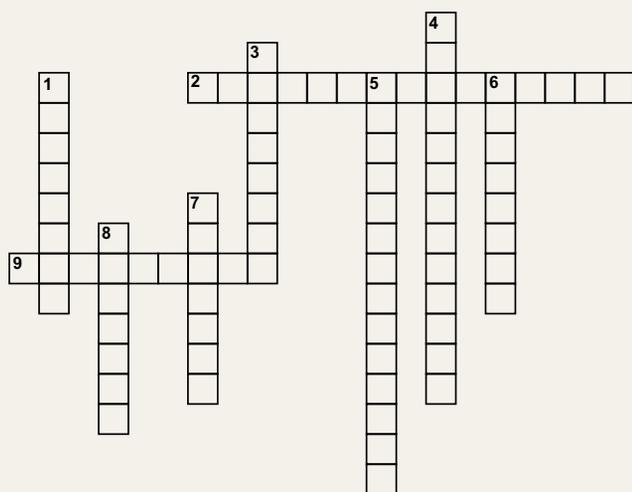


ООО «Полиграфические валы»
152900, Россия, Ярославская обл.,
г. Рыбинск, ул. Луговая, 7.
Тел.: (4855) 28-97-57, 25-41-49
Тел./факс: (4855) 25-41-48
rezina@formatltd.ru

Московский склад
г. Королёв,
пос. Первомайский,
ул. Советская, 39В
Тел.: (495) 223-94-58 (61)
Факс: (495) 223-64-47

www.formatltd.ru

«Чем ты умнее, тем больше тебе следует учиться», – утверждал Дон Херольд. Представляем вам вторую серию полиграфического кроссворда. Наверняка все термины вам знакомы. Назовем это зарядкой для ума и поводом изучить новые термины.



По вертикали

1. Одна триллионная часть литра.
3. Технологическая операция, обеспечивающая правильное расположение оттиска на листе или ленте бумаги.
4. Процесс нанесения на отдельные участки изображения оттиска мелко дисперсного порошка бронзы или алюминия, которые имитируют благородные металлы.
5. Устойчивость белизны и цветового тона бумаги под воздействием света.
6. Красочный ящик, изображенный на схеме под номером 3.

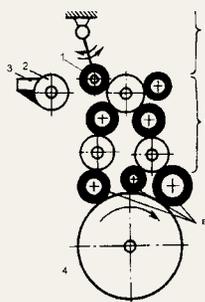


Схема красочного аппарата для вязких красок

7. Разновидность фурнитуры, которая используется для крепления баннеров на стенах, между столбами, на выставочных стендах.
8. Высокодисперсные белие, цветные или черные порошки, не растворимые в воде и органических растворителях.

По горизонтали

2. Свойство печатных форм, определяемое количеством качественных оттисков, которое может быть получено с одной печатной формы.
9. Операция, в результате которой на внешней стороне переплетной крышки вдоль всего корешка между отставом и картонной стороной образуется углубленный биг.

Ответы – www.ural-pb.ru и в социальных сетях.

Александр Кошкар, специалист компании «Графические системы»

Подарки, которые удивляют

«Подарок, преподнесенный с улыбкой, ценен вдвойне», – говорил Т. Фуллер. А мы добавим, что оригинальный подарок, преподнесенный с улыбкой, ценен втрое.

1. В подборке сразу два зонта – один оригинальнее другого. Антизонт – практичный вариант. Капли будут стекать вниз по внутренней стороне, а одежда и сумка останутся сухими. Зонт-тюльпан – вариант для поднятия настроения. Подарите коллегам, и офис расцветет.

2. Запах свежеподжаренных тостов, домашнее тепло, и на каж-

дом кусочке хлеба – логотип вашей компании или пожелание. Совместные обеды с такими тостами сплотят еще больше.

3. Ваша компания – механизм, и каждый работник – важная деталь. Деревянный 3D-конструктор-пазл символизирует это как нельзя лучше.

4. Съедобными подарками сегодня не удивишь. Уверены? А если это фото на зефире?

5. Скалка с узором-лого компании или пожеланиями удачной сделки? Почему бы и нет. Пробная партия необычного печенья, приготовленного вами, прилагается.

6. Бонус в топе – упаковка. Оригинальная, конечно – с оживающими фигурками. Если потянуть за флажок, композиция становится объемной. Внутри – сюрприз из этой подборки.

Источник:

gifts.ru, panpodarok.ru, arbuzi.com, texturra.ru, podarking.me

Мария УШАКОВА





ООО «Типограф»
продает

**термоклеевую
машину**

в рабочем состоянии

недорого



Тел.: 8-902-473-74-55 • E-mail: nst-2009@yandex.ru

Мимакс-Урал

- ▶ UV-ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СОЛЬВЕНТНЫЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ▶ ЗИП И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: mimakiural@mimakiural.ru
www.mimakiural.ru



КАЛЕНДАРНЫЕ БЛОКИ

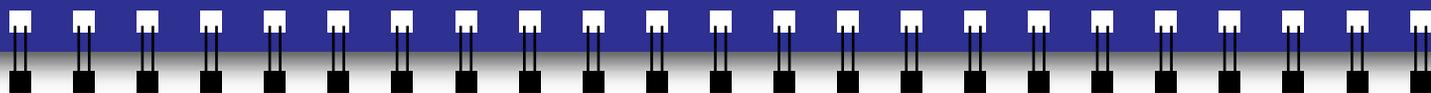


2019

НОВЫЙ календарный сезон!



ЗВОНИ И ЗАКАЗЫВАЙ ПРЯМО СЕЙЧАС!



Комплектующие

Люверсы

Ригели

Курсоры

Пружина в бобинах

г. Екатеринбург
пер. Трактористов, 4

8 (343) 28 601 28



www.grs1.ru
www.calendar66.ru

Гарантия успеха для
производителя этикетки.

gallus

Наивысшая гибкость.

Сегодня и всегда.



Реклама

Gallus Labelmaster

Лучший выбор.

Создайте машину для печати этикетки, ориентированную на бизнес-модель именно вашей компании. Благодаря двум вариантам – PLUS и ADVANCED – Gallus Labelmaster предлагает новый уровень гибкости при отличном соотношении цены и производительности, а также высокое качество Gallus, известное всем. Labelmaster – это именно то, что вы ожидаете от Gallus. Кроме цены.

www.heidelberg.ru www.gallus-group.com

Member of the Heidelberg Group