ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

№ 5 (116) ноябрь-декабрь 2017

IKONOS: СТАНЬ ПАРТНЕРОМ УЖЕ СЕГОДНЯ СТР. 9

HP INDIGO

20000 | Digital Press

Эксплуатационно гибкая платформа для цифрового производства **гибкой упаковки и этикетки**

Ширина рулона до 760 мм, раппорт до 1100 мм

Печенье Oreo с персональным новогодним поздравлением. Подробнее goo.gl/RjXXe
Образец продукции, напечатанный на HP Indigo

Защитные этикетки
Ретортные пакеты
Вплавляемые этикетки
Крупноформатные этикетки
Термоусадочные рукава
Пакет-подушка
Самоклеящиеся этикетки
Обертка для конфет
Плоские пакеты
Стоячие пакеты
Стик-пакеты
Стабило бэг

NISSA | CENTRE

НИССА ЦЕНТРУМ — официальный представитель HP Indigo в России
+7 (495) 956-77-19 | nissa-centre.ru | hpindigo.ru

YAM INTERNATIONAL

KOMORI

FUJIFILM
Value from Innovation

С НОВЫМ 2018 ГОДОМ!

vanson

lombardi
CONVERTING MACHINERY

Miyakoshi
PRINTING MACHINERY CO., LTD.

BRAUSSE
A MEMBER OF BOBST GROUP

PERFECTA
Cutting Systems

Искренне Ваш «ЯМ Интернешнл Урал»

тел: +7 (343) 312 1210 | www.yam.ru

Вопросы для традиционного блиц-опроса по итогам года оказались необычными. Интересные и любопытные ответы в очередной раз доказали, что полиграфисты находчивы, оптимистично настроены и заботливы. Забота проявляется в отношении к коллегам, компании, окружающему миру. Спасибо вам, друзья, коллеги, партнеры, за то, что вдохновляете и мотивируете. За ваше неравнодушное отношение. Мы желаем вам продолжать развивать привычки и традиции, которые у вас появились в этом году. Вы были внимательны к вашему делу, и мы уверены, что мир ответит вам тем же.

Чтоб дела лишь в гору шли
И клиенты вас нашли.
Инноваций, проектов, мероприятий,
С партнерами дружных объятий

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

Учредитель: ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л.С. **Журналист:** Семейкина М.В. **Корректура:** 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 (116) ноябрь-декабрь 2017. **Подписано в печать:** 15.12.2017. **Выход в свет:** 20.12.2017. **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. © 2017 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

Вкладка заламинирована на ламинаторе GMP Protopic-540 Quatro-Slit. Компания «Джи-Эм-Пи-РуссКом».

16+

Читайте в номере:

НОВОСТИ

3 «РИЗО»: новая серия ризографов и струйных принтеров
4 «НВМ»: 10 лет эффективного роста
6 Koenig & Bauer: 200й день рождения «КБА РУС» и инсталляция в Сибири
7 «Гейдельберг-СНГ»: кадровые изменения
7 Xerox и «ОктоПринт Сервис»: соглашение о сотрудничестве
8 Система обратной связи X-Rite eXactLoop в «ПД АВИСС»
9 IKONOS: стань партнером уже сегодня
10 Komori Enthrone 29 запущена в ГУ «Северное издательство»
11 Аутсорсинг в полиграфии: «Не нужно задумываться, где и что напечатать»
12 Бизнес-семинар Simply Efficient: обмен опытом
14 Ricoh Rus презентовали и протестировали Ricoh Pro C5200s
16 «Графические системы» представили новое оборудование
18 Федеральный форум и выставка бизнес-сувениров
20 «Дубль В»: «Яркие грани дизайнерских бумаг»

ГОСТЬ НОМЕРА

22 Александр Гулак

ИТОГИ ГОДА

24 Чем запомнился 2017 год: подводим итоги
30 «Европапир»: «Мы работаем в тандеме с заказчиками»

ТЕМА НОМЕРА

32 Зеленый свет на пути к экологичному производству
34 Мини-типографии: планируем обновление производства

ОБОРУДОВАНИЕ

36 «Астер»: «Работаем на современном оборудовании»
38 HP Indigo: главные достижения года
40 Ламинатор один – возможностей много

АКТУАЛЬНО

42 Безграничный web2print

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

44 «Дубль В»: выбор на любой вкус и цвет
46 «Полиграф-Партнер»: на благо типографии
48 «ОктоПринт Сервис» предлагает ракельные ножи

В ПОМОЩЬ ПОЛИГРАФИСТУ

50 Исследование микроструктуры бумаги

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

Екатеринбург		
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) 355-12-35
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, 7Ч, оф. 201	(343) 243-52-16
Папирус-Столица	ул. Черняховского, 106	(343) 310-20-81
Ремэкс-Урал	ул. Вишневая, 1 (2Д)	(343) 204-77-20
РеаЛайн	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
ЯМ Интернешнл	ул. Московская, 54, оф. 101	(343) 312-12-10

Выпуск новой серии ризографов и струйных принтеров ComColor в честь 70-летия

Во всем мире RISO Kagaku Corporation известна как основоположник технологии «ризография» и крупнейший производитель ризографов и высокоскоростных струйных принтеров ComColor. Главный принцип компании – разработка и выпуск уникальных продуктов, зачастую не имеющих аналогов в мире.

В 2016 году RISO Kagaku полностью обновила линейку струйных принтеров ComColor, заменив их революционно-новыми линейками FW и GD, которые пришли на смену широко известным ComColor 3110/3150, ComColor 7110/7150 и ComColor 9110/9150.

Новые модели сочетают в себе высокую скорость цветной печати, низкую себестоимость оттиска и непревзойденную надежность, что на протяжении многих лет выделяет продукцию RISO на международном рынке.

Запатентованная технология струйной печати FORCEJET позволила достичь уникально высокой скорости – 160 полноцветных страниц в минуту в старших моделях и обеспечить надежную безостановочную печать больших тиражей.

Высокая скорость печати, дуплексное сканирование за один проход, компактный дизайн, интуитивно-понятный обновленный интерфейс и широкий выбор дополнительных функций, в том числе прямая печать PDF-файлов напрямую с флэш-накопителя, повышает производительность и позволяет справляться с широким спектром печатных задач.

Кроме того, на смену EZ-ризографов компания RISO Kagaku выпустила обновленную линейку SF. А чуть раньше заменила ризографы CZ усовершенствованной серией CV. Модели CZ 100 и CZ 180 заменены на CV 3030 и CV 3230 соответственно. Основными преимуществами новых аппаратов являются: разрешение печати D600 dpi, встроенный компьютерный интерфейс, возможность опциональной установки разделителя тиражей и сенсорная панель, делающая управление еще более простым и понятным.

В новой серии SF наиболее выдающейся является модель SF 9350 – это усовершенствованный аналог ризографа EZ 571, который теперь может похвастаться такими характеристиками старших моделей, как скорость печати 150 копий в минуту и разрешение печати 600*600 dpi. Самым производительным в мире ризографом по-прежнему остается SE 9380 со скоростью печати 185 страниц в минуту, который в следующем году будет заменен на топ-модель SF9390, равно как и единственный в мире двухцветный ризограф ME9350 – на новую модель MF9350.

Ксения ХМЕЛЕВА,
специалист по маркетингу
«РИЗО ЕВРАЗИЯ»

10 лет эффективного роста

Типография «НВМ» была создана 10 лет назад на базе семейного рекламного агентства. Начиналось все в небольшом помещении, где стояла только пара компьютеров. Сейчас «НВМ» – это типография с большим парком оборудования и широким ассортиментом выпускаемой продукции. О том, как за короткий срок стать одним из ведущих игроков рынка, рассказал директор типографии «НВМ» Артур Григорян.

Артур Степанович, с чего начиналась типография и как развивалась?

Начинали мы с печати тканевых этикеток, стали первыми представителями московского производства в регионе, занимались предоставлением услуг по печати на ткани. Постепенно начали изготавливать картонные ярлыки, дальше – больше. В 2007 году приобрели первую цифровую печатную машину, первое оборудование: стол для трафаретной печати, футболочный карусельный станок, ламинаторы. В то время это был нестандартный набор, мы по сути совместили работу рекламного агентства, копицентра и типографии. Затем стали заниматься печатью на посуде, стекле, данное направление уникально. Появилась первая печь, первые крупные заказчики. Деколь и сейчас регулярно заказывают – направление на рынке до сих пор считается редким. Мы всегда стремились полностью удовлетворить все потребности заказчиков, задача сохранилась и сегодня.

Кто ваш заказчик сегодня? Это в основном рекламные агентства, средний и малый бизнес, крупные предприятия?

Мы работаем во всех сегментах рынка. Со многими компаниями и рекламными агентствами у нас сложилось уже долговременное сотрудничество. Среди них есть рекламные агентства, типографии, предприятия среднего и малого бизнеса, крупные заказчики, среди которых МЧС, УФМС, «Ельцин-центр», «Газпром», «Уралэлектромедь», ТД «Сима-ленд» и многие другие. Если говорить о процентном соотношении, то 70% сегодня – это заказчики, с которыми мы работаем напрямую, 30% – рекламные агентства и другие типографии.

Наша задача не просто производство полиграфической и сувенирной продукции, а комплексное обслуживание клиентов.

Вы предлагаете каждому заказчику индивидуальный подход. Что Вы вкладываете в это понятие?

Нам важен каждый заказчик вне зависимости от объемов размещенных тиражей. Исходя из этого правила мы и строим долгосрочные отношения с нашими партнерами. За последние десять лет полиграфия эволюционировала и видоизменилась. Одна из тенденций: количество заказов растет, а сами тиражи уменьшаются. Раньше изготавливали 10 тиражей по 10 000 штук, сейчас 50 тиражей по 500 штук. Заказчиков интересует эксклюзивная продукция. Настраиваем производство под новые тенденции рынка. Понимаем важность срочных заказов, можем выполнять работу в выходные. Если срочно нужна партия продукции – значит, завтра будет готово. Изготавливаем малые тиражи от одного экземпляра, хотя большинство типографий отказывается от этого. Все поставленные перед нами задачи всегда решаются в пользу заказчика. Мы не просто печатаем, а обеспечиваем комплексный подход. Требуется креатив – подключаются дизайнеры, нужна разработка – специалисты всегда помогут.

Большинство наших заказчиков становятся постоянными партнерами, с которыми мы, можно сказать, ведем совместный бизнес. Есть те, кто работает с нами с основания типографии.

Для реализации всех идей заказчиков требуется большой парк оборудования. Что включает в себя ваш производственный цех?

Мы сами реализовываем весь цикл изготовления продукции, включая постпечатные работы. На нашем производстве есть оборудование, которого в совокупности нет у других типографий. Это и декольные печи, и твердый переплет, и цифровые, офсетные печатные машины, тигельный и позолотные прессы, цех трафаретной печати и тампопечати, лазерные станки, плоттеры – это уникальный набор оборудования, который в сочетании с дальнейшей постпечатной обработкой позволяет достигать реализации нестандартных решений. Все это дает нам расширенные возможности удовлетворять желания самых взыскательных заказчиков и ориентироваться на долговременное и взаимовыгодное сотрудничество.

Вы постоянно обновляете и модернизируете оборудование. Обучаете персонал. Это ведет к ощутимым результатам?

Непрерывное оснащение производства, его разносторонность требу-

ет более квалифицированного персонала. Постоянное повышение квалификации сотрудников позволяет организовывать взаимозаменяемость. В совокупности постоянное расширение и модернизация парка оборудования, повышение компетенций и квалификации сотрудников привело к возможности в нужные моменты в разы увеличивать производительность без изменения себестоимости, потери качества и перегрузки производственных мощностей. Такая особенность производства дает нам возможность выполнять срочные и крупные заказы практически любой сложности и направленности. Это позволяет привлекать не только заказчиков с эксклюзивными заказами, но и компании, ориентированные на массовый рынок.

Как повлиял кризис на работу Вашей компании? Изменился портфель заказов? Упали обороты?

Ассортимент нашей продукции очень широк и разносторонен. Это изготовление листовок, буклетов, папок с вырубными и клеевыми клапанами, удостоверений, блокнотов, квартальных, настольных, перекидных настенных календарей, брошюр, бумажных пакетов, наклеек, стикеров, бумажных ярлыков, самокопирующихся бланков, куб-блоков, каталогов, адресных папок, сувенирной продукции: ручки, брелки, футболки, кепки, спецодежда, деколирование на стекле и керамике. Это еще неполный перечень. Мы никогда не концентрировались на выпуске однотипных товаров и сейчас подстраиваемся под современные запросы рынка.

В связи с затянувшейся кризисной ситуацией в мире кардинально меняется рынок товаров и услуг, появляются новые технологии и тренды. Разрабатываем и внедряем новые методы управления производством, современные технологии печати и обработки печатной продукции. Многие типографии столкнулись с отсутствием заказов, хотя очень интересна тема импортозамещения, это «непаханое поле» для стагнирующего российского малого и среднего бизнеса. Заказчики стремятся покупать продукцию, изготовленную российскими производителями, а у нас есть что предложить из нашего ассортимента, в том числе товары собственной разработки. Большим подарком для нас стали европейские санкции. На их фоне расширили ассортимент, увеличили объемы выпускаемой продукции. Успешно продвигаем собственную продукцию даже в тех сегментах рынка, где раньше безоговорочно лидировали китайские компании. Учимся у них гибкости и ориентированности на заказчика.

Чтобы построить долговременные партнерские отношения с заказчиками, нужна неравнодушная команда?

Именно так. Работа не терпит «половинчатого» участия. Но если ты целиком в процессе, можно рассчитывать на успех. Чтобы идти в ногу со временем и со своими партнерами, нужно все время развиваться и жить этим. Для нас это не просто работа, это образ жизни. В нашем штате порядка 70 человек, которые любят свою работу.

Что бы вы пожелали вашим настоящим и потенциальным заказчикам в новом году?

Прежде всего здоровья и семейного благополучия, только с таким тылом все трудности будут обязательно преодолены.

Типография
(343) 287-05-07
г. Екатеринбург,
проспект Космонавтов, 11Б
www.nvm-ra.ru
Мы в instagram: @tipografia_nvm

Koenig & Bauer: юбилейная неделя в честь 200-го дня рождения

Старейшему в мире производителю печатных машин Koenig & Bauer AG исполнилось 200 лет. В сентябре в Вюрцбурге прошли пышные торжества. Праздничная неделя завершилась днем открытых дверей с 13 000 посетителей. Официальная праздничная церемония состоялась в Vogel Convention Center, главным спикером был бывший бундеспрезидент профессор доктор Хорст Келер. На праздничном вечере собралось 650 гостей со всего мира, выступили CEO трех известных полиграфических компаний. Многие клиенты и бизнес-партнеры участвовали в экскурсии по головному заводу в Вюрцбурге. Юбилейная неделя началась с международной пресс-конференции, на которой рассказали, как после проведения необходимой реструктуризации компания смогла снова стать успешной и сформировать свои цели и стратегии на третье столетие, также были представлены новые направления продвижения компании на рынке.

Свое третье столетие производитель печатных машин начал с ребрендинга. Как пояснил председатель правления, возникшая в 1990 году после покупки Albert-Frankenthal AG торговая марка KBA снова заменяется на оригинальную торговую марку Koenig & Bauer. Больца-Шюнеманн: «Нам кажется, что юбилей – это идеальное время, чтобы представить все направления группы от классической до цифровой печати – включая допечатные процессы, послепечатную обработку и сервис снова вместе под одной крышей». По его словам, ребрендинг должен вызвать гордость у сотрудников компании, а также усилить позиции компании на всех рынках как для старых, так и для новых клиентов.

26 октября дочерняя российская компания концерна ООО «КБА РУС» организовала отдельный праздник для российских полиграфистов в Калининграде. На нем присутствовало без малого 100 человек, которые смогли ознакомиться с историей и основными разработками Koenig & Bauer, а также полностью погрузиться в атмосферу праздника.

По материалам компании «КБА РУС»

В Сибири заработает новая машина Koenig & Bauer среднего формата

Осенью этого года компания «КБА РУС» заключила договор на поставку листовой офсетной печатной машины KBA Rapida 105-5+LSAPCALV2 в новосибирскую типографию «СИТИ-ПРЕСС». Типография, активно развивающаяся в сегменте упаковки, сделала выбор в пользу пятикрасочной машины с лакировальной секцией, двойным удлинением приемки и полуавтоматом смены форм. Для типографии это знаковое решение, в рамках которого она переходит из второго формата в первый, продолжая при этом расширять спектр упаковочной продукции, которую она печатает. Новая машина должна быть запущена в первом квартале 2018 года. Машина будет иметь расширенный формат печати 1050x740 мм и будет оснащена пакетом CX для печати на картоне, поднятым на 450 мм основанием машины, спектрофотометром с обратной связью, большим экраном Wallscreen для визуализации всех процессов, системой производственного менеджмента LogoTronicCIPLinkX, системой терморегуляции красочных аппаратов, устройствами смывки красочных аппаратов, офсетных полотен и печатных цилиндров. Такое оснащение машины позволит ей печатать на широком спектре материалов толщиной до 1,2 мм, быстро выполнять переход с тиража на тираж и обеспечивать стабильно высокое качество печати.

Компания «КБА РУС» благодарит генерального директора типографии Сидорова Родиона Дмитриевича за сделанный выбор и желает успехов и процветания типографии «СИТИ-ПРЕСС».

По материалам компании «КБА РУС»

Эса Сааринен

назначен генеральным директором по операционной деятельности «Гейдельберг-СНГ»

Эса Сааринен назначен генеральным директором «Гейдельберг-СНГ». Он сосредоточит свои усилия на оперативном руководстве бизнесом компании в России, на Украине и в некоторых странах бывшего СССР. Кати Рокариес остается в должности генерального директора «Гейдельберг-СНГ» – она и господин Сааринен будут руководить компанией вместе.

Эса Сааринен родился недалеко от Хельсинки, окончил Технический колледж Хельсинки по специальности «Печатные технологии». После работал в одной из крупнейших финских компаний в области издательства и печати, где в последние годы занимал должность генерального директора направления «Производство книг».

В концерн Heidelberger Druckmaschinen AG господин Сааринен пришел около 19 лет назад на позицию генерального директора Heidelberg Финляндия. После он переехал в Данию и стал одним из руководителей Heidelberg в скандинавских странах – в должности коммерческого директора он отвечал за продажи и сервис в Дании, Швеции и Финляндии.

В 2008 году Эса Сааринен назначен генеральным директором подразделений Heidelberg в Финляндии, Эстонии, Латвии и Литве. Через некоторое время в рамках концерна был образован территориальный кластер Heidelberg Baltic Finland, получивший статус отдельного юридического лица.

После господин Сааринен был назначен одним из руководителей в составе менеджмента Heidelberg Восточная Европа и переехал в Вену. Он продолжает работу на этой должности в настоящий момент, отвечая за взаимодействие подразделения Heidelberg Восточная Европа с головным офисом Heidelberg Druckmachinen AG по направлению «Оборудование» в регионе. На данной позиции Эса Сааринен работает в тесном взаимодействии со всеми бизнес-подразделениями Heidelberg: Prinect, допечатное, офсетное, послепечатное, а также цифровое и флексографское оборудование.

По материалам пресс-службы компании «Гейдельберг-СНГ»

Компании Xerox и «ОктоПринт Сервис» подписали соглашение о сотрудничестве

В рамках соглашения компания «ОктоПринт Сервис» принимает на себя обязательство в качестве одного из представителей осуществлять продажи оборудования Xerox на территории России.

Компания «ОктоПринт Сервис» 15 лет плотно работает с офсетными типографиями на российском рынке, поставляя им расходные материалы. Ежедневное общение с клиентами, поставка товара, решение технологических задач позволяют компании быть всегда в курсе событий, текущих и будущих тенденций отрасли.

Объединяя свои усилия, компании «ОктоПринт Сервис» и Xerox предлагают современный подход к решению задач офсетных типографий. В условиях сокращения тиражей передовое оборудование и знания сотрудников Xerox в сочетании со знаниями и опытом специалистов «ОктоПринт Сервис» помогут клиентам своевременно перестроить или расширить свой бизнес в соответствии с актуальными запросами отрасли.

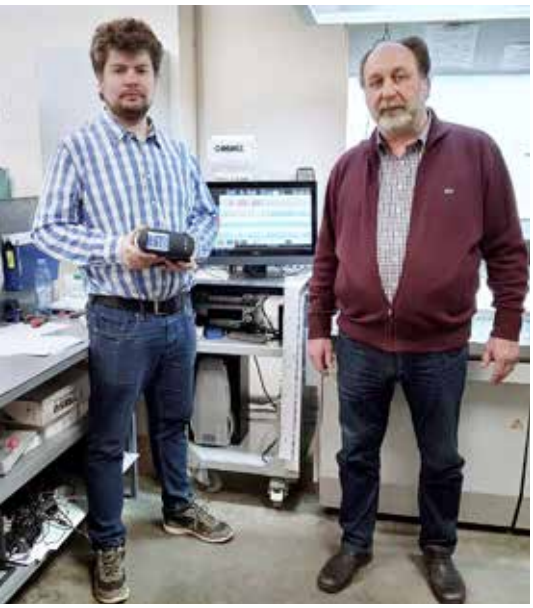
Компании планируют поддерживать друг друга в работе на российском рынке, реализовывая совместные проекты и маркетинговые мероприятия, и оказывать друг другу всестороннюю поддержку.

Активная рыночная позиция позволит компаниям благодаря сотрудничеству усилить свои позиции на рынке, повысить лояльность имеющихся клиентов, привлечь новых, а также расширить географию своей работы.

По материалам компании Xerox

Система обратной связи X-Rite eXactLoop в «ПД АВИСС»

«Круиз-контроль» цвета для упаковки



«ПД АВИСС» (Москва) – это современное, интенсивно развивающееся предприятие, организованное на базе офсетной типографии с большим опытом работы в производстве упаковки и инструкций из картона и бумаги любой сложности, конфигурации и объема.

«Благодаря нашей плодотворной деятельности на протяжении более 20 лет мы завоевали достойную репутацию у многих фармацевтических компаний. В производстве фармацевтической упаковки очень жесткие требования к стабильности, точности попадания и удержания цвета, – говорит Звенрев Андрей Борисович, заместитель директора по производству. – Инновации и применение современных технологий офсетной печати помогают нашей типографии быть конкурентной на современном полиграфическом рынке».

«Специфика нашей деятельности такова, что примерно 80% работ связаны со смесевыми цветами и Pantone. Очень строгие требования по допускам dE заставляют контролировать не только непосредственно процесс печати, контроль цвета, но и выборочный контроль готовой продукции.

Во время выставки Printech 2017 на стенде компании «АПОСТРОФ» наше внимание привлек спектрофотометр X-Rite eXact, где мы и познакомились с Дмитрием Кобзарем. В процессе переговоров и по результатам тестирования мы приняли решение приобрести автоматизированную систему управления качеством цвета с обратной связью», – объясняет Бугаев Виталий Васильевич, руководитель производства.

«Наша компания уделяет очень серьезное внимание направлению контроля качества цвета, – говорит Дмитрий Кобзарь, ведущий менеджер-технолог ООО «АПОСТРОФ» и сертифицированный эксперт UGRA. — Изначально коллеги из «АВИСС» интересовались стандартной модификацией eXact и были приятно поражены возможностью реализовать систему обратной связи на базе этого прибора».

«В процессе переговоров и по результатам тестирования мы приняли решение приобрести автоматизированную систему управления качеством цвета с обратной связью»

Преимущества системы eXactLoop очевидны:

– Функциональность, гибкость и мобильность eXact. Всего одним прибором можно реализовать контроль качества цвета на всех этапах.

– Система предварительной настройки красочных профилей позволяет значительно сократить приладку.

– Интеллектуальная система обратной связи, которая абсолютно безопасно и легко подключается к пульту печатной машины, берет управление красочными зонами и подачей краски на себя.

– Ответственные заказчики, осуществляющие контроль качества готовой упаковки, чаще всего используют спектрофотометры марки X-Rite. Также стоит отметить, что X-Rite и Pantone – это фактически одна компания.

– Экономическая эффективность данного решения для российского рынка полиграфии доказана опытом удачных инсталляций четырех систем за последний год.

Для Дмитрия Кобзаря данная инсталляция пятая по счету, но первая в качестве сертифицированного эксперта UGRA. Это оказалось для «ПД АВИСС» приятным бонусом. В процессе инсталляции специалисты «ПД АВИСС» получили новые углубленные знания и навыки в области контроля качества и стандартизации цвета. Обе компании уверены в правильном выборе и выгодном долгосрочном сотрудничестве.

www.apostrof.ru
www.aviss.ru

IKONOS we think quality

IKONOS – производитель декоративных материалов и материалов для широкоформатной печати – готов к сотрудничеству с бизнес-партнерами

IKONOS предлагает высококачественные материалы PETBACKLIGHT для подсветки, а также материал типа BLOCKOUT, который используется в системах ROLL'UP и POP'UP. В предложении фирмы также можно найти высококачественные ламинаты с УФ-поглощением и пленки для печати. Кроме того, компания предлагает фотобумагу, бумагу для печати плакатов и бумагу blueback.

Материалы IKONOS используются в технологиях печати UV, LATEX, ECO-SOLVENT и SOLVENT, а также в технологии струйной печати AQUA.

IKONOS является первым и единственным польским производителем материалов для широкоформатной печати. Производственная линия находится в Ополе, где расположен главный офис и администрация фирмы. 25 лет компания работает для полиграфической промышленности и особенно акцентирует свою деятельность на широкоформатной печати. Многолетний опыт работы, постоянное повышение квалификации сотрудников, поиск новых тенденций и ориентация на клиента – основные преимущества компании.

IKONOS специализируется на материалах для:

- Оформления интерьера: обои, структурные пленки, CANVASY
- Украшение стекла: пленки FROSTED, декоративные пленки PET, пленки OWV
- Ламинирование и печать изображений на пол с сертификатом R9

Компания владеет передовыми машинами и оборудованием, специализируется на производстве мелованных и самоклеящихся материалов, предназначенных для печати, ламинирования и декорирования. Производственный цех с огромным складом хранения площадью 3,5 тысячи квадратных метров гарантирует постоянное наличие материалов для самых требовательных клиентов.

Поставщиком производства сырья является мировой лидер BASF. Компоненты, используемые в производстве, европейского происхождения и соответствуют всем директивам ЕС, особенно в отношении безопасности, таких как REACH или ROHS.

IKONOS сотрудничает с лидерами производства, имеет доступ к сырью самого высокого качества и новейшим технологиям, поэтому продукты не раз получали награды на выставках в стране и за рубежом, а бренд IKONOS быстро завоевал признание среди потребителей во всем мире.

Динамичность, инновации, качество, новые тенденции, удовлетворение потребностей клиентов, отзывчивость, знания и опыт – качества, которые определяют марку IKONOS.

export@ikonosmedia.eu
www.ikonosmedia.eu

Печатная машина Komori Enthrone 29 запущена в ГУ «Северное издательство»

Уральский филиал «ЯМ Интернешнл» рад сообщить об очередной инсталляции поставляемого компанией оборудования в ГУ «Северное издательство» (Ямало-Ненецкий автономный округ, Ноябрьск). Для филиала это уже пятая печатная машина Komori серии Enthrone 29.

В августе на производственной площадке издательства была запущена четырехкрасочная печатная машина Komori Enthrone 429. ГУ «Северное издательство» не впервые отдает предпочтение оборудованию Komori. В 2015 году на печатном участке в Салехарде установили пятикрасочную Komori Enthrone 529, которая успешно эксплуатируется уже почти два года. Помимо этого «ЯМ Интернешнл» оснастило и допечатный участок издательства: с 2010 года были установлены системы CtPLuxel V6e и два CtPLuxel V8 японской корпорации FUJIFILM.

Komori Enthrone 429 – листовая офсетная печатная машина формата B2, настраивать ее можно с пульта управления. Основные достоинства:

- максимальная скорость печати машины – 13 000 л/ч;
- диапазон толщин листа от 0,04 до 0,6 мм;
- автоматическая смывка офсетного и печатного цилиндров при помощи предварительно пропитанных полотен;
- компактные габариты печатной машины.

Нина Светличная, генеральный директор уральского филиала «ЯМ Интернешнл»: «Выражаю благодарность за доверие всему руководству ГУ «Северное издательство» и лично Ярмаметову Э.Р. к нашей компании и нашему оборудованию. Особенно хочу отметить, что, несмотря на столь отдаленный регион нашей страны, не возникло трудностей по доставке и установке оборудования. Все было исполнено точно в срок. Приятно было видеть глаза печатников, с каким желанием они осваивали новую печатную машину. Удачи!»

Поздравляем ГУ «Северное издательство» с очередным удачным приобретением и желаем двигаться только вперед.

По материалам компании «ЯМ Интернешнл»

Аутсорсинг в полиграфии:
«Не нужно задумываться, где и что напечатать»

Четкое понимание рынка, слаженная команда, современное оборудование и умение оперативно решать сложные производственные задачи — таковы требования для успешного открытия цифровой типографии в непростое для полиграфии время. Все эти характеристики олицетворяют типографию «Печатня» в Тюмени, которая открылась в ноябре. Генеральный директор типографии Алексей Гайдар рассказал о новом подходе в работе, подборе команды и оборудовании для требовательных заказчиков.

Алексей Юрьевич, что повлияло на решение открыть типографию именно сейчас?

На первый взгляд кажется, что время для открытия нового бизнеса выбрано не самое удачное, но это не так. Во времена затянувшегося кризиса многие потребители перешли от количества к качеству, и в регионах эта тенденция наблюдается особенно остро. Таким образом тиражи стали более короткими, но при этом заказчик требует интересный и уникальный продукт. Для решения данных задач идеально подходит цифровая типография полного цикла, которая способна предоставить клиенту и бизнесу весь спектр полиграфических услуг.

Конкуренция на рынке высокая, и открытие еще одной цифровой типографии — серьезный и рискованный шаг. Вы заявляете, что предлагаете абсолютно новый подход к оперативной полиграфии, в чем это проявляется?

При относительно коротких тиражах мы обеспечиваем клиенту качественный и доступный сервис, таким образом предоставляя ему удобный и дешевый документооборот. Заказчику больше не нужно задумываться, где и что напечатать, это можно назвать своеобразным аутсорсингом в сфере полиграфических услуг.

Вы много лет руководили типографией в Кургане. Предыдущий опыт помог вам при планировании и открытии «Печатни»?

Конечно. И не только помог, но и во время посткризисного затишья указал вектор развития в области цифровых технологий, обозначил причины снижения крупного офсетного производства.

«Печатня» позиционирует себя как типография полного цикла. Кто ваши заказчики?

На сегодняшний момент это государственные и коммерческие организации. Именно они в такой период подвержены колебаниям финансирования и имеют необходимость оперативного решения поставленных перед ними задач. Они ставят перед собой вопрос снижения издержек, именно это наша типография готова им предложить.

Как вы подбирали кадры?

Подбор персонала — очень трудный процесс. Сегодня сложно найти готового сотрудника: люди работают не по специальности, а там, где их труд высоко оплачивают. И самое главное — мир цифровой полиграфии постоянно растет, видоизменяется. Если «выпал» на пару лет, необходимо время, чтобы наверстать упущенное. Считаю, что главное — желание, а научиться всегда поможем, особенно когда рядом замечательные партнеры.

Расскажите, какой у вас парк оборудования? В чем специфика данных моделей?

Из цифровых машин на производстве представлено оборудование промышленного сегмента известных производителей. Для постпечатной обработки имеется все, для того чтобы быстро и качественно удовлетворить потребности любого, даже самого привередливого заказчика. Специфика данного оборудования в скорости и неизменном качестве.

Вы приобрели печатную машину Ricoh Pro C5200. Какие возможности реализуете на данном оборудовании?

Одно из приоритетных достоинств модели — качество цветопередачи и высокое разрешение печати. Даже самые мелкие детали пропечатываются четко и ярко, как в жизни. Если говорить о печати текстурных и фактурных материалов, возможность Ricoh Pro C5200 превзошла все наши ожидания, не говоря уже о печати на дизайнерских бумагах, пленках и синтетических материалах. Мы по достоинству оценили качество, удобство и стабильность этой машины. Все это стараемся донести до наших клиентов.

Какую планку себе ставите?

Самое главное — не останавливаться на достигнутом, всегда смотреть вперед и находить новые перспективы для развития. В дальнейшем планируем реализовывать еще более перспективные проекты.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Бизнес-семинар Simply Efficient: обмен опытом

Полтора месяца, пять городов, более 400 участников – таковы итоги регионального тура, организованного Konica Minolta совместно с компанией «Европапир». 1 ноября на семинаре в Екатеринбурге они представили новейшие решения и уникальные материалы для производительной печати.

Цель бизнес-семинаров – обмен опытом, знаниями, анализ проблем на рынке. Обсудить острые и актуальные темы на Simply Efficient в «Атриум Палас» отель приехали более полусотни специалистов, некоторые – из других городов, что особо подчеркнул генеральный директор группы компаний «Урал-Минолта», Elite-партнера Konica Minolta, Виталий Тресцов.

Специалисты Konica Minolta презентовали новую полноцветную ЦПМ Accurio Press C6085, продажи которой стартовали в России в августе этого года. Данная модель предназначена в первую очередь для полиграфистов, которым необходимо расширить свое существующее производство, а также для тех, кто печатает большие тиражи на постоянной основе. Модель отличают высокое качество и стабильность цвета в тираже, «всеядность» – поддержка широкого спектра носителей плотностью от 52 до 400 гр/м^2, включая синтетические носители, самоклеящиеся и фактурные бумаги – все, что крайне востребовано в печатном бизнесе. Также был представлен модуль IQ-501, обеспечивающий автоматическую настройку основных параметров печатной системы и поддержание высокого качества печати на протяжении всего тиража. Этот уникальный модуль позволяет в считанные минуты перенастроить машину для соответствия нужной цветовой конфигурации и в реальном времени анализирует каждый отпечаток и при необходимости вносит корректировки. Помимо флагманской модели, участники семинара могли вживую ознакомиться с младшей полноцветной ЦПМ Accurio Print C2060L и монохромной системой печати bizhub PRO 1100.

Николай Рыков, продукт-менеджер по программным решениям Konica Minolta, представил Accurio Pro Flux – программный продукт для автоматизации цифрового печатного производства. Оверпринт, присутствие прозрачностей, низкое разрешение растровых элементов, не встроенные в PDF шрифты – это неполный перечень распространенных проблем, с которыми приходится сталкиваться в оперативной полиграфии. Участники высоко оценили потенциал решения: интерфейсы всех модулей ПО на русском языке, визуальный конструктор подготовки макета (спуск полос) и апгрейд с простой версии автоматизации работы оператора до сетевой платформы с поддержкой функционала web-to-print.

Николай напомнил, с какими проблемами сталкиваются типографии при оформлении заказов, и объяснил, как можно оптимизировать процесс при помощи web-to-print. Он показал на практике, чем работа печатных центров с автоматизацией отличается от обычных: технология web-to-print экономит время и усилия сотрудников, связанные с обработкой регулярных заказов, а Accurio Pro Flux проверяет входящие файлы и помогает принять решение – можно ли принимать заказ или следует отклонить его с целью дальнейшей доработки заказчиком. Николай также разобрал узкие места рабочих процессов, из которых самые распространенные – проверка и подтверждение заказов и оценка стоимости печатной продукции. В ходе демонстрации был показан пример, когда автоматизированный процесс приема заказа составляет около 18 минут вместо обычных 35 минут.

Накануне Нового года типографии получают большой объем печати и невсегда справляются с нагрузкой. Для подобных ситуаций

компания «Урал-Минольта» предлагает заказчикам воспользоваться услугами организованного ими сервиса «Типография на час», который подразумевает возможность прийти в типографию, арендовать установленное в ней оборудование и распечатать необходимые материалы с низкой стоимостью. Этот вариант подходит также и потенциальным клиентам, которые перед приобретением оборудования хотят его протестировать, разместить пробные заказы.

В перерывах между выступлениями экспертов участники семинара знакомились с образцами дизайнерских бумаг, изображения на которых напечатаны на Accurio Press C6085, изучали представленное оборудование, задавали вопросы по работе машин.

Компания «Европапир» представила широкий ассортимент дизайнерских бумаг: эксклюзивные предложения Mohawk–Via, Loop, Lahnpaper–Pretex, Neobond, уникальную магнитную бумагу, а также различные носители для печати, включая синтетические фотобумаги Fellix Shoeller, на которых цифровые печатные машины демонстрируют результаты высокого качества. Материалы проверяли и экспериментальным путем, например, бумагу E-Photo – на устойчивость к внешним воздействиям. Елена Родионова, менеджер по развитию бизнеса «Специальные бумаги» компании «Европапир», прокомментировала: «Хорошо, что кроме выступлений есть возможность протестировать то, о чем говорят, и напечатать на бумаге здесь и сейчас. Это помогает человеку убедиться в качестве и влюбиться в материал».

Светлана Буденко, коммерческий директор компании «Джи-Эм-Пи-РуссКом», представила обзор моделей режущих плоттеров Graphtec, которые помогут вырезать заранее отпечатанное изображение. Сегодня сложно найти альтернативу такому оборудованию по функционалу и удобству работы. Это подтверждают и отзывы клиентов компании, которые стали приверженцами марки. Модель режущего плоттера CE6000, которая была представлена на семинаре, мог протестировать любой участник и изучить ее технические возможности. Специальный алгоритм перфорации минимизирует количество подъемов, опусканий ножа и сокращает общее время резки. Программное обеспечение включает три программы – Graphtec Studio, Cutting Master 3 и Plotter Controller. Плоттер может воспринимать и резать с usb-накопителя, машина имеет удобный держатель рулона, также есть кнопка аварийного отключения.

После официальной части гости продолжили знакомство с оборудованием и самостоятельно изготавливали образцы. Большой интерес вызвала демонстрация ламинатора EXCELAM-355R, который предназначен для «выборочного ламинирования» для цифровой печати, технологии, пользующейся спросом на рынке, – это подтверждает и ажиотаж около машины. Участники семинара тестировали в работе возможности выборочного ламинирования и фольгирования, глянцевания и голографирования. Процессы состоят из трех этапов: сначала печатается основной макет, затем лист целиком ламинируют специальной пленкой с бархатистой поверхностью, которая напоминает дизайнерскую бумагу TOUCHE COVER. После чего фрагмент, который необходимо сделать выборочным, печатается поверх пленки. Олеся Киян, руководитель отдела продаж «Джи-Эм-Пи-РуссКом»: «У компаний уже есть цифровые печатные машины, ламинаторы GMP с горячими валами. А со специальными пленками у них появляется возможность дополнительного заработка на ламинировании». Олеся Киян отметила, что выступления, живое общение с клиентами, демонстрация оборудования – отличный формат мероприятия.

С большим вниманием изучила работу ламинатора и полученные результаты Ольга Исупова, заместитель директора по учебно-производственной работе уральского техникума «Рифей»: «В типографии, где учащиеся проходят практику, оборудование куплено 6 лет назад. Сейчас огромный выбор современных машин, и все образцы, наглядные пособия, которые мы получили на семинаре, предоставим студентам для исследования, мастер им все объяснит. Это необходимо, чтобы плодотворно изучать все предметы. Учащиеся ознакомятся со всем новейшим оборудованием, это поможет им в дальнейшем профессионально сориентироваться». Ольга Исупова впервые на таком семинаре и отметила, что мероприятие было организовано на высоком уровне.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Ricoh Rus презентовали и протестировали Ricoh Pro C5200s

Семинар «Больше чем CMYK, больше чем бизнес» состоялся в рамках демонстрационного тура RicohDemoTour 360° по России, Беларуси и Казахстану. Команда компании уже рассказала о возможностях оборудования в Минске, Казани, Ярославле, Владивостоке и других городах. 25 октября в Екатеринбурге на презентации, организованной компанией Ricoh совместно с компаниями «Графические системы» и «Дубль В», представили новую модель Ricoh Pro C5200s.

Во время тура по городам эксперты заметили, что многие интересуются именно промышленной печатью: что можно сделать, как правильно применять в работе. Они стремились, чтобы участники на встрече подчерпнули новые знания и реализовали их.

Организаторы обещали, что участников ожидает полное погружение с обзором 360 градусов. Так и оказалось: на Урале семинар провели в уникальном формате. В одном месте новинку обсуждали производитель печатной техники, поставщик печатных материалов, а также партнер, который оказывает продажу и сервис. Именно такой союз позволяет максимально раскрыть возможности оборудования. Презентацию посетили несколько десятков человек: представители типографий, фотосалонов, центров печати и учебных заведений. Они оценили такой формат и назвали его самым оптимальным.

Для знакомства с техникой Ricoh было представлено большое количество оборудования: как популярные и проверенные модели, так и новые. В центре внимания – Ricoh Pro C5200s, цифровая печатная машина младшего сегмента промышленных печатных систем с возможностями «старших» машин.

На мероприятии выступали эксперты из Екатеринбурга и Москвы. Елена Рудневская, продакт-менеджер Ricoh, познакомила с особенностями машины Ricoh Pro C5200s. Игорь Степанов, коммерческий директор компании «Графические системы», рассказал о результатах тестирования машины у заказчиков из Екатеринбурга, Тюмени, Кургана и Челябинска. Ольга Черепанова, директор розничного подразделения «Мир бумаги» компании «Дубль В», подробно рассказала о широком ассортименте материалов, поставляемых «Дубль В». Особое внимание было уделено бумагам для цифровой печати и дизайнерским коллекциям.

Превосходное качество изображения, стабильность печати тиража, поддержка широкого ряда носителей – в том числе текстурированных и фактурных, а также все необходимое для эффективной промышленной печати в одной машине. Также Ricoh Pro C5200s отличает удобный интерфейс, который позволяет без труда пользоваться обширной встраиваемой библиотекой материалов, делать точную приводку, печатать баннеры длиной до 1260 мм и другое. В линию с цифровой печатной машиной можно установить различные финишные опции, которые обеспечивают дополнительную функциональность, включая изготовление буклетов, степлирование и различные виды фальцовки. Но одно дело – слова, другое – реальный результат. Чтобы проверить в деле характеристики машины Ricoh Pro C5200s, в июле этого года запустили тестирование на бумагах из ассортимента «Дубль В». Как рассказал в докладе Игорь Степанов, программа будет продолжена в Екатеринбурге и Перми. На сегодняшний момент тест-драйв провели 4 типографии. Одна из них цифровая, ее основное направление – широкоформатная и УФ-печать. Следующие две типографии – офсетные. Еще одна компания специализируется на флексопечати, производит большие объемы, в том числе изготавливает фотокниги. Компании ставили перед машиной сложные задачи, чтобы объективно оценить качество работы. Например, необходимо было получить на ней цвет Pantone, что невсегда удается на других машинах. Результат превзошел ожидания – клиент был очень удивлен. Вячеслав Ломаев, директор типографии «Адекс-принт»: «В первую очередь на семинаре хотел узнать о способах оптимизации производственных процессов, которые компания Ricoh представляла на

«Организаторы обещали, что участников ожидает полное погружение с обзором 360 градусов»

основе разработанных новых технологий, а также ознакомиться с реальными отзывами типографий, где установлены устройства Ricoh, отклики оказались только положительными. Необычный формат встречи понравился, всегда приятно не только послушать, но и увидеть вживую оборудование и его возможности».

Кульминацией семинара была практическая часть, где каждый мог протестировать в работе Ricoh Pro C5200s, оценить результаты и задать вопросы по работе машины. Елена Рудневская отметила, что в основном задавали вопросы по печати на разных типах и плотностях материалов, настройки машины, регистрации лица и оборота. Специалисты детально рассказали, как устроена машина, как грамотно на ней работать.

Директор РА «Лотрек» Тамара Байтулина ранее не была знакома с поставщиком и продукцией, пришла на презентацию, чтобы ознакомиться, а также быть в курсе новых технологий и неожиданных, незнакомых ей возможностей современных цифровых печатных машин, встретиться с партнерами по бизнесу, обменяться новостями и впечатлениями. «Встреча организована удобно и комфортно для участников. Узнала о новых возможностях цифровой печати, новых материалах, лично познакомилась с представителями компании-поставщика бумаг для цифровой печати. Тестирование машины и возможностей печати на различных материалах – одна из самых интересных и нужных мне частей мероприятия», – рассказала Тамара Байтулина.

«Кульминацией семинара была практическая часть, где каждый мог протестировать в работе Ricoh Pro C5200s, оценить результаты и задать вопросы по работе машины»

Печатали изображения на бумагах из ассортимента компании «Дубль В». В последнее время полиграфисты отмечают повышенный интерес клиентов к ярким и необычным материалам, поэтому для демонстрации были выбраны не только традиционные бумаги, но и бумаги со спецэффектами и сложной фактурой, специальные бумаги для цифровой печати, дизайнерские бумаги преимущественно высоких плотностей, самоклеящиеся бумаги. Ольга Черепанова, директор розничной сети «Мир бумаги» ГК «Дубль В» делится результатами печати: «Стабильно высокое качество цветопередачи и четкость отпечатков показала эталонная бумага для цифровой печати Color Copy (Mondi, Австрия). Отличные отпечатки получены на дизайнерских бумагах: Majestic (Favini, Италия), Pergraphica (Mondi), калька T2000 (Zanders, Италия) и на самоклеящейся бумаге Ritrama (Италия). 2017 год в России объявлен годом экологии. При выборе бумаг для тестирования мы не оставили этот факт без внимания, и дизайнерская бумага Remake ЭКО (Favini, Италия) также порадовала своими великолепными печатными свойствами. Наиболее яркие впечатления у гостей мероприятия остались от превосходного результата, полученного при печати на дизайнерских бумагах Touche cover (Neenah Paper, США) и Verona лен (Cordenons, Италия)».

Детальный разбор машины Ricoh Pro C5200s показал, что она может справиться с любыми, даже самыми трудными задачами, а значит, открывает компании новые возможности. Андрей Рыжков, руководитель подразделения маркетинговых коммуникаций Ricoh: «Как и во всех предыдущих городах RicohDemoTour 360⁰, отзывы у гостей позитивные. Они рады возможности реальной демонстрации и тестирования оборудования. Основной итог, судя по отзывам – открытие нового для себя аппарата по сравнительно небольшой цене, при этом обладающий возможностями более старших устройств. Соответственно, аппарат позволяет заинтересовать клиента новым и уникальным предложением, при этом не требуя значительных финансовых вложений».

RICOH
imagine. change.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Компания «Графические системы» представила новое оборудование

Семинар-практикум посвящен 3D сублимации, автоматизации плоттерной резки и другим новинкам для производства сувениров.

Как гласит пословица, знание приобретешь – не пропадешь. Новые технологии стремительно развиваются, и чтобы соответствовать трендам сувенирной отрасли, нужно следить за новинками на рынке. Компания «Графические системы» решила эту задачу: за один день участники семинара познакомились с новыми технологиями в производстве сувенирной продукции и взяли на заметку идеи для своей работы. Мероприятие состоялось 10 октября в «Маринс Парк Отель». Каждый участник мог не только задать все интересующие вопросы по производству рекламно-сувенирной продукции, но и протестировать оборудование.

В семинаре приняли участие более 30 компаний из Екатеринбурга, Верхней Пышмы, Нижнего Тагила, Магнитогорска, Асбеста, Каменск-Уральского и других.

С докладами выступили представители компании «Графические системы»: Екатерина Савченкова, начальник отдела продаж и Николай Локис, руководитель отдела. Кроме них презентации провели эксперты из Москвы: Юлия Короткова, менеджер по продажам компании «Лето будет!», сервисный инженер компании «Спектрум лазер» Валерий Булеков и Олег Малиенко, менеджер по управлению товарной категорией компании «Корпорация ЗНАК». Встреча была построена на общении с залом, во время выступления докладчики объясняли, как решить трудности, с которыми компании сталкиваются на производстве. Таким образом они не только помогли решить вопросы по работе с оборудованием, но и получили обратную связь: что на самом деле нужно рынку и клиентам.

Представители крупных типографий, фабрик, магазинов, копицентров, дизайн студий, сувенирных компаний – на семинаре каждый нашел интересующую его нишу. Направление техники, которое продемонстрировала Юлия Короткова, незаменимо компаниям на этапе стартапа, которые только начинают свою деятельность, производствам для изготовления пилотных партий, чтобы свести к минимуму возникновение проблем с крупным тиражом, а также рекламно-сувенирным компаниям для изготовления малотиражной и сувенирной продукции. Для выполнения таких задач Юлия представила режущие плоттеры Silhouette Cameo, Portrait и Curio. Они имеют очень широкий спектр применения, а также предназначены для скрапбукинга и реализации любых творческих идей. Также она представила Mint для изготовления печатей и штампов. Это очень компактная машинка, которая позволяет за считанные минуты изготовить любую печать. А благодаря небольшим размерам и малому весу позволяет компании быть мобильной: самой выезжать к клиентам. Silhouette дает возможность оказывать большой спектр услуг сувенирного направления. А благодаря доступной цене и компактности хороша как для производств, так и для людей, начинающих бизнес-проекты дома.

Как было заявлено изначально, акцент мероприятия сделан на практическую часть, во время которой гости рассматривали уже готовые результаты работы машин: ленты с надписями, футболки с принтами, деревянные фигурки с гравировкой, кружки с изображениями. Они с интересом обсуждали технику, вели дискуссии и сами тестировали оборудование.

Юлия Короткова наглядно продемонстрировала, насколько режущие плоттеры Silhouette и программное обеспечение просты в использовании. Интерес к такой технике подтверждает внимание вокруг демонстрации. «Такой формат мероприятия очень полезен и эффективен для посетителей, так как они получают возможность буквально за несколько часов подробно ознакомиться с оборудованием и понять, насколько оно будет полезно в их деятельности. Заинтересованные гости не только знакомились с техникой, но и сами пробовали на ней работать», – рассказала Юлия Короткова.

Компактные машины, на которых могут работать небольшие компании, набирают популярность, и на семинаре это обсуждалось неоднократно. Олег Малиенко во время своего выступления познакомил с малоизвестным для региона оборудованием. Особое внимание привлек вакуумный термопресс для 3D сублимации А3 (ST-3042). Олег рассказал о различных видах пленки, сублимации на кружках и возможности применения данных технологий для небольших тиражей, например, наносить изображения на елочные игрушки для своей семьи. Он отметил, что крупные типографии, которые производят изделия тысячными тиражами и имеют большие склады, сходят на нет. Талантливый дизайнер, который рисует принты, может приобрести домой

принтер, пресс и сам изготавливать футболки. Такую ситуацию на рынке подтверждает и Наталья Белова, директор типографии «Аквамарин» (Верхняя Пышма): «Благодарим организаторов за то, что они проводят семинары не только для крупных типографий. В связи с кризисными условиями на рынке клиенты заказывают продукцию в меньших тиражах. И нам как раз предлагают небольшое оборудование, которое поможет минимизировать затраты».

Екатерина Савченкова в своем выступлении отметила основные преимущества режущего плоттера Graphtec CE 6000-60 и автоподатчика для режущего плоттера I-MARK, Николай Локис объяснил специфику работы с ленточным принтером для маркировки Epson Label Works LW-300, ленточным принтером Citizen TAB и печатью на текстиле на примере принтера Brothers GT-3.

Валерий Булеков представил альтернативу в отрасли гравировки – лазерный гравер GCC, модель C180I с американским излучателем Synrad. Более 2000 работающих в РФ лазерных граверов GCC и 15 лет деятельности на рынке лазерного оснащения показывают высокое качество и надежность данного оборудования. Лазерные станки GCC обладают интуитивно понятным интерфейсом – это позволяет сократить время, затрачиваемое на обучение вашего персонала и сохранить высокий уровень производительности оборудования. Их отличает высокая детализация изделий, простота в использовании при грамотном обучении и безопасность. Обычно данное оборудование приобретают, когда у фирмы уже есть несколько направлений и лазерный гравер необходим в качестве дополнения или в том случае, когда компания открывает отдельное крыло в своей сфере. Как рассказал Валерий Булеков, на семинаре некоторые впервые познакомились с данной технологией, другие участники интересовались техническими характеристиками. Те, кто уже используют эти машины, задавали вопросы, связанные с сервисным обслуживанием.

Такой формат мероприятия, посвященный технологиям в производстве сувенирной продукции, компания «Графические системы» проводит впервые. Участники семинара такую форму оценили. Кроме того и сами выступающие отметили, что подчерпнули для себя новые знания. Валерий Булеков: «От каждого из выступающих я узнал полезную информацию о технологиях, было интересно, хотя представляю совершенно иную сферу оборудования». Олег Малиенко считает, что только такие семинары и должны развивать рынок: «Мы часто проводим подобные мероприятия в Москве. Данные технологии очень тяжело доносить до общества только словами. А здесь клиент непосредственно может попробовать поработать на оборудовании. Тогда он понимает преимущества и имеет представление, где он может использовать данные технологии. Приятно удивлен, потому что была оживленная беседа, каждый начал рассказывать, что не получается. После моего выступления ко мне продолжали обращаться, чтобы еще раз посмотреть, как все работает. Обычно такие мероприятия посещают около 20 человек, а здесь в два раза больше – очень хороший показатель».

Сергей Бакшиш, генеральный директор компании «Графические системы»: «Мы отметили очень большой и живой интерес. После данного семинара многие увидели, что у нас большой выбор оборудования, что мы можем научить технологиям. Мы стремимся к тому, чтобы клиенты не просто приобретали технику, а получали возможность использовать широкий диапазон технологических решений, на которых они могут зарабатывать деньги». Сергей Бакшиш отметил, что после семинара участники делились своими впечатлениями. Они узнали о новинках рынка, дополнительных возможностях оборудования, которое у них уже имеется и запланировали покупку машин, расходных материалов, которые можно использовать для расширения ассортимента.

Наталья Белова: «Мы сами изготавливаем рекламную, сувенирную продукцию, поэтому нам очень близка тема семинара. Она полезная и актуальная, особенно в преддверии новогодних праздников. Клиенты просят новинки, им уже неинтересна продукция, которую им предлагали в прошлом году. Идеи для них мы как раз и находим на подобных семинарах, и сегодня подчерпнули для себя много нового». Ведущий дизайнер типографии «Аквамарин» Мария Меркурьева добавляет, что ей запомнилось выступление по прямой печати на ткани и после семинара у нее появилось множество идей, чтобы заниматься творчеством самой, а не участвовать в перезаказах. Например, печатать на кедах и сумках. По ее словам, раньше они об этом не задумывались.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Федеральный форум и крупнейшая на Урале выставка бизнес-сувениров: подводим итоги

Что подарить человеку, у которого все есть? Как находить новых клиентов в социальных сетях? Как эффективно организовать внутренние коммуникации в компании? Как аудировать продажи предприятия? Более 350 маркетологов, протоколистов, PR и HR-специалистов из почти 300 компаний стремились получить ответы на эти и другие вопросы, посмотреть новинки сувенирной отрасли, пообщаться с представителями федеральных компаний. Такую возможность им предоставила компания «Прагматика» на площадке Уральского центра развития дизайна 21-22 сентября.

Форум открыл деловой сезон и подвел итог годовому туру мероприятий компании, которые с начала года прошли в Челябинске, Сургуте, Тюмени и Екатеринбурге.

Оба дня всех участников ждала насыщенная деловая программа. По словам Игоря Чижова, директора компании «Прагматика», участники форума оценили эффективность формата мероприятия: в одном месте сконцентрированы консультации из различных сфер от работы с иностранной делегацией до ведения соцсетей. «Сегодня мы наблюдаем тенденцию слияния на крупном предприятии нескольких служб в одну. В связи с этим возникает необходимость развития сотрудников в новых для них сферах», – отмечает Игорь Чижов.

21 сентября проходила конференция «PR и маркетинг в интернете для крупных и средних организаций», она состояла из двух секций: «PR и управление имиджем предприятия и первых лиц» и «Продажи на B2B рынке. Цифровая воронка продаж». Представители крупных компаний рассказали о работе со СМИ, контроле репутации в интернете, маркетинге в сети.

Протокол и переговорный процесс, работа с иностранной делегацией, алкогольные и каменные бизнес-подарки – темы, которые поднимали спикеры на конференции «Деловой протокол в государственной сфере и крупном бизнесе», которая состоялась во второй день форума – 22 сентября. Усилило конференцию участие ведущих экспертов по вопросам делового протокола города и области: представительства МИД в Екатеринбурге, Управления протокола Губернатора Свердловской области, Бизнес-бюро Ассоциации Переводчиков. Они рассказывали о реальных ситуациях, с которыми большинство сталкивается в процессе работы, делились практическим опытом, давали рекомендации.

Пока часть гостей форума проходила обучение, другая часть знакомилась с выставкой «Бизнес-сувениры и подарки». Выставка заняла зал на первом этаже, где расположилось более 20 стендов. Новинки сувенирной отрасли на выставке презентовали крупнейшие поставщики и производители из России и Европы: «Прагматика», «Океан бизнес сувениров», Happy gifts, OASIS, STAN, MERLION, Prowine, печатный дом «Формат» и другие.

Специалисты активно рассказывали, что нового предлагает рынок в этом году. Например, надувной диван – биван, наборы для рыбаков, елочные игрушки из дерева, блокноты со специальным покрытием soft-touch, медовые подарки, пряники,

интересные гаджеты, многофункциональные сувениры.

Светлана Дамберг, заместитель директора по управлению проектами компании «Прагматика», продемонстрировала набор для лепки «Домашние пельмени», собственную разработку «Прагматики», созданную совместно с кафедрой индустриального дизайна архитектурной академии. Это семейный, домашний подарок, возможность весело провести время в кругу семьи.

Но на этом творческие и производственные возможности «Прагматики» только начинаются, так, на выставке можно было увидеть множество вариантов упаковки: коробки, стилизованные под посылку, грузовичок, вагон поезда, кормушку... Они входят в актуальную сегодня линейку экологичных сувениров.

«Мы стараемся создавать подарки, которые несут доброту. Например, набор «Доброе дело». Это кормушка, которую можно собрать своими руками. К ней прилагается отвертка, инструкция по сборке, корм для птиц, варежки, по желанию можно добавить термос. Это хорошее зимнее времяпрепровождение для всей семьи, и такой подарок точно запомнится», – рассказала Светлана.

Разнообразная и оригинальная продукция удивляла не только гостей мероприятия, но и представителей компаний, которые сами занимаются промо-сувенирами. «У коллег отметил интересные идеи. Например, шкатулка с секретом. Для начала необходимо привести шестеренки в движение, чтобы найти скрытую замочную скважину, а затем необходимо найти ключ, он спрятан прямо в корпусе, но обнаружить его непросто. Такого я еще не видел. На другом стенде нашел необычный микрофон-игрушку, – делится Николай Николайчук, региональный менеджер по развитию компании «еБазар» (Москва). Он добавил, что участники форума оставляли только позитивные отзывы, многие в восторге от того, сколько необычных подарков предлагают компании».

Большое внимание на выставке было уделено наградной продукции, протокольным и VIP-подаркам. Также акцент был сделан на подарках к Новому году, ведь сентябрь – самое благодатное время для подготовки и выбора сюрпризов для коллег, партнеров и клиентов. Конечно, презентовали и «классику жанра»: календари, ежедневники и ручки всевозможных цветов и материалов.

Также на форуме было представлено несколько стендов среднего ценового сегмента с канцелярией высокого качества. Как рассказала Анна Новикова, менеджер компании «Океан бизнес сувениров», сейчас пользуются спросом ручки, которые невозможно сломать. Все чаще ручки дарят не по отдельности, а комплектуют в наборы с флешками, универсальными зарядными устройствами, текстилем.

По словам Марины Банных, регионального менеджера по развитию продаж компании OASIS, на промо-рынке больше всего востребованы ежедневники, ручки, пеналы, карандаши, блокноты. За деловыми аксессуарами идут технологии: зарядные устройства, беспроводные колонки – в этой сфере у компании OASIS больше всего новинок в этом году. Третьими по популярности оказались спортивные бутылки и термостаканы. Именно технологичные подарки на стенде привлекали участников в первую очередь.

«Впечатление потрясающее. Отличная организация выставки, все четко, вовремя. Форум получился насыщенным и полезным для всех: много новой информации для себя извлекли как конечные клиенты, так и мы. Знания по продвижению соцсетях, инновации будем применять в дальнейшей работе», – делится Марина Банных.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

«Яркие грани дизайнерских бумаг»:
ГК «Дубль В» представила новинки ассортимента

Мероприятие состоялось 20 сентября и вызвало большой интерес в полиграфической среде. Семинар посетили представители более 80 предприятий региона. Дизайнеры, руководители и главные технологи типографий, представители ВУЗов, издательств из Екатеринбурга, Перми, Кургана, Тюмени, Нижнего Тагила имели возможность узнать о модных тенденциях и новых креативных решениях в полиграфии и дизайне, получить полный комплект образцов, познакомиться с новинками ассортимента.

Организаторы семинара подготовили оригинальную фотозону: гости оказались в мире бумаги. В холле расцвели бумажные ромашки, а в уютном конференц-зале «Аркаим» отеля «Вознесенский» на стенах красовались полигональные фигуры из бумаги в виде голов животных.

Открытие мероприятия началось с приветственного слова Натальи Селяниной, директора обособленного подразделения Екатеринбург ООО «Дубль В Центр». Она отметила высокую активность полиграфистов Уральского региона и поблагодарила за участие.

С приветственным словом выступила главный специалист Комитета по организации бытового обслуживания населения Администрации города Екатеринбурга Валерия Петруха.

С докладом выступила Анна Котцова, руководитель отдела материалов для цифровой печати ГК «Дубль В» (Москва). Она подробно рассказала об ассортименте бумаг для цифровой печати, который предлагает компания, это: специальные гладкие, мелованные, дизайнерские, самоклеящиеся, офсетные бумаги, целлюлозные картоны в цифровом формате. По праву эталонной считается бумага COLOR COPY, при ее использовании достигаются стабильно превосходные результаты печати. Отдельное внимание было уделено новинке сезона UPM DIGI. Все виды этой бумаги были наглядно продемонстрированы в специально созданном календаре, который полностью сделан из различных видов бумаг UPM DIGI разных плотностей.

Бренд-менеджер по направлению дизайнерских и представительских бумаг ГК «Дубль В» (Москва) Лариса Писаренко отметила, что компания продает в год свыше 1 000 тонн дизайнерских бумаг. В арсенале – более 50 коллекций. Наибольшей популярностью среди бумаг со спецэффектами пользуются бумаги с латексным напылением, такие как TOUCHE COVER и новинка SENZO. В дизайнерских бумагах с эффектом «металлик» наряду с традиционной коллекцией MAJESTIC вниманию гостей представили коллекцию COCKTAIL с оригинальной цветовой палитрой. Порадовали также новые металлизированные оттенки «золото» и «серебро» кальки SPECTRAL. Картон YBBS впечатлил участников семинара уникальным сочетанием фантастически насыщенного черного оттенка с отличными свойствами настоящего упаковочного картона. «В презентации мы постарались структурировать ваши знания о коллекциях и обзорно показать ассортимент в разных группах», – поясняет Лариса Писаренко.

Гостям презентовали необычные виды бумаг, например, LEATHERLIKE – бумага, которая в сочетании поверхностного покрытия и ярко выраженных текстур тиснения («классик» и «винтаж»), напоминает натуральную кожу, выглядит изящно и эффектно.

«Дубль В» долгое время сотрудничает с компанией «Графические системы». Вместе они продумывают комплексные предложения для клиентов. На этот раз коммерческий директор компании «Графические системы» Игорь Степанов презентовал оборудование, которое позволяет печатать на всех представленных бумагах из коллекции «Дубль В».

Не обошли стороной и год экологии. ГК «Дубль В» презентовала разнообразный ассортимент экобумаг. Компания FAVINI SPA (Италия), партнер ГК «Дубль В», активно поддерживает данное направление и стремится сделать производство экологичным. Одна из главных новинок в коллекции – экобумага Remake. Она полностью экологична – имеет сертификат FSC, состоит из 30% переработанной целлюлозы, 25% волокон, полученных при производстве кожи на заводах Италии. Такой интересный микс в составе делает ее более гибкой, эластичной, тактильной на ощупь. Изготовлена бумага с использованием энергии, полученной из экологически чистых источников.

Идея доработки пришла в голову специалистам компании FAVINI 25 лет назад, когда в венецианской лагуне образовался избыток морских водорослей. Компания FAVINI нашла возможность высушивать водоросли, перемалывать и добавлять этот состав в массу при производстве бумаги. Эту бумагу активно используют, в том числе производители именитых брендов, например, Armani.

На семинаре выступил бренд-менеджер фабрики FAVINI SPA Michele Posocco, наглядно показал и подробно объяснил все детали экологичного производства. Его презентация началась с интерактива. Присутствующие на семинаре оживленно участвовали в экспериментах и могли со стороны посмотреть, знакомы ли их коллеги с компанией и насколько активно участвуют в охране окружающей среды.

«Компания продает в год свыше 1 000 тонн дизайнерских бумаг. В арсенале – более 50 коллекций. Наибольшей популярностью среди бумаг со спецэффектами пользуются бумаги с латексным напылением, такие как TOUCHE COVER и новинка SENZO»

Доклад Michele Posocco был построен на общении с участниками. Он показал банку и вешалку для одежды. Путем обсуждения выяснилось, что вещи, которые практически ничего не стоят, можно превратить в модный дизайнерский подсвечник. Таким образом Michele Posocco наглядно объяснил, что означают термины up-cycling и re-cycling и в чем смысл доработки и переработки. После этого представитель FAVINI рассказал, как компания использует этот процесс в производстве своих материалов и новых продуктов: «Нам не нужно искать дополнительные источники сырья, потому что у нас уже есть все необходимое. В этом случае удается избежать дополнительных расходов на утилизацию», – пояснил Michele Posocco.

Michele Posocco предоставил участникам семинара возможность попробовать на ощупь остатки, которые замещают целлюлозу, увидеть предметы, которые обрели новую жизнь благодаря доработке. Было продемонстрировано множество наглядных материалов: папка для документов из бумаги, а также обрезки кожи и стружка (ворс), которые остаются в результате производства кожаных изделий. Гости с интересом рассматривали образцы и задавали вопросы.

Michele Posocco удалось заинтересовать аудиторию, донести преимущества экологичного производства: «Я очень доволен публикой, отличная организация мероприятия. Все было продумано и сделано на высшем уровне. Очень часто, когда я провожу такие презентации, люди сидят без эмоций. А на этом семинаре публика достойна особого комплимента: люди очень отзывчивые, активные, готовые участвовать. Потрясающая обратная связь!»

Выступающие стремились разрушить стереотип, что компании продают только бумагу. Они продают эмоции.

Положительных эмоций в этот день гости мероприятия получили достаточно. Они высказывали одобрительные отзывы и остались вдохновленными, замотивированными, с эксклюзивными подарками.

Семинар стал по-настоящему ярким, значимым и запоминающимся событием для полиграфического рынка Урала.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Александр Гулак:

«Я настолько давно работаю, что помню еще ручной набор с бабашками и риглетами»

Директор филиала «Дом Печати – Вятка» Александр Гулак родом из Омска, работал в Екатеринбурге в типографии «Уральский рабочий», а теперь руководит типографией в Кирове — так сложились обстоятельства, о которых герой совсем не жалеет. В профессии Александр почти полвека, а ведь школьником он даже не планировал учиться и развиваться в этой сфере. Он профессионал высочайшего класса, но работа – это далеко не все, что занимает его сегодня. Наш герой путешествует, занимается спортом и каждое утро благодарит всевышнего за день для семьи и дел.

Александр Васильевич, почему вы решили связать свою жизнь с полиграфией?

Все решил случай. Поступал в Омский Политехнический Институт на кафедру автоматизации, но не набрал нужного количества баллов. Случайно узнал, что можно пойти на полиграфический факультет, на специальность «Технология полиграфического производства». Вот только на следующее утро надо было сдать экзамен по химии. Представляете – успешно сдал. Менять ничего не стал, случайностей в жизни не бывает: судьба и все события свыше прописаны. Конечно, по сравнению с 1971 годом, когда я поступал, сегодня в полиграфии от технологий, оборудования и до маркетинга все кардинально изменилось. Осталось незыблемым и приобрело более высокую степень одно — качество во ВСЕМ. Я настолько давно работаю, что помню еще ручной набор с бабашками и риглетами, линотипы и монотипы, стереотипы и однопроцессное эмульсионное травление. И переход на новые машины проходил перед моими глазами и где-то с моим участием.

Расскажите о состоянии полиграфии сегодня. Насколько важны полиграфические форумы?

Для полиграфии действуют законы экономики и развития. Если сфера издательской полиграфии переживает системный кризис из-за снижения читательского спроса, развития процессов замещения печатной продукции электронными средствами коммуникации и, как следствие, постоянного падения тиражности печатных изданий, то в области печати упаковки, отдельных видов рекламной продукции, цифровой тонерной, струйной и широкоформатной печати многочисленной продукции малыми тиражами такого кризиса нет.

В мировой практике полиграфического производства удельный вес выпускаемой издательской печатной продукции менее 1/3, и показатель продолжает снижаться. В результате тенденций и складывающейся ситуации начинает отчетливо проявляться разнонаправленность развития рынка печатных СМИ и газетно-журнального полиграфического производства. В полиграфии технологическая направленность основывается на технических инновациях: цифровая и нанопечать, системы web-to-print и print-on-demand, кроссмедийные процессы.

Форумы всегда были и остаются площадкой общения, обмена мнениями, получения информации, и отказываться от них ни в коем случае нельзя, также как нельзя все время заниматься работой. Должен быть и отдых, и получение удовлетворения от общения, ради этого мы и работаем.

Расскажите о своей карьере. Как и где начинали работать, что было потом?

После окончания института в 1976 году у меня было много предложений, вернее, возможностей поехать во Владивосток, Благовещенск, Алма-Ату, Ташкент... Выбор пал на Екатеринбург. Решающим фактором стал квартирный вопрос — к тому времени у меня была семья, и дочке уже было 1,5 года. Нам тогда в «Уральском рабочем» сразу дали комнату в семейном общежитии. Мы с супругой были однокурсниками, на четвертом курсе у нас родилась дочь, но мы сделали все, чтобы закончить институт одновременно. Так мы и оказались в Екатеринбурге. Диплом в институте я готовил по материалам научного исследования, работал на кафедре последние два года, а вопрос на экзамене попался по газетному производству. И карьера началась со стажера мастера в газетном цехе, затем продолжилась по всем ступеням карьерной лестницы до заместителя главного инженера,

директора по производству и просто директора… Вместе с супругой мы проработали в типографии на двоих 78 лет. Работа вместе накладывает свои обязательства, но мы приняли это как должное. А дома тема работы практически не звучала. Большим испытанием для нас было рождение второй дочки, когда супруге через год надо было выходить на работу, а в садик детей брали только с 1,5 лет. Мне пришлось перейти в газетном цехе на цинкографский участок с графиком работы — постоянно в ночь. Ночью на работе, днем — с дочей…

В 2015 году от управляющей компании я получил предложение возглавить филиал «Дом Печати-Вятка» Первой Образцовой типографии. Посетил типографию и был очень удивлен масштабами производства, объемами производимой продукции. У меня были силы, опыт и знания, было интересно себя попробовать в другом городе и в незнакомой типографии. Да и не было сдерживающих факторов — дети уехали из города. Коллектив типографии — почти 400 человек, народ здесь хороший и исполнительный. И моя задача была улучшить организацию производства, сделать уклон на приоритет выпуска качественной цветной книги, без которого не может быть развития.

■ Расскажите о вашей команде типографии, какая атмосфера царит? Каким нужно быть, чтобы работать с вами «на одной волне»?

Прошло уже чуть более двух лет с момента назначения, и я ни разу не пожалел о решении. Коллектив здесь очень ответственный, исполнительный, и каждый сотрудник готов решать поставленные перед ним задачи: повысить качество, культуру производства, улучшить содержание оборудования. Меня здесь много, что приятно удивляет, предприятие начинает работать в 7-30 утра и уже в 7-35 линии и печатные машины работают на тираже. Люди заинтересованные и неравнодушные, стремятся к знаниям к повышению квалификации и качества работы. Трудно было прививать отношение к порядку, культуре производства. Многим было непонятно, зачем тратить деньги на приведение в надлежащий порядок помещения, места общего пользования (я всегда говорил, «что если театр начинается с вешалки, то производство с культуры на рабочих местах и в местах общего пользования»). Сейчас, мне кажется, люди поняли, что работать в чистоте и порядке намного приятней, также как и работать «хорошо» выгодней чем кое-как и лишь бы. С уважением отношусь к людям неравнодушным, инициативным, исполнительным, профессионалам, не слишком болтливым, умеющим взвешивать слова, выражать свои мысли, честным и порядочным. С такими работниками мне легко и приятно работать, а они здесь есть. Первое время ориентиром был «Уральский рабочий», я все время повторял одну и ту же фразу: «если бы «Уральский рабочий» по качеству работал плохо, типографию давно бы уже закрыли». Мне удалось сформировать команду профессиональных единомышленников: понимающих и отзывчивых, порядочных и неравнодушных, которая помогает достичь намеченных целей. Сейчас выстроена четкая логистика и технологическая цепочка прохождения заказов в производстве, пополнился парк новым оборудованием, расширились технологические возможности типографии и количество выпускаемой продукции в цвете. Наряду с выпуском книг мы занимаемся упаковкой, печатаем по гофрокартону, кашируем, высекаем и производим на автомате скрепление на три точки.

Моим главным критерием в отношениях в коллективе было и остается изречение Конфуция: «Не делай другому того, что не желаешь себе», пытаюсь в пределах своих возможностей это пропагандировать.

■ Что повлияло на то, какой вы сейчас?

Я жил и учился в Казахстане, в школе и в доме был интернациональный коллектив — русские, казахи, узбеки, корейцы, татары, украинцы, чеченцы. На всю жизнь сложились любовь и пристрастие к восточной кухне — острой и кислой.

Еще в детстве много читал и мечтал, как все мои ровесники, о космонавтике и кораблях. После 8 класса с другом должны были поехать во Владивосток поступать в мореходку, чтобы стать штурманами дальнего плавания. Друг уехал и поступил, а я оказался в больнице — надорвал спину на занятиях тяжелой атлетикой. Спортом я, кстати, занимался с 12 лет: борьбой, легкой и тяжелой атлетикой… И если госпожа судьба вмешалась в мои планы относительно профессии, то спортом продолжаю заниматься до сих пор. Спорт для меня все: это настроение, самочувствие, движение, смысл жизни.

Кроме спорта очень любил и люблю технику. Еще когда учился в школе и институте, успел поездить за рулем на всех видах автотранспорта от мотоциклов до грузовых машин и тракторов. Поэтому пристрастие к авто выразилось в любви к автопутешествиям. Предпочитаю любой активный отдых: на машине или в турпоездке с пешеходными экскурсиями по городам России или за рубежом. На сегодня на машине с пешими обзорами окрестностей мы побывали уже в более чем 40 городах.

■ Как вы проводите выходные? Как «переключаетесь» с работы на отдых, где вы берете силы для новых свершений?

Провожу день с семьей и за рулем. Банально прозвучит, но это правда — опорой мне всегда была и есть моя половина.

■ Какой совет вы бы дали себе, если бы была возможность вернуться в прошлое и изменить жизнь?

Быть более внимательным к своим близким, любить их и благодарить когда они рядом с тобой.

■ Близится конец года, время планировать что-то новое. Вы любите строить планы или предпочитаете «плыть по течению»? Каким вы видите ваше будущее?

Загадывать — дело неблагодарное, но думать о будущем надо, поэтому плыть по течению — это не моя стихия. Хотелось бы верить в лучшее и надеяться, что только впереди начинается самое прекрасное.

Путешествовать хотелось бы еще больше и чаще видеть детей и взрослых внуков, они у нас прекрасные и любимые.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Чем запомнился 2017 год: подводим итоги

1. Главное событие, достижение, подарок судьбы уходящего года.

2. 2017 год был объявлен годом экологии. Какие экошаги вы сделали?

3. Девиз, который сопровождал вас в этом году и с каким начнете новый? Какая песня ассоциируется у вас с уходящим годом?

4. Новые традиции, полезные привычки, которые появились у вас и вашей компании в 2017 году?

«Результаты, которые ты получаешь, находятся в прямой зависимости от усилий, которые ты прикладываешь», – говорил мотивационный тренер Деннис Уотли. Мы можем смело заявить, что в 2017 году потрудились на славу, в том числе и для и окружающей среды.

Сергей Бакшиш, генеральный директор компании «Графические системы» (Екатеринбург)

1. Компания в уходящем году не только смогла удержать свои позиции на рынке, но и расширить свою работу на новых рынках. Мы получили несколько интересных продуктов для продажи в свой товарный портфель, благодаря чему смогли сделать прорыв по продажам.

2. В 2017 году мы предлагали своим клиентам новые интересные технологии в полиграфии и рекламе, которые на порядок менее вредные, чем предыдущие модели машин. С трудом, конечно, получается переубеждать клиентов переходить на новые технологии, но все же получается.

3. «Не сдаваться в любых ситуациях». В новом году: «Вперед к новым вершинам!» А песня: «Врагу не сдается наш гордый «Варяг»».

4. Традиции корпоративного отдыха.

Ирина Джатиева, директор департамента ламинаторов и офисной техники компании «Джи-Эм-Пи-РуссКом» (Москва)

1. В этом году наша компания отметила свое 25-летие. Это очень важный и серьезный рубеж для нас, и очень приятно осознать, что у нас есть такие клиенты и партнеры, которые работают с нами на протяжении почти всех этих 25 лет.

2. Ламинаторы и пленки довольно далеки от экологии (производство ламинационной пленки, наверное, одно из наиболее вредных производств, именно поэтому мы никогда не планировали и не собираемся открывать подобное производство здесь, в России), но при этом отмечу интересный момент: несмотря на вредность самого производства, продукция, которая получается с помощью пленок для ламинирования, абсолютно безвредна. Более того, иногда помогает сохранению экологии и чистоты продукта.

Одна из новинок, которые мы представили рынку в уходящем году – специальный шредер, разработанный нашим давним партнером, компанией Daejin Kostal (Республика Корея) – посвящена именно этой теме: переработка б/у картона в упаковочный материал. Таким образом убивается сразу два зайца: мы уменьшаем количество мусора и используем для производства упаковочных материалов уже существующие отходы.

3. Несмотря на не самые простые времена для нашей отрасли нужно всегда смотреть вперед с оптимизмом. Именно это мы стараемся делать и помогать поддерживать оптимистичный настрой у наших клиентов.

Лучше отвечу, с какой песней мне не хотелось бы ассоциировать уходящий год (и последующие): «Тебе повезло, ты не такой как все, ты работаешь в офисе…» За что я люблю свою работу, так это именно за то, что она никогда не ассоциировалась у меня с этой песней.

4. В конце прошлого года в нашей команде появился новый товарищ – наш чудесный кот Матвей. Но так как он обладает излишней пушистостью, всякий раз, когда его шерсть вырастает до определенных объемов, ему становится тяжело активно передвигаться, и он начинает вести «спящий» образ жизни. А так как у нас сон в рабочее время совершенно не приветствуется, нам пришлось завести традицию: ежемесячно у нас проходит глобальное мероприятие под названием «стрижка кота». В нем задействованы сотрудники самых разных наших подразделений. Результат: бодрый и живой кот с горящим взглядом.

Михаил Шахминский, региональный менеджер по продажам Ricoh Rus (Екатеринбург)

1. В этом году в октябре компания Ricoh Rus отметила 20 лет в России, провела знаковое мероприятие RicohDemoTour 360^0, которое посетили наши партнеры и заказчики. Установили две машины для полиграфии Ricoh Pro C7100 ключевым заказчикам Екатеринбурга и Перми. Успешно запустили младшую модель Ricoh Pro C5200, установили уже три таких аппарата на Урале и до конца года планируются еще инсталляции.

В этом году в моей жизни произошло знаменательное событие: я женился на замечательной девушке. На нашей свадьбе гуляли многие наши дорогие заказчики и партнеры из уральской полиграфической тусовки.

2. Мы посадили семейное дерево в парке рядом с домом.

3. Девиз: «Делай и добивайся того, о чем в следующем году можно будет рассказывать с гордостью».

4. В этом году мы взяли за правило устраивать видеоконференции с нашими коллегами из других регионов России, чтобы оперативно узнавать

новости, делится победами. Например, на последней такой конференции наша коллега Мария Мильшина, представитель по Южному округу, поделилась своей замечательной победой в городе Анапа, где мы заменили в trade-in HP Indigo на нашу Pro C9100.

Максим Круглов, директор по продажам «КБА РУС» (Москва)

1. В профессиональной сфере – продажа офсетных машин KBA новым покупателям – типографиям «Дельта Принт Т» (Москва) и «Сити Пресс» (Новосибирск).

2. Как всегда: не зарастаю хламом и не даю это делать другим.

3. Девиз: «Усердие все превозмогает». А песня: «Мантра, посвященная Кали».

4. «КБА» в 2017 году исполнилось 200 лет. Считаю успешное долголетие отличной традицией.

Ольга Бадулина, менеджер по PR и рекламе «Гейдельберг-СНГ» (Москва)

1. Год был интересным и во многом очень хорошим. Не хотелось бы выделять что-то одно, чтобы не спугнуть фортуну. Ведь порой даже незначительное на первый взгляд событие может в будущем стать чем-то очень важным.

2. Сотрудники нашего офиса организовали специальные контейнеры для сбора макулатуры и отработанных батареек. Пользуюсь этой возможностью, чтобы оставлять меньше мусора в окружающей среде. Спасибо коллегам за инициативу и усилия.

3. Мой новогодний девиз, который вселяет оптимизм и по поводу прошлого, и по поводу будущего: «Пусть новый год будет еще более удачным!» А песни были разные, в зависимости от настроения и событий…

4. Недавно в нашем офисе «поселился замечательный сосед» – большой плюшевый олень, который многие годы в Heidelberg был символом направления HEI ECO. Он приехал к нам в Россию из Германии, чтобы позировать на выставочном стенде, а потом решил остаться навсегда. И в этом году появилась хорошая традиция: все гости нашего офиса делают памятное фото с симпатичным лесным жителем.

Михаил Нестеренко, директор ГК «ТЕРРА ПРИНТ» (Москва)

1. В 2017 году нам исполнилось 20 лет. Главное достижение – слаженная работа всего коллектива одной из крупнейших компаний нашего сектора, которая привела к росту на трудном рынке.

2. Вряд ли мировая экологическая ситуация сильно зависит от нашей компании. Однако, одни только инсталляции машин с LED-UV сушками существенно сократили потребление энергии у наших клиентов. Более того, мы предлагаем целый ряд продуктов, которые снижают расходы энергии и расходных материалов, трудозатраты наших клиентов.

3. 2017 год мы провели под девизом, который написан на нашем сайте: «20 лет на службе полиграфии». Надеемся, что девиз нового года подскажет новогоднее обращение президента. Песни, наверное, у каждого были свои, а конец любого года ассоциируется с музыкой из балета «Щелкунчик» Петра Ильича Чайковского.

4. За много лет мы привыкли по-человечески относиться к нашим клиентам и партнерам. Надеюсь, что в 2017 году эта привычка только закрепилась.

Николай Дмитриев, президент Konica Minolta Business Solutions Russia (Москва)

1. Ключевое событие 2017 года – выход Konica Minolta на рынок индустриальной печати и открытие нового шоу-рума в Москве – масштабное мероприятие, которое мы организовали в рамках выставки Printech и которое ознаменовало новый этап развития нашей компании на российском рынке. В демо-зале представлены решения для рулонной цифровой печати этикеток, производства малотиражной упаковки, в том числе с цифровым облагораживаем – выборочным лакированием и фольгированием. Кроме того, по результатам исследований аналитических агентств, мы подтвердили лидерство в сегменте полноцветной производительной печати и существенно укрепили позиции на рынке монохромных производительных устройств, что, безусловно, радует.

2. Экологические принципы лежат в основе бизнеса нашей компании. На

глобальном уровне мы придерживаемся долгосрочной программы по защите окружающей среды EcoVision 2050, в рамках которой к 2050 году мы планируем сократить производственный выброс CO2 на 80% на всех этапах жизненного цикла нашей продукции по сравнению с уровнем 2005 финансового года. При производстве корпусов наших МФУ активно используется переработанный пластик. В функционале устройств достаточно много экофункций: датчик движения, динамический экотаймер, светодиодная подсветка сканера и т.д. Кроме того, мы придерживаемся экопринципов и в нашем локальном офисе в России: например, в этом году наши демонстрационные залы в Москве стали климатически нейтральными. Мы также отказались от использования пластиковой посуды, собираем и сдаем на переработку бумагу, батарейки.

3. Пожалуй, в качестве девиза подойдет строчка «мы ждем перемен» из песни Цоя. Отказ от шаблонных сценариев и традиционных моделей – неизбежный путь любой компании. Рынок меняется, и мы меняемся вместе с ним. Konica Minolta трансформируется изнутри, и процесс этот идет постоянно. Благодаря переменам мы открываем новые пути развития, двигаем рынок. Поэтому мы им рады.

4. Я горжусь нашей командой, благодаря которой мы достигли впечатляющих результатов в бизнесе за последние несколько лет. При этом мы много вкладываем в развитие личностных качеств и поддержание work-life баланса у сотрудников. Наша команда – молодая, мы активно занимаемся спортом, добрыми делами (часто совмещаем два этих дела, как в случае проекта «Забег корпораций» – крупного межкорпоративного благотворительного мероприятия, в котором мы участвуем уже два года к ряду), проходим тренинги и учимся чему-то новому, устраиваем детские дни – когда дети сотрудников приходят на работу к родителям. Недавно мы анонсировали «Год здоровья» в компании, в рамках которого для сотрудников будут организованы лекции и семинары по здоровому образу жизни, правильному питанию, формированию полезных привычек, а также «дни врачей».

Елена Родионова, менеджер по развитию бизнеса «Специальные бумаги» (Paper&Packaging) компании «Европапир» (Москва)

1. Почти за 15 лет существования компания «Европапир» завоевала свое место на рынке. Мы продолжаем работать на высоком уровне и следить за развитием рынка. Стремимся быть лучшими везде. Значимый проект этого года – сотрудничество с компанией Konica Minolta, мы посетили регионы с совместными мероприятиями, познакомили с нашим ассортиментом и лично встретились с теми, с кем уже давно сотрудничаем.

2. Мы с мужем специально выбирали жилье около леса, с жителями занимаемся озеленением нашего микрорайона: сами сажаем деревья, цветы. Хотим, чтобы наши дети тоже делали осознанные шаги. Сейчас я более осознанно подхожу к выбору товаров, еды, стараюсь выбирать фермерские продукты. Я бы с удовольствием поддержала инициативу раздельного сбора мусора, замены пластиковой упаковки на стекло, как в Европе.

3. Девиз нашей компании: «Быть первыми во всем» поддерживают все сотрудники «Европапир». Слоган «Быть первыми и быть лучшими» сохранится и в следующем году. Песня, которая отражает весь мой год – «Эх, дороги…» – было много командировок, посмотрела почти всю Россию.

Федор Степаненко, директор выставки «Дизайн и реклама NEXT» ООО «ЭКСПО-Парк выставочные проекты» (Москва)

1. Провели Первую московскую биеннале дизайна. Проект удался, мы смогли показать, что в России дизайн есть, он, как и положено, проникает во все сферы нашей жизни, от медицины до игровых приложений.

2. Окончательно внедрили электронный документооборот, CRM-систему. Сложно поверить, но расход бумаги снизился в разы.

3. Девиз нашей команды: «Можем? Значит сделаем!». Думаю, не будем ему изменять и дальше. Про песню отвечу с юмором: «И вновь продолжается бой».

4. Помимо электронного документооборота мы оптимизировали и внешние коммуникации: большая интеграция в цифровые форматы, соцсети, облачные сервисы. Не забываю и работать над собой: с большим удовольствием начал учить второй иностранный – французский.

Нина Светличная, генеральный директор компании «ЯМ Интернешнл» (Екатеринбург)

1. Сейчас каждый день работы – главное событие и достижение. Подарок судьбы – это люди, которые меня окружают, в частности, наш коллектив. Я им очень благодарна за их труд, понимание и отношение к работе.

2. Мы давно волнуемся за экологию вместе с компанией FujiFilm, поставляя на рынок CTP по малохимической технологии. Я думаю, это дело времени, и экологи возьмутся за химию, применяемую в термальной технологии, и самое главное, решат, как ее утилизировать.

3. «Терпение и труд все перетрут». Есть такая песня из 1976 года: «Все в порядке». Именно в этом году я ее и нашла.

4. Нужно уметь сохранять традиции, которые были с первого года образования филиала. Они у нас сохранились: традиционно коллективом выезжаем загород на наш день рождения.

Александр Гулак, директор филиала «Дома печати – Вятка» (Киров)

1. Считаю, что уходящий год для нас был стабильным, взвешенным и насыщенным, а самое главное – все, что было задумано, выполнено.

2. Во-первых, навели порядок с отходами: научились рассортировывать бумагу, пластмассу, металл, мусор по отдельным позициям и сдавать их на полигоны и в организации по приему отходов. Во-вторых, создали централизованные пункты сбора отработанных масел, ветоши, макулатуры, ввели индивидуальную ответственность за порядок их сдачи. В-третьих, подготовили и утвердили новые паспорта на основные отходы на предприятии; на том ПДВ – разрешение на выбросы от стационарных источников; разработали паспорт на санитарно-защитную зону.

3. Девиз – как бы смешно и банально не выглядело – это оптимизация технологии, техники, материалов, логистики, экономики и всего остального, что способствует улучшению качества работы предприятия. Песня Вахтанга Кикабидзе «Пожелание».

4. Главной привычкой и традицией, которые появились и начинают претворяться в жизнь на предприятии, можно уверенно считать понимание всеми, что работать хорошо и качественно значительно выгоднее. «Нет ничего ни плохого, ни хорошего в этом мире. Есть только наше отношение к чему-либо», – Уильям Шекспир.

Наталья Селянина, директор обособленного подразделения «Дубль В центр» (Екатеринбург, Челябинск)

1. 2017 год был щедр на события в моей жизни. Вернулась на любимую работу, поменяла место жительства, стала тещей. А главным подарком судьбы стало рождение внучки. Подводя предварительный итог уходящего года, могу сказать, что я абсолютно счастливый человек. Разве не счастье работать в команде профессионалов, готовых к экспериментам, постоянному росту, новым победам, новым проектам? Когда тебя окружают светлые, верные люди, когда круг твоих друзей постоянно растет? А смех твоих детей и внуков преумножает силы и ощущение этого самого счастья.

2. В нашей семье мы завели правило «многоразовости»: для походов в магазин берем с собой бумажный пакет, а бумажные салфетки заменили на тканевые. Было приятно, когда увидела, как сын сортирует мусор перед тем, как его вынести. Еще стараемся больше передвигаться пешком – полезно и нам, и природе. С экотемой столкнулись и на работе: в ассортимент «Дубль В» появились новые виды экобумаг: REMAKE, PLANET ЭКО, ENVIRONMENT PAPERS. Эти бумаги позволяют найти вдохновение в оттенках естественного, реального мира, окружающего нас за пределами нашего дома.

3. Иногда, оборачиваясь назад, думаешь: «Могла ли я подумать тогда, что сейчас все так повернется, все сложится?» Мой жизненный девиз: «Невозможное – возможно!» Прежде всего, вера в себя и в свои силы помогает мне идти вперед. Песня Билана «Я знаю точно – невозможное возможно» одна из моих любимых.

4. Уходящий год был очень интересным для компании: в Екатеринбурге открыт новый проект – подразделение розничной торговли. Наша команда выросла: приняты на работу молодые специалисты, проведена масса конкурсов и семинаров для наших клиентов. Сотрудники посетили обучающие семинары, которые проходили в Москве, а лучшие побывали в Германии, посетив компанию LEONHARD KURZ Stiftung&Co. KG. Разве такие достижения — не хорошие традиции?

Дмитрий Тарасов, научный сотрудник департамента информационных технологий и автоматики УрФУ (Екатеринбург)

1. Наконец удалось съездить отдохнуть вместе с ребенком. Обычно график такой рваный, что полноценного летнего отдыха не получается. В этом году удалось: море, солнце, путешествия…

2. С раннего детства трепетно отношусь к окружающей среде и стараюсь минимизировать на нее свое влияние. Сейчас к экологии имею прямое отношение. В этом году вышло несколько наших научных статей, посвященных применению нейросетевых технологий в предсказании распределения загрязняющих веществ.

3. 2017 год прошел под девизом «Не склоняться». Похоже, что и следующий год будет аналогичным. Постараюсь добавить что-то вроде «Закрепись на вершине, чтобы прыгнуть выше». Отдельное произведение вряд ли проассоциирую с целым годом. Наверно, раннее диско подойдет.

4. Корпоративные традиции дополнились еще одним мероприятием помимо Уральского полиграфического форума. С этого года мы организовали и проводим Уральский IT форум – мероприятие для участников ИТ-рынка, сходное по идеологии с нашими традиционными встречами полиграфистов. Моя новая привычка – обращать внимание на то, что пытается сказать собственный организм. В 20 лет такой привычки не было, и это вызвало некоторые последствия.

Елена Лесунова, руководитель филиала «ОктоПринт Сервис» (Екатеринбург)

1. Сделали «черный ящик» прозрачным. С новой услугой клиент сможет фактически онлайн отслеживать прохождение своего запроса и знать, на каком этапе он находится. Открыли «Школу современного полиграфиста», где до конца года запланировано провести 10 вебинаров. Практически во всех филиалах прошли ежегодные семинары. В ближайшее время состоится в Санкт-Петербурге.

2. Складываем мусор в раздельные контейнеры, правда, пока в нашем микрорайоне появился только для пластика. Использованные батарейки сдаем в специальный контейнер. А еще посадила дома герань и фиалку.

3. Девиз 2017 года: «Наши материалы в каждой типографии страны», а с девизом на следующий год еще не определились, впереди два рабочих месяца. С уходящим годом ассоциируется песня «Позади крутой поворот, позади обманчивый лед, позади холод в груди».

4. Возобновила по выходным прогулки и пробежки в лесу и лесопарках – помогает отключиться от городской суеты и побыть в тишине.

Наталия Крутина, директор типографии «Бригантина» (Екатеринбург)

1. Наша типография запустила свою работу в начале 2017 года. Мы не только успешно держимся на плаву, но и наращиваем объемы производства, с каждым заказом оттачиваем свое мастерство, активно участвуем в семинарах. Получили диплом 1 степени в номинации «Цифровая печать» в конкурсе профессионального мастерства «Уральский печатник».

2. Мы внимательно следим за новинками, которые появляются на рынке. Для типографии мы приобрели бумагу Favini, печатаем на ней открытки. Еще один шаг: перешли на экосольвентную печать.

В моем доме установлены контейнеры для раздельного мусора – такие нововведения я поддерживаю.

3. Черные полосы в жизни присутствуют всегда, но мы упорные и с оптимизмом смотрим в будущее. Поэтому наш девиз: «По волнам полиграфии с попутным ветром успеха».

В 2017 году меня ждали кардинальные перемены: я сменила место жительства и работу. Поэтому песня, которая ассоциируется: «Перемен требуют наши сердца».

4. С коллегами поддерживаем дружеские отношения, так что наша команда вместе и в неформальной обстановке: вместе отмечаем праздники и часто выезжаем на природу. Люблю путешествовать. Привычка разнообразного отдыха сохраняется и в городе: после работы люблю заниматься садом, так я совмещаю приятное с полезным.

Игорь Чижов, директор компании «Прагматика» (Екатеринбург)

1. Бизнес-конференция в ЮАР.

2. Сделал «вечные» грядки на даче.

4 Традиции и привычки не появляются, а подтверждаются. Например, екатеринбургский офис продаж

«Прагматики» меняет свое место дислокации (именно так!) раз в 3,5 года, что подтвердилось и в 2017 году.

Ольга Прозорова, генеральный директор компании «Полиграф-Партнер» (Екатеринбург)

1.Полиграф-Партнер открыла новые направления поддержки своих клиентов: сервисное обслуживание, модернизация оборудования и поставка запасных частей.

2. Наша компания предлагает экопродукты (растворы и химия производства ABCALLED), все эти продукты экологически безопасны и имеют соответствующие сертификаты.

3. Девиз простой: «Быть на шаг впереди», а новый: «Успех клиента – наш успех». Гимн России – символизирует стойкость духа даже в самые тяжелые времена в полиграфии.

4. Полезная привычка – посещать всевозможные профильные мероприятия, чтобы быть в курсе тенденций и улавливать настроение отрасли.

Алексей Гайдар, генеральный директор типографии «Печатня» (Тюмень)

1. Подготовка к открытию типографии полного цикла в Тюмени.

2. Приобрели экосольвентный печатающий плоттер Mimaki.

3. Девиз: «Никто кроме нас», а песня: «В голове моей туманы».

4. Начиная с нуля, берем только новое и проверенное оборудование.

Владимир Цветов, основатель и генеральный директор «Принт Хаус» (Екатеринбург)

1. Так уж случилось, что в полиграфии я похорошему с сентября 2016 года. Каждые новые знания и умения в этой отрасли и есть мои личные достижения. А компания наша растет по выручке и средней цене этикетки. Летом этого года у нас был абсолютный рекорд по выборке материала.

2. Там, где это требуется заказчику, мы используем в своем производстве так называемые материалы Low Migration. Не все производители продуктов питания пока мыслят одинаково, скорее всего, из-за стоимости материала и нежелания за это переплачивать. Их достоинства очевидны: нужно смотреть в будущее. Я поддерживаю идею внедрять это повсеместно – мы же хотим быть цивилизованной страной.

3. «Мечта не работает, пока не работаешь ты».

4. Стараемся каждый год отмечать день рождения компании. 14 августа мы отметили 5 лет и вместе устроили поход со сплавом по уральской реке Серьга.

Сергей Лескин, директор издательства «Вектор Бук» (Тюмень)

1. Главное событие года – выход на пенсию. Теперь я не только трижды дедушка, но и дедушка-пенсионер.

2. Исправно сдаем макулатуру. На даче пытался вырастить прованские травы, не все взошли, но результат все равно есть.

3. Я хоть и довольно энергичный по жизни человек, но с годами все больше склоняюсь к одному пожеланию на каждый следующий год: лишь бы не было хуже. На юбилеях задушевно пели «Прощайте, скалистые горы».

4.Традиция – явление старинное, наверное, каждый год не рождается. Компания «Вектор Бук» на рынке уже 28 лет, и в течение этого времени у нас появилась традиция праздновать приобретение нового оборудования. Ведь как машину запустишь, так она и работать станет.

Артур Григорян, директор типографии «НВМ» (Екатеринбург)

1. Подарок судьбы – приобретение ЦПМ Xerox Versant 180. Чтобы выбрать оптимальный вариант, мы провели большую работу: проанализировали различные модели и предложения, протестировали оборудование.

2. Мы снизили и продолжаем снижать электропотребление. Перешли на светодиодное освещение. Меня заботит вопрос переработки, планируем сами перерабатывать макулатуру.

3. «Трудные задачи выполняем немедленно, невозможные – чуть позже». Песня Григория Лепса «Полный вперед». Она не только сопровождала меня весь этот год, но и является девизом по жизни.

4. Заботимся и о нашей команде: ввели на производстве пятиминутную гимнастику, один из сотрудников сейчас разрабатывает специальную программу.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

«Европапир»: «Мы работаем в тандеме с заказчиками»

Компания в России почти 15 лет, ее знают как надежного поставщика бумаги не только для полиграфии, но и в офисный сегмент, где совершенно иные оптовые каналы и клиенты. Бумага для цифровой печати – одно из ведущих направлений компании, за которым, как утверждают эксперты, будущее отрасли. Компания пополнила свой широкий ассортимент уникальными материалами и «вышла в оффлайн» – познакомилась с крупнейшими заказчиками на семинарах в регионах. Об итогах года компании рассказала Елена Родионова, менеджер по развитию бизнеса «Специальные бумаги» (Paper&Packaging) компании «Европапир».

Каким для компании оказался 2017 год?

Мы сохранили лидирующую позицию в полиграфии по мелованным бумагам, картону, самоклеящимся материалам, также компания входит в тройку лидеров по продажам офисных бумаг.

Один их самых крупных и важных проектов – активное сотрудничество с компанией Konica Minolta, мы провели совместные семинары в регионах. Познакомились с заказчиками лично, представили наш ассортимент материалов, которых на российском рынке больше ни у кого нет. Мы проводили наглядные эксперименты с материалом, что приятно, отзывы были только положительные.

В этом году активно развивается направление упаковки, в том числе на рынке цифровой печати. В нашем ассортименте есть картон различных категорий: от массового Master Board, Master Karton, Luxstar до элитного шведского Invercote, Metalprint, Aluvision от IGGESUND, который занимает достойное место в полиграфии.

Заканчивается год экологии, «Европапир» позиционирует себя как эко-френдли.

Компания уже много лет является FSC сертифицированным поставщиком на российском рынке. Большая часть бумаг имеет FSC сертификат. Радует, что клиенты охотно выбирают экоматериалы, даже изучают процент переработанного сырья в бумаге.

Какие еще тенденции в этом году вы заметили?

Рост упаковки, изготовленной на цифровом оборудовании. Благодаря импортозамещению появляется все больше товаров российского производства, упаковывают его тоже в нашей стране. Еще тенденция: заказчикам становится важнее персонализация. Распространенная надпись на упаковке — имя получателя. Тогда он понимает: о нем помнят, он важен тому, кто сделал этот подарок. В этом случае чаще выбирают качественные материалы для изготовления упаковки: либо дизайнерская бумага Mohawk, ColorStyle, Galaxy Metallic, Fancy Emboss и другие, либо эталон на рынке картонов – картоны от IGGESUND.

Что останется в тренде в следующем году?

Большую популярность получат материалы от Felix Schoeller. Бумаги E-PHOTO от Felix Schoeller позволяют делать то, что невозможно на обычной бумаге без ламинации. Например, напечатать меню и сразу же начать его использовать, не боясь проливать различные жидкости и пачкать едой. Любая из бумаг серии E-PHOTO – идеальный выбор для печати фотоальбомов высочайшего качества. На семинаре мы проводили эксперимент: проливали на бумагу напитки, клали жирную еду. Результат показал: бумага E-PHOTO сохраняет свой первоначальный вид, надо лишь убрать загрязнение, и перед вами снова идеальный отпечаток.

Наша компания демонстрирует клиентам, что есть не только привычные материалы, но и новинки, за которыми будущее. В лидеры стремится синтетика. Например, Monotex L, гибкая и не рвущаяся, идеально подходит для цифровой печати. Обладает высокой жесткостью, не рвется, не расслаивается, не боится осадков, легко моется, выдерживает резкие перепады температур, не деформируется. Идеальный выбор для печати меню, этикеток, бирок, скидочных карт, инструкций, визиток, где требуется дополнительная прочность и предусмотрен небольшой тираж.

Во время проведения семинаров в регионах, наблюдали, что в разных городах популярны разные материалы. В Ростове-на-Дону много типографий, которые печатают фотографии, здесь идеальным решением была бумага E-PHOTO. В Краснодаре печатают меню для ресторанов и кафе морского побережья. В этом случае типографии активно используют синтетическую бумагу: важно, чтобы повышенная влажность не повлияла на изделие. Также на юге часто используется цифровая самоклеящаяся бумага — много типографий, которые обслуживают маленькие винодельни. В Екатеринбурге активно работают с синтетикой — сложные погодные условия, частые перепады температур, жесткий климат, требуются решения, позволяющие сохранить продукт презентабельным в любых погодных условиях.

На семинаре вы в числе прочих презентовали магнитную бумагу.

Это тоже новинка 2017 года. Осуществили проект с московской типографией, которая изготавливает фотоальбомы на фотобумаге E-PHOTO LUSTER. И дополнением к этим фотоальбомам было решено делать фотографию-магнит, которую можно разместить на холодильник. И действительно, печать замечательная. Наши заказчики, кто не побоялся и попробовал магнитную бумагу, ввели ее в свой постоянный ассортимент.

Постоянно в поиске новых интересных материалов, чтобы расширить ассортимент. Решили вывести в продажу бумагу японского производителя Yupo. Наш хит — бумага Yupo Tako Laser, которая прилипает ко всем гладким поверхностям без клея. В ее составе уникальные микроприсоски. Гладкая поверхность останется идеально чистой после того как вы уберете бумагу. В московской торговой компании на наклейках из данного материала писали характеристики техники, клеили на экраны ноутбуков, телевизоров, потом отклеивали — следов не оставалось.

Вы получаете обратную связь от заказчиков?

Приезжаем к нашим клиентам, знакомимся. Они интересуются, что мы можем предложить, например, для создания индивидуального стиля. Для таких запросов один из вариантов: линейка пухлых бумаг Munken. Они придают изделию презентабельный вид. В процессе обсуждения у нас и рождаются идеи. Мы всегда в тандеме с заказчиком. Стараемся и сами что-то новое добавлять на рынок, быть первыми, но при этом предлагать то, что интересно заказчикам. Так и они, и мы развиваемся.

Какие планы ставите на будущий год?

Будем поддерживать ассортимент и расширять его: планируем привезти дизайнерские крафтовые бумаги SH Recycling – крафт очень популярен сейчас, расширить нашу линейку бумаг Color Style. Один из наших поставщиков сделал бумагу Konica Minolta, хотим включить ее в постоянный ассортимент. Планируем расширить в ассортименте линейку самоклеящихся бумаг для цифровой техники. Продолжим делать акцент на синтетику для цифровой печати. Кстати, все синтетические материалы подлежат вторичной переработке, что соответствует нашей экоконцепции. Кроме того один из поставщиков объявил об интересной самоклеящейся бумаге с тиснениями – для этикеток. Это будет новость для нашего цифрового рынка. Планируем активно продвигать нашу коллекцию пухлых бумаг. Мы единственный эксклюзивный представитель на рынке пухлых бумаг Munken и Arctic Volume. Продукт идеально подойдет для изделий, где требуется высочайшее качество: книг по искусству для музеев, каталогов модельных агентств. Бумаги Munken идеальны для создания стиля мировых компаний. Ведь не зря Munken – бумага, которую выбрал Дом Коко Шанель. Не буду раскрывать всех секретов, но точно могу сказать, что наших заказчиков ждет много новинок от «Европапир».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Зеленый свет на пути к экологичному производству

Люди по всему миру стремятся быть эко-френдли: отказываются от пластиковых пакетов, собирают макулатуру, разделяют мусор. 2017 год был объявлен годом экологии, и хотя многие до сих пор настороженно относятся к экоматериалам, полиграфисты не остаются в стороне и пробуют сделать производство с минимальным вредом для окружающей среды. Но споры в отрасли продолжаются. Есть ли перспективы или экополиграфия в России – утопия?

экоЛОГИЧНОЕ производство

На Западе забота об экологии давно вошла в привычку. Например, 25% коммерческих компаний США работают на соевых чернилах. В Европе бумага из переработанного сырья стоит дороже, сами типографии предпочитают экологичную бумагу. По словам Michele Posocco, представителя фабрики FAVINI SPA (Италия), которая занимается производством бумаги из вторичного сырья, Россия находится в самом начале пути к экологии. Michele Posocco добавил, что Италии понадобилось 30 лет, чтобы прийти к экологичному производству. Были приняты все соответствующие меры: обучение со стороны поставщиков и производителей, государственные законы. Это длительный процесс, в котором важна совокупность факторов: образование людей, менталитет, который меняется с поколениями.

Егор Свалов, председатель комитета по экологии и природопользованию администрации Екатеринбурга: «Если в производстве будут применять вторичные материальные ресурсы, оно от этого хуже не станет, а первичные ресурсы при этом сохранятся. В любом случае есть возможности применять более экологически безопасные технологии, вторичные ресурсы». Сегодня многие компании с осторожностью смотрят на экологичное производство или даже откровенно не верят, что это возможно в российских реалиях – менталитет не тот. По словам Егора Свалова, сознательное отношение к экологии в первую очередь зависит от сознания руководства, потому что действующее законодательство не предполагает больших преференций при экологическом производстве, например, снижения налогов. В крупных промышленных предприятиях сумма налоговых платежей за негативное воздействие направляется на модернизацию очистных сооружений и другие экологические мероприятия.

В России компании, которые взяли на себя ответственность по охране окружающей среды, стараются использовать современные средства работы и даже подходят к этому с креативом. Отличилось российское брендинговое агентство Depot WPF. Агентство разработало проект уникального пакета Ecobag. Пакет изготовлен из переработанной бумаги и является «носителем» семян различных растений, «впечатанных» в него. На земле пакет после первого же дождя разлагается и создает питательную среду для семян, которые прорастают в течение 2-4 дней.

Компании стремятся научиться экологической грамотности, но заинтересованы ли в натуральных продуктах сами потребители? Сергей Попов, руководитель типографии «Идея Принт» (Москва): «На этапе зарождения данной тенденции у заказчиков был большой интерес, многие первый раз сталкивались с этой темой. Правда, немногие себя отождествляли как защитники природы. Сейчас волна интереса прошла, и уже можно говорить о том, что есть культурный слой, люди, которые в себе обнаруживают потребность ведения ответственного бизнеса». Екатерина Мохова, директор компании «Семицвет», подчеркивает, что заказчики действительно интересуются экологичными товарами: «В связи с годом экологии многие компании обратились к экотематике. В первую очередь они спрашивают стандартные позиции сувениров из экоматериалов (крафт-блокноты, деревянные флешки, ручки из переработанного пластика)». Игорь Чижов, директор компании «Прагматика», добавляет, что экотема в тренде уже несколько лет, и сегодня особенно популярны ежедневники из экологических материалов. На выставке бизнес-сувениров, которую организовывала компания, подарки с экотематикой были представлены на большинстве стендов, и интерес к ним со стороны участников оказался высоким. Правда, не все так однозначно. Сергей Попов отмечает: «Часто нам приходится сталкиваться со скептицизмом, когда люди, еще не познакомившись с нами, проявляют к теме экологии настороженное отношение. Им кажется, что их хотят обмануть. Действительно, на рынке экопродуктов много спекуляций, маркетологи активно пользуются этим. Приходится пробиваться через этот шум». Интерес к экотематике почувствовала типография «Идея Принт» еще в 2010 году и приняла решение открыть направление «ответственной печати» «Greenprinter». Сергей Попов: «Спустя 7 лет работы как скоростная типография мы стали получать запросы на экопечать. Вначале эта тема привлекла меня визуально: внешний вид продукции на экобумаге. После изучили тему подробнее, выяснилось, что в Европе уже давно существует этот тренд. Вскоре открылся еще один смысл – социальная ответственность. Мы стали видеть связи и осознавать помощь природе».

Если переходить на более дорогое и более безопасное оборудование готовы далеко не все компании, то замену расходных материалов

рассматривают уже сегодня. Набирают популярность экокраски, изготовленные на основе растительного масла. Наиболее безопасный вид чернил – биосольвентные. Их также называют сольвентными чернилами IV поколения. Чернила MEGA-Ink BioMG от INX Digital, основанные на возобновляемом природном ресурсе, убеждены специалисты, меняют будущее цифровой индустрии. Высокотехнологичные чернила, изготавливаемые из кукурузы, наносят меньший вред окружающей среде и здоровью человека.

Один из самых доступных вариантов работать более экологично – использовать экобумаги. В среднем бумага может быть переработана до 5-6 раз для получения «новой жизни». На экобумаге можно успешно выпускать журналы, газеты, брошюры, каталоги и другую печатную и полиграфическую продукцию. Еще один пример как уменьшить вырубку леса: компания Nature's Paper придумала способ использования соломы пшеницы. После сбора урожая зерна, солома перерабатывается и производится бумага. Правда, имеется недостаток: бумага из такого материала имеет желтоватый цвет.

Главный игрок в борьбе за экологичное производство – бумага FSC сертификации. Это значит, что компания обязана вырастить новое дерево на специально купленном для этого участке. Компания «Европапир» позиционирует себя как эко-френдли и предлагает FSC сертифицированную бумагу. Елена Родионова, менеджер по развитию бизнеса «Специальные бумаги» (Paper&Packaging) компании «Европапир»: «Когда мы только начинали вводить в ассортимент экобумаги, заявление, что нужно ответственно относиться к природе и к тому, что мы оставляем своему поколению, многими заказчиками и клиентами воспринималось нейтрально. Они считали, что им это не нужно. Прошло около 5 лет, и мы наблюдаем, что клиенты уже выбирают и осознанно спрашивают FSC сертифицированные бумаги. Многих сейчас даже стал интересовать процент переработанного сырья в этой бумаге».

В ассортименте типографии «Идея Принт» есть коллекции с переработанными фруктами-овощами, с кожаной одеждой, с добавлением хлопка, состоящие на 100% из вторсырья и другие. Сергей Попов отмечает, что печать на экобумаге заказывают компании и люди с дизайнерским мышлением. А также компании, в корпоративную политику которых входит ответственный подход к ведению бизнеса и изготовлению полиграфических материалов на сертифицированных бумагах. Еще интересуются экологи, волонтерские инициативы, проекты социального предпринимательства. Но, по его словам, пока рано говорить о массовом характере обращений, скорее это удел дизайнеров и тех, у кого «душа болит» за добрые дела.

Экобумага представлена и в ассортименте ГК «Дубль В». PLANET ЭКО – бумага, на 30% состоящая из переработанной целлюлозы и FSC сертифицированная экобумага REMAKE. Основное преимущество данной бумаги: в составе 65% – компоненты, которые заменяют чистую целлюлозу. Изготовлена с использованием 100% энергии, полученной из экологически чистых источников. Как итог: себестоимость изделия уменьшается, а на вырубку лесов приходится лишь 35% состава бумаги. «Используя ненужные отходы и добавляя их в бумагу, мы повышаем их качество и их стоимость. Эти остатки становятся перерабатываемыми. В результате то, что не может быть использовано повторно, получает лучшие свойства», – объясняет Michele Posocco.

Предсказываем будущее

Егор Свалов отмечает, что необходимо мыслить глобальнее. По его словам, перспективы развития экополиграфии есть. «Если посмотреть стратегию нашего государства, области, города в целом – мы уже закладываем на будущее перспективные разработки по экологически чистым продуктам, материалам, топливу. В любом случае прогнозируем в перспективе более серьезный подход к экологичному производству и рано или поздно все к этому придем», – подытожил председатель комитета экологии и природопользования администрации Екатеринбурга.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

IKONOS
we think quality

IKONOS – производитель материалов для широкоформатной печати и декорации

glass decoration films
wallpapers & canvases
frosted films
floor lamination films
canvas structured films
PET backlit films
ROLL UP and POP UP
over lamination films
printing PVC

Стань нашем бизнес-партнером уже сегодня!

export@ikonosmedia.eu
www.ikonosmedia.eu

Мини-типографии:
планируем обновление производства

Обновление производства зачастую оказывается головной болью для типографий. Появляется много вопросов и сомнений – на кону большие риски. Действительно, на этом этапе возникают подводные камни. Разбираемся в нюансах, чтобы шагнуть в новый год – с новым оборудованием.

Артем Шаргин,
директор типографии
«Седьмой легион»

Денис Сухов,
директор типографии
«Копия»

Игорь Степанов,
коммерческий директор
компании
«Графические системы»

Какие факторы являются показателем, что необходимо новое оборудование?

А.Ш.: «Основной фактор – рост нагрузки на оборудование. И, как следствие, ухудшение качества печати по сравнению с требованиями отрасли. То есть, существуют машины, которые печатают лучше, быстрее и, возможно, дешевле. Дополнительный, но не менее важный фактор, – возможность приобрести оборудование на выгодных условиях. Это может быть б/у машина в отличном состоянии, но в несколько раз дешевле нового. Еще вариант: хорошее предложение от поставщиков (скидка 500 000 рублей + рассрочка на 10 месяцев + trade in старого)».

Д.С.: «Обновлять парк оборудования следует в том случае, если компания планирует расширять предложения для клиента. Соответственно, необходимы дополнительные опции, например, ламинация, сборка переплетов, прошивка. Важно понимать конечную цель: комплексный сервис, новые возможности, увеличение скорости и качества или же производство небольших тиражей, эксклюзивные предложения. Например, единичные открытки, которые будут изготавливаться 3-4 дня. Из этого следует решение – менять оборудование или докупать».

И.С.: «Один из самых важных факторов – объем производства. Когда у типографии увеличился объем производства, а имеющееся оборудование не справляется. В результате в конце рабочей смены заказы переходят на следующий день, чего не позволяют сроки. В этом случае вводят вторую смену. Это сигнал, что необходимо повышать производительность оборудования и автоматизировать технологические операции.

Диверсификация бизнеса происходит постоянно, и все борются за расширение своего продуктового портфеля. Например, компания занималась производством рекламы, а теперь будет производить упаковку. Или же компания меняет сферу деятельности. На оборудовании, которое есть, новые задачи решить невозможно.

Еще один фактор – закончился срок службы техники, но это нераспространенные случаи. Сегодня продолжают работать машины 15-летней давности, которые свой ресурс еще не выработали. В замене оборудования играет роль технический прогресс: выпускаются новые, автоматизированные модели, которые упрощают процесс, удешевляют себестоимость продукции».

Какое оборудование следует приобретать в первую очередь, если есть необходимость обновления нескольких?

А.Ш.: «Для этого нужна статистика, на какую сумму печатается продукции на том или ином оборудовании. Это самое сложное и трудоемкое, потому что статистика должна быть как минимум за 6 месяцев».

И.С.: «Фактор, который заставляет купить несколько печатных машин: ситуация, когда объем производства большой. Возникает выбор: купить одну машину высокопроизводительную, либо две. Лучше второй вариант, чтобы подстраховаться на случай, если одна из них выйдет из строя».

Как грамотно выбирать новое оборудование?

А.Ш.: «Следует обратит внимание на возможности тест-драйва, а также мнение сервисного инженера. Чтобы впоследствии не затормозить

производство в процессе замены оборудования, нужно приобретать машину по программе trade in или же вначале купить новое, а потом уже продавать старое».

Д.С.: «Некоторые компании ориентируются на бренды машины, но все же не всегда следует делать выбор в пользу популярной компании, не изучив характеристики. Печатная машина, на которой мы работаем, от известного бренда, но в данном случае это совокупность бренда и ее качественных характеристик. При выборе необходимо изучить максимум информации, нужен комплексный подход: анализ рынка, технических характеристик, отзывы коллег, общение контрагентами по поставке, посещение выставок, семинаров и демонстраций».

И.С.: «Существует несколько факторов: надежность, производительность, стоимость. Необходимо наличие сервиса, который обеспечивают местные поставщики. А также обеспеченность расходными материалами, их доступность. Если это эксклюзивное предложение – вы начинаете зависеть от поставщика, который может в любой момент прекратить работу. Поэтому немаловажный фактор – присутствие сети компании, которая этим занимается.

Еще один из факторов, который следует учитывать – срок эксплуатации. Средний срок эксплуатации послепечатного оборудования порядка 7-8 лет. Срок работы печатной машины – 3-4 года. За это время техника должна себя окупить».

■ Как выбирать поставщика при покупке оборудования? Какой фактор является решающим?

А.Ш.: «Стараемся брать у проверенных временем и экстренными ситуациями, у тех, с кем давно работаем».

Д.С.: «Немаловажный фактор – наличие у поставщика опытного инженера и пусконаладчика, а также авторизированного сервисного центра. Во избежание дальнейших проблем обратите внимание, чтобы модель не была единичным экземпляром. В противном случае могут возникнуть неприятные ситуации, например, отсутствие запчастей».

■ Приобретение б/у оборудования – оптимальный вариант или риски слишком высоки?

А.Ш.: «60% оборудования нашей типографии мы приобретали б/у: все ризографы RIZO, гильотина IDEAL 65, буклетмейкер Nagel, листоподборка. Проблем не возникало, покупаем обычно проверенные чужим опытом машины. А вот продажа прежней машины может затянуться на полгода».

Д.С.: «Для обновления производства мы рассматриваем только новое оборудование. Б/у – хороший вариант для стартап-компаний: в любом случае оно уже выработало часть своего ресурса... Также это хороший вариант для начинающих типографий, чтобы заработать деньги на приобретение нового, усовершенствованного и современного оборудования».

И.С.: «Лучше взять поддержанную машину, но профессиональную, чем новую, но офисную, потому что ее возможности будут выше. Б/у оборудования не подойдет стартап-компании, у которой уже имеется заказ на определенный объем печати. В этом случае с б/у нужно быть уже аккуратным, потому что есть гарантированный объем печати.

Сложность заключается в том, что когда вы покупаете машину, вы зачастую не знаете ее состояние, сколько она проработала, когда потребуется замена частей, и продавец это, скорее всего, не расскажет. Бывают ситуации, когда вносят аванс, а компания вместе с телефонами и контактами пропадает. При покупке б/у техники необходимо обязательно выезжать на место продажи оборудование. Желательно с сервисным инженером, который сможет оценить состояние машины. А это дополнительные затраты.

Есть другой вариант: можно обратиться в сервисную компанию, которая занимается б/у машинами, восстанавливает их и даже предоставляет гарантию от месяца до полугода в зависимости от состояния техники. Правильнее покупать у компании, у которой есть свой сервис. В данном случае, если будут какие-то недочеты, их можно будет урегулировать – компании, которые специализируются на продаже б/у оборудования, несут ответственность».

■ Как грамотно планировать бюджет на обновление типографии?

А.Ш.: «Не надо «бултыхаться» в собственных долгах. Всегда должна быть свободная сумма денег, чтобы не пропустить хорошее предложение».

И.С.: «Следует планировать бюджет исходя из годового объема производства. Нужно обращать внимание и на возможности рынка: машина должна производить не больше продуктов, чем могут потребить. Максимальная стоимость оборудования – годовой оборот компании».

■ Какие интересные новинки предлагает рынок?

А.Ш.: «Мы для себя отметили HP Latex – интерьерная печать без запаха, УФ – печать с белым цветом на цветных материалах и любых поверхностях, Ricoh Pro C5200s – печать на широком диапазоне материалов, в том числе на оракале и саморазрушайке».

Д.С.: «Мы обратили внимание на Latex HP для интерьерной печати и планшетный режущий плоттер Valiani Mat Pro Ultra V 80. Данные модели – действительно достойные варианты, которые позволяют расширять спектр оказываемых услуг».

■ Можно ли реализовать новые возможности на уже имеющемся оборудовании?

И.С.: «Сегодня появляются различные расходные материалы, которые дают определенные новые возможности. Раньше нельзя было печатать изображение на ткани с помощью цифровой машины, а теперь появились термотрансферные материалы, которые переносят изображения, отпечатанные на цифровой машине, на ткань. Кроме того многие наши заказчики просто не знают всех возможностей. Почти никто не использует машины на 100% в сферу определенной специализации. Но если компания расширяет свою деятельность, например, кроме рекламы начинает заниматься печатью на упаковке, это возможно реализовать в рамках одной печатной машины».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

«Работаем на современном оборудовании»

Компания «Астер» установила Ricoh Pro C7100

Тенденция, которую отметили полиграфисты в 2017 году – уменьшение тиражности продукции несмотря на сохранение количества заказов. В связи с этим возникает потребность интеграции цифровой машины в офсетное производство. Для полиграфической компании «Астер», одной из крупнейших в Уральском регионе, это стало решающим фактором для приобретения Ricoh Pro C7100. Дальнейшая сервисная поддержка будет осуществлена компанией Ricoh Rus совместно с местным партнером – компанией «Графические системы». Как новое оборудование изменило работу производства, узнаем у генерального директора группы компаний «АСТЕР» Дмитрия Степанова.

На какую нишу вы ориентированы?

Мы специализируемся на производстве листовой, многостраничной, рекламно-представительской и книжной продукции широчайшего ассортимента, изготовлении календарей, а также POS-материалов и упаковки.

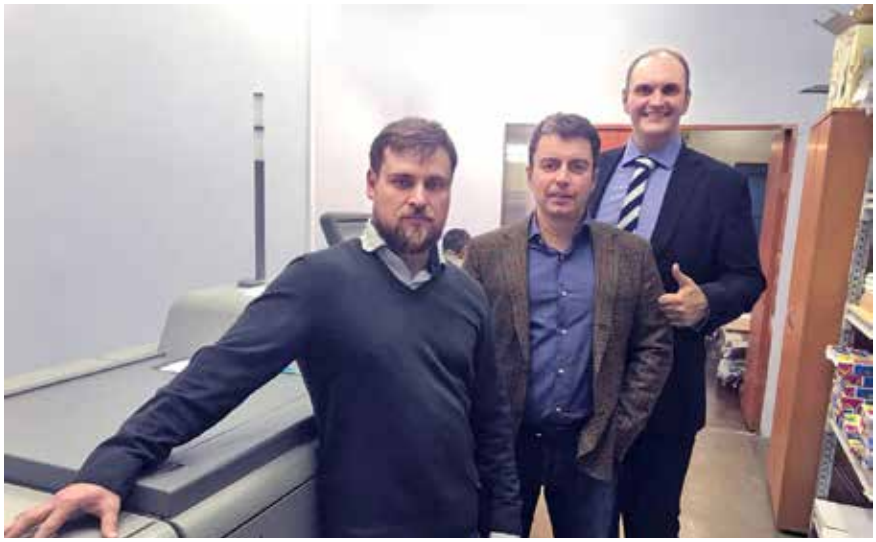
«Астер» — единственная в регионе типография, у которой две полноценные и мощные производственные площадки в Перми и Екатеринбурге. Как вам это удается?

И эти площадки существуют не по отдельности, а в единой производственной среде, лишь дополняя друг друга. Внутри компании уникальный программный продукт, используя который любой менеджер из любого нашего офиса продаж может запустить исполнение заказа на любой из площадок. При этом выбор конкретного места исполнения обусловлен лишь особенностью вашего заказа и необходимыми для этого производственными мощностями, технологиями. Ricoh Pro C7100 мы установили на площадке в Екатеринбурге.

Как часто обновляете парк оборудования?

Мы работаем на «свежем», современном оборудовании. Самая производительная печатная машина KBA 105 5+L 2011 года выпуска, следующая машина HEIDELBERG SPEED MASTER SM-74-4 2013 года, есть планы на дальнейшее обновление парка оборудования и совершенствование линейки выпускаемой продукции.

Конечно, сейчас, в связи с высоким курсом валют, стало тяжелее планировать серьезные закупки техники, но зато и «шальных» денег стало меньше, а значит, в печатном бизнесе останутся наиболее сильные участники, следовательно, и рынок будет становиться более цивилизованным.



Чем вас привлекла именно данная модель, на что ориентировались?

Это наш первый шаг на цифровой рынок Екатеринбурга. Уже более 10 лет мы работаем с «цифрой» в Перми, поэтому опыт и понимание есть, «дорогу осилит идущий». Модель Ricoh Pro C7100 привлекла тем, что данная разработка учитывала опыт и рекомендации компании производителя офсетного оборудования HEIDELBERG, также есть некоторые технические преимущества перед аналогами, например, близость по цветовому охвату с офсетом, равнение листа, возможность работы с плотными

картонами. Машина показала наиболее близкое качество к офсетному отпечатку и наиболее широкий выбор запечатываемых материалов.

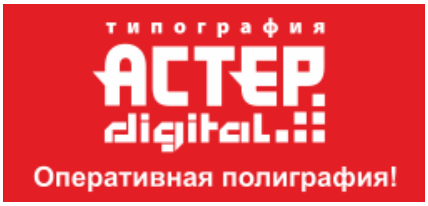
Как новое оборудование изменило процесс работы? Наверняка в связи с приобретением новой машины строите дальнейшие планы по развитию компании?

Машина работает только месяц, но тестирование закончено, приступили к работе с коммерческими заказами. Заказчики положительно оценили и качество, и сроки в работе с «цифрой». Из уникальных предложений цифровой «сигнал» и допечатка, при необходимости, после печати основного тиража на той же бумаге с близким по цвету результатом. Есть клиенты, которые уже воспользовались данными возможностями при допечатке к своим профильным выставкам тиражей каталогов в несколько десятков экземпляров. В дальнейших планах работа над расширением технологий печати, в частности, интерьерная и широкоформатная печать.

Расскажите о сотрудничестве с японской компанией Ricoh.

Сотрудничество только начинается. Но до сих пор мы получали только качественную обратную связь и очень лояльное отношение к нам как к покупателю оборудования. Мне кажется, что у компании большой потенциал и желание работать.

Маргарита СЕМЕЙКИНА



HP Indigo: главные достижения года

Крупные выставки, инсталляции, новое оборудование – уходящий год внес большой вклад в полиграфию. Все события в полиграфической отрасли – барометр, который показывает состояние рынка, и игроки пристально следят за его развитием. Показатели компании «НИССА Центрум» стабильно высокие. Компания не только активно участвует в выставках, но и ежегодно представляет новые модели печатных машин. В центре внимания в этом году линейка цифрового печатного оборудования HP Indigo, которую российские типографии заслуженно называют революционным.

Новый уровень печати

В линейку HP Indigo входят коммерческие печатные машины для печати фото- и маркетинговых материалов, периодики, книг формата от SRA3+ до B2 и B1, а также машины для печати высококачественных этикеток и упаковки. Рынок гибкой и картонной персонализированной упаковки в России только начинает развиваться, появляется спрос на небольшие партии упаковки, отвечающие индивидуальным требованиям заказчиков. Универсальность и качество печати HP Indigo позволят компании осваивать эту нишу и выполнить с успехом заказы, которые на первый взгляд кажутся трудновыполнимыми. Один из примеров – изготовление упаковки премиального бельгийского шоколадного бренда Godiva, которая стала победителем конкурса HP Inkspiration Awards North America в номинации «Упаковка для продуктов и напитков» на конференции DSCOOP. Наталья Старкина, директор по маркетингу компании «Конфаэль», отмечает: «Специфика производства премиальных кондитерских изделий в том, что нам важно быстро и качественно создавать упаковку экстра-класса по индивидуальному заказу – любой сложности и любых тиражей. Даже совсем коротких, ведь многим заказчикам кастомизированных подарков требуются партии из, например, 30 оригинальных коробочек с конфетами. Машина HP Indigo 7600 полностью закрыла наши потребности в такого рода продукте».

Все больше компаний отдают предпочтение цифровым офсетным печатным машинам HP Indigo, которые позволяют им выделиться на фоне конкурентов. Чтобы принять решение, какое оборудование принесет максимальную выгоду, заказчики тщательно анализируют ситуацию на рынке, предложения и новинки. Они стремятся приобрести оборудование, которому не будет равных, чтобы получить качественный результат и уникальные предложения.

Благодаря прорывным технологиям и инновациям производственный потенциал российского рынка развивается. Оборудование данной линейки позволяет осваивать и развивать в России новые рынки, разрабатывать для заказчиков уникальные предложения. Компания HP представила модель HP Indigo 20000 с решением HP Indigo Pack Ready Lamination для оперативного производства гибких упаковочных материалов, а также HP Indigo 8000 — высокопроизводительную узкорулонную печатную машину. Как отметила Вера Негина, руководитель маркетинга компании «НИССА Центрум», российский рынок в полной мере соответствует глобальным трендам: высокая конкуренция стимулирует динамику перехода компаний на цифровую печать и машины HP Indigo.

Демонстрация возможностей

Промышленно-технологические выставки всегда остаются барометром любой отрасли, одним из самых важных и перспективных инструментов ее успешного развития. Именно выставки являются связующим звеном между компаниями и заказчиками. Компании «НИССА Центрум» и HP в этом году активно принимали участие в крупнейших международных и российских отраслевых выставках. Так, в мае на выставке Interpack в Германии представила печатные машины HP Indigo и продемонстрировала печать на сложных синтетических материалах.

«Всегда на шаг впереди» – не просто слоган компании HP, а реальный факт, демонстрирующий результаты работы машин. Самой ожидаемой

новинкой HP и сильнейшим центром притяжения на крупнейшей выставке Labelexpo стал HP Indigo GEM. Технология интегрирована с цифровой печатной машиной HP Indigo WS6800 и обеспечивает возможность печати со сложным дизайном. Данная модель и подключаемая в линию многофункциональная отделочная секция HP Indigo GEM – цифровое решение для печати и покрытия этикеток фольгой, трафаретным или тактильным лаком, создания специальных эффектов. Все это выполняется за один проход с участием одного оператора и использованием одного файла без дополнительных инструментов. Устройство GEM появится в продаже весной 2018 года.

В Москве на выставке RosUpack вокруг стенда «НИССА Центрум» был ажиотаж: компания представила передовые решения для цифровой печати упаковки и этикетки. У заказчиков появилась возможность досконально изучить оборудование, нацеленное на быструю обработку дизайнов в сжатые сроки производственного цикла и высокое качество печати на коротких тиражах. Компания продемонстрировала широкий выбор готовых локальных решений для успешной работы.

В Санкт-Петербурге «НИССА Центрум» и HP провели ежегодную конференцию Dscoop Russia, которая является независимым глобальным сообществом пользователей оборудования HP для обмена опытом. В этом году владельцы цифровых машин HP Indigo обсуждали специализацию и перспективы цифровой печати упаковки и этикетки в России. С докладами выступили представители локальных предприятий, которые активно развивают направление цифровой печати упаковки. Они рассказали, каких успехов успели добиться и подтвердили это показателями: рост выручки вырос в несколько раз. Например, руководитель «Типографии цифровых решений Б» Владимир Бочков в своей презентации поделился успешно реализованными проектами: «Для заказчика сделали упаковку трех видов с сюжетными открытками из жизни старого города. Отпечатали 1000 упаковок, а через две недели получили повторный заказ». Региональный менеджер по Центральной и Восточной Европе HP Indigo Саймон Льюис убежден, что HP Indigo выпускает отличные машины, одна из особенностей которых – универсальность. На конференции он разобрал различные кейсы, среди них кастомизация и фулфилмент – бизнес-модель, которая предполагает обслуживание типографией одного крупного клиента, заниматься не только печатью, но и комплектацией, упаковкой и отправкой или доставкой готовой продукции.

Инсталляции: проверенный результат

Первая в Москве HP Indigo WS6800 установлена в типографии «МегаФлекс» в конце 2016 года – это задало тон новому году. За ней последовали и другие инсталляции.

Данную модель установили в Кировской типографии «Вятка-Флекс» – итог выставки Labelexpo 2017. Она стала удачным дополнением к цифровой печатной машине HP Indigo WS6000, а также машинам для финишной обработки «цифровых» заказов ABG Digicon Lite 3 и ABG Digicon S2. Специалисты компании «НИССА Центрум» в кратчайшие сроки обеспечили доставку и ввод в эксплуатацию нового печатного оборудования. Как рассказал директор типографии Владислав Тюлькин, «цифровая печатная машина HP Indigo дает стабильно высокое качество печати этикетки, которое так нравится клиентам. Кроме того, появление второй машины HP Indigo WS6800 с ILP модулем позволило гарантированно, в сжатые сроки выполнять крупные цифровые заказы для федеральных и международных компаний. Парк печатных машин HP Indigo помогает решать эти и другие задачи на отлично».

Цифровая печатная машина HP Indigo 7900 установлена в «Новороссийской типографии», которая приняла решение сделать цифровую оперативную полиграфию основным направлением. «После многочисленных выставок, встреч и переговоров с представителями производителей различного полиграфического оборудования было решено, что цифровое печатное оборудование HP Indigo 7900 благодаря широкому спектру уникальных возможностей и техническим характеристикам подходит нам гораздо больше, чем какое-либо другое», – отметил Дмитрий Критари, директор «Новороссийской типография».

Еще один шаг в развитии гибкой упаковки в России: в компании «Данафлекс», одном из крупнейших производителей гибкой упаковки, запущена 7-красочная цифровая рулонная офсетная машина HP Indigo 20000. Мгновенная подготовка дизайна к печати, выпуск пробной партии упаковки любой сложности в течение суток, как результат, увеличение оборота малотиражной этикетки – таковы первые отклики от работы оборудования.

HP Indigo – это инвестиция в будущее, которая не только оправдает ожидания, но и превысит их. Использование в производстве машин данной линейки дает возможность создать уникальный продукт, который востребован на рынке.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Ламинатор один – возможностей много

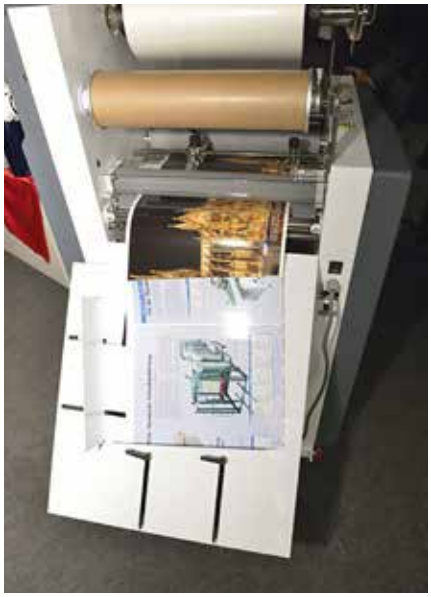
За двумя зайцами погонишься…обоих поймаешь. Это реально, если речь идет о желании изготавливать и эксклюзивную продукцию, и универсальные товары. Компания «Джи-Эм-Пи-РуссКом» предлагает оборудование с уникальными возможностями.

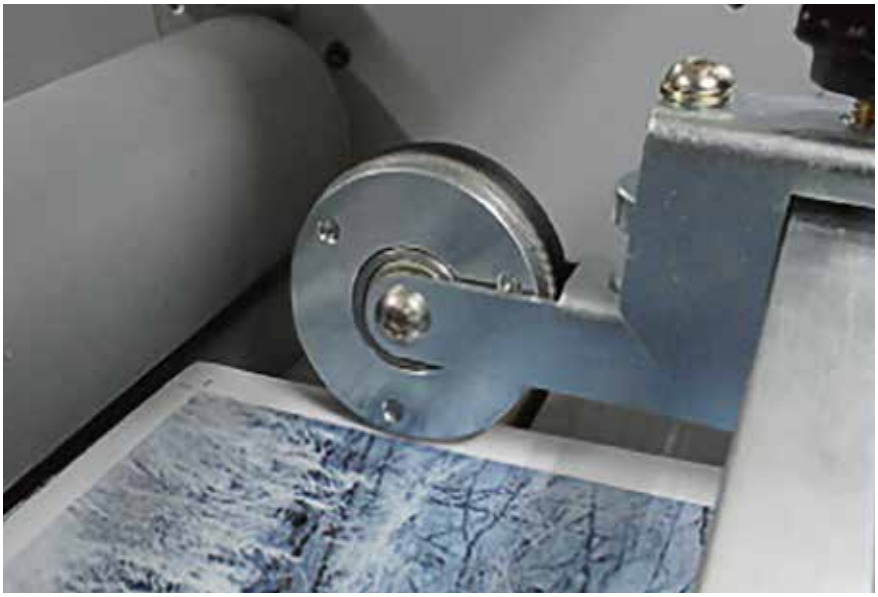
Эксклюзив правит

Ваша цифровая типография стремится не только обеспечить ламинирование высокого качества, но и расширить ассортимент выпускаемых товаров за счет оригинальных изделий? GMP Protopic-540 Quatro-Slit, профессиональный промышленный полуавтоматический ламинатор, соответствует этим запросам. Машина сохранила надежность и качество работы ранних моделей и получила дополнительные функции. Slit-модуль предназначен для изготовления большого разнообразия продукции. Это универсальное устройство, и ограничивать в изготовлении продукции может только фантазия заказчика. Хочет эксклюзивные фотокниги с плоскими разворотами – пожалуйста. Листы крепятся в корешке скобами, что обеспечивает прочное и гибкое крепление. Просит, чтобы еще и выглядело дорого, а по стоимости, наоборот? Не вопрос. Приятная на ощупь, презентабельный вид – эффект дорогостоящей фотобумаги благодаря текстурным валам. Клиент желает туристические карты, меню, креативные каталоги? Без проблем GMP Protopic-540 Quatro-Slit создан для любых требований. Решение, которое предлагает GMP, кардинально отличается от готовой бумаги со шлицами прежде всего тем, что позволяет делать не один сгиб, а несколько и почти в любом месте листа. Продукт получается еще более эксклюзивный. Переживаете за качество, вспоминая неудачный опыт? Ламинатор обеспечивает отличное качество без возникновения воздушных пузырей. Инфракрасный нагревательный элемент, как и у других ламинаторов этой серии, обеспечивает поддержание стабильной температуры в пределах ±1–3^0 С. Это важное качество для стабильной адгезии пленки к бумаге. Как говорится, лучше один раз увидеть. Убедитесь в результате сами: вкладка для данного номера заламинирована на GMP Protopic-540 Quatro-Slit. Новая технология позволяет избежать покупки дорогих импортных материалов, что, согласитесь, сегодня особенно актуально.

Маленький да удаленький

Распространенная проблема типографий: помещение небольшое, а оборудование – наоборот. В этом случае размер имеет значение и задача оптимизации пространства становится особенно острой. Решением проблемы служит ламинатор GMP QTopic-380. Отличительная особенность данного ламинатора – компактный размер. Благодаря этому его можно разместить в любом помещении, а так как машина на колесах, можно свободно перемещать. Так можно без ущерба организовать





работу оператора: по окончании менять место оборудования, чтобы пространство оказалось свободным и комфортным для сотрудников. Комфорт обеспечивает и бесшумный компрессор (не более 50 Дб), который используется в медицинских отраслях. Компрессор идет вместе с ламинатором и размещен внутри корпуса. Удобный вариант для тех, кто планирует использование ламинатора не только в производственных помещениях, но и в офисных.

Модель ламинатора разработана специально для сегмента цифровой печати под формат А3. Ранее эта модель выпускалась только в формате одностороннего ламинатора, а в этом году GMP запустили в производство модификацию для двухстороннего ламинирования QTopic-380 Duplex, а также модель с автоматизированной подачей листов из стопы, QTopic-380 Auto.

Рассмотрим данную модель более детально. Как и GMP Protopic-540, модель подходит для изготовления обложек книг и журналов, обложек фотокниг и внутренних страниц фотокниг, постеров, меню, указательных табличек, открыток, сертификатов. Благодаря расширенному столу подачи удобно ламинировать большие тиражи. Чем еще удивляет GMP QTopic-380? Модель подключается к стандартной электрической сети, 220В/50Гц, а значит, энергопотребление будет небольшое.

Высокое давление ламинирующего вала позволяет качественно ламинировать цифровые отпечатки даже с плашками, избежать отслаивания пленки на заламинированном изображении при постпечатной обработке (фальцовке, биговке, резке). Еще один бонус – электронный пульт управления (с сенсорным экраном). Полиграфисты нередко сталкиваются с проблемой выпрямления заламинированных листов, в случае с GMP QTopic-380 данный вопрос становится неактуальным: для одностороннего ламинирования встроен выпрямляющий механизм.

Работа с пленкой в большой намотке позволяет экономить на себестоимости пленки для ламинирования, так как стоимость всех видов пленки в большой намотке существенно ниже (до 5 раз). В базовой комплектации имеется ревайндер, соответственно, можно работать с популярными технологиями выборочного ламинирования и фольгирования (о данных технологиях мы подробно рассказывали в №3 (114) 2017 год).

Как известно, текстурное ламинирование – достойная альтернатива коже и кожзаменителям. Для заказчиков изделия, выполненные в данной технике – уникальны и востребованы. Замените глянцевый ламинирующий вал на текстурный и делайте текстурное ламинирование, используя обычную глянцевую тонкую пленку на GMP QTopic-380. И это еще не все: у данного ламинатора есть возможность ламинировать листы длиной до 1200 мм. Это означает, что у вас появится возможность ламинировать баннеры и еще больше усилить конкурентоспособность своей компании.

Данные модели позволяют оптимизировать производство, расширить ассортимент и выполнять даже трудновыполнимые задачи требовательных заказчиков.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

«Полиграфисты нередко сталкиваются с проблемой выпрямления заламинированных листов, в случае с GMP QTopic-380 данный вопрос становится неактуальным: для одностороннего ламинирования встроен выпрямляющий механизм»

GMP РуссКом
(495) 785-58-05
info@russcom.ru
www.gmp-russcom.ru
www.prolam.ru

Безграничный web2print

Андрей Наумов,
основатель платформы для типографий web2print.pro

Полиграфисты, как и все прочие люди, обсуждают в социальных сетях наболевшие вопросы. Одна из самых популярных тем — web-to-print. О нем много говорят, его часто ругают, кто-то о нем мечтает, а некоторые с его помощью зарабатывают… Но что же это такое на самом деле и почему популярная технология так мало используется в России?

На мой взгляд, есть несколько «пунктиков», которыми мы отличаемся от стран, где web-to-print давно стал отраслевым стандартом. Мы легко расстаемся с деньгами, когда речь идет о «железках», но как только разговор заходит о софте, наше отношение к инвестициям в собственный бизнес резко меняется. Большинство к этому не готовы и предпочитают использовать дешевые, а то и вовсе бесплатные решения.

При этом некоторые типографии подключают web-to-print за несколько миллионов евро. Почему они готовы каждый год платить 5 тысяч евро за поддержку и при этом отчисляют разработчику роялти по 7% с каждого заказа?

В настоящем бизнесе нет места игрушкам. Прежде чем запускать свой проект, задумайтесь, что вам нужно: профессиональный инструмент, который приносит доход, или дешевый виджет на сайт, которым никто не будет пользоваться.

Иногда полиграфисты предпринимают попытки создать собственное ПО. Есть те, кому хватает запала и ресурсов, но чаще всего такая затея превращается в вечную разработку, которая обходится гораздо дороже, чем можно себе представить.

Конечно, далеко не всех волнует стоимость внедрения, но при этом многих терзает страх за свою клиентскую базу, хотя вероятность ее потери по вине «приходящего» сисадмина или взбунтовавшегося менеджера в сотни раз выше, чем «в облаке». Кое-кто переживает, что разработчик перестанет поддерживать систему, а некоторые просто боятся что-то менять. Жаль, мало кто отдает себе отчет, что прибыль, которую они упускают из-за бездействия, несоизмеримо выше надуманных рисков.

В софт, который предоставляется «в аренду», вложены десятки миллионов, на его запуск у вас уйдет значительно меньше времени, а обходиться он будет дешевле собственной разработки. Так что же мешает начать прямо сейчас?

Наверное, кто-то еще не осознал ценность web-to-print, кому-то страшно решиться на новый шаг, а может всему виной непонимание возможностей, которые открывает перед нами эта технология?

Для некоторых калькулятор на сайте, ftp и форма онлайн заявки — уже web-to-print. Но большинство полиграфистов видит под этим термином интернет-магазин с библиотекой шаблонов и онлайн-конструктором, где клиент сможет не только уточнить стоимость, но и самостоятельно создать макет, утвердить и оплатить заказ. Существуют разные по функциональности варианты: иногда конструктор макетов заменяют системой проверки (preflight), а идеальным вариантом следует считать симбиоз этих инструментов.

Есть те, кто с помощью web-to-print хочет привлечь новых заказчиков, выделяясь на фоне конкурентов, и те, кто старается предоставить дополнительные удобства уже существующим клиентам.

Одни видят в нем средство экономии и стремятся перевести прием заказов на самообслуживание, чтобы не тратиться на аренду офиса и зарплату отделу продаж. Другие считают, что самостоятельных клиентов единицы, и поэтому боятся, что web-to-print превратится для них в дорогую игрушку, а всю работу придется делать менеджерам и дизайнерам.

Есть много мнений, и каждый прав по-своему. Самостоятельных клиентов действительно мало, поэтому придется сильно постараться, чтобы полностью перейти на самообслуживание. Если вы не посредник, то отказаться от менеджеров у вас вряд ли получится, потому что реальному производству непросто прокормиться, работая только в сети. Средний чек у заказов из интернета ниже, а локального рынка не хватает, поэтому развивать такой бизнес придется в масштабах страны.

Чтобы отстроить этот процесс, понадобится немало времени и сил. Зато, если все сделаете правильно, web-to-print превратится в менеджера, который «работает за семерых»

«Чтобы отстроить этот процесс, понадобится немало времени и сил. Зато, если все сделаете правильно, web-to-print превратится в менеджера, который «работает за семерых» и не просит при этом зарплату»

и не просит при этом зарплату. Это хорошая стратегия и может принести ожидаемый успех, окупившись сторицей. Только не стоит думать, что виртуального менеджера совсем не нужно «кормить». Если вы не будете вкладывать серьезных денег в продвижение своего сайта, то и польза от него будет невысокой.

Меня часто спрашивают: «Что делать, если сайта нет вообще?» Ответ зависит от того, кто ваш клиент. Если это конечные потребители, а вы ориентированы на мелкую розницу и частный сектор, то без интернет-магазина вам не обойтись. Рекомендую для начала не вкладывать больших денег, а использовать шаблонное решение. Другое дело — корпоративные клиенты и посредники. Все возможности самообслуживания, а заодно и функция отслеживания заказов в производстве будут доступны им в личном кабинете.

Это значительно ускорит запуск вашего проекта — не будет болеть голова о наполнении сайта и его продвижении. Зарегистрироваться клиенты смогут в соцсетях или обратившись к вашему менеджеру. При оформлении они автоматически получат личный кабинет, а познакомятся с его возможностями, когда будут согласовывать заказ.

Только представьте: при первом звонке клиента менеджер вносит информацию о нем в систему, нужные данные автоматически подставляются в подходящие по тематике и стилю шаблоны, а заказчик получает макеты на утверждение, не успев повесить трубку. Клиент может даже не знать, что макеты для него созданы роботом.

Если у заказчика есть готовый дизайн, то система автоматической проверки откорректирует его согласно техническим требованиям и сама заверит изменения у клиента. Независимо от формата и качества макетов вы всегда получите утвержденные клиентом PDF в CMYK с необходимыми вылетами под обрез.

При утверждении дизайна или повторе заказа, если клиент захочет внести изменения в макет, ваш менеджер не будет ждать, когда освободится верстальщик, а внесет такие правки прямо в браузере на глазах у клиента. Это существенно сократит процесс согласования и избавит дизайнера от рутины, а всех остальных от эффекта «испорченного телефона» (помните, по сколько раз клиенты согласовывают изменения?).

Конечно, в процессе таких работ клиент может и сам вносить правки в макеты или корректировать расчеты. Видя, насколько это просто, он будет поступать так все чаще, освобождая тем самым время вашего менеджера для его работы с другими заказчиками.

Со временем большинство текущих клиентов станет оформлять заказы самостоятельно, а работать с менеджером и дизайнером продолжат лишь те, кто привык и, главное, готов платить за персональное обслуживание.

Ваши менеджеры сосредоточатся на поиске новых заказов и работе с ключевыми клиентами, а разгруженный от текучки дизайнер будет всегда свободен для серьезной работы и сможет проявить весь свой творческий потенциал. В свободное время он будет разрабатывать тематические шаблоны для онлайн-конструктора, а еще в библиотеку шаблонов пойдут варианты макетов, которые не были утверждены заказчиками.

Ваш сайт превратится из лидогенератора в настоящего менеджера: заказы, оформленные и оплаченные клиентами, смогут, минуя отдел заказов, сразу идти в печатную машину. Макеты клиентов будут проходить автоматическую проверку и коррекцию, а значит и работа препресс-инженеров сведется к минимуму.

Важно, что подобный функционал вы сможете «подарить» своим посредникам в обмен на то, что все их заказы будут идти на печать только к вам. Таким образом, сайты посредников превратятся в ваши торговые площадки, а их менеджеры станут работать на загрузку вашего производства.

К сожалению, не хватит места, чтобы рассказать о возможностях,

которые с помощью web-to-print вы можете предоставить корпоративным клиентам. Это большая тема, достойная отдельной статьи. Отмечу только, что у нас есть ряд решений, связанных с брендбуком, отделами маркетинга, департаментами печати (CRD) и централизованной работой филиалов заказчика. Используя такой функционал, вы сможете стать незаменимым поставщиком печатных услуг и забудете про бесконечные тендеры.

За рамками этой статьи остались и истории про то, как наша система помогает менеджеру связаться с «уснувшим» клиентом, о том, как сервис формирует отчеты для руководства и освобождает менеджера от другой рутины, делая его в несколько раз эффективнее.

Но думаю, что главную мысль я донес: web-to-print — это не только сайты самообслуживания, где домохозяйки заказывают открытки, а мелкие предприниматели — визитки и листовки. Это целый космос! В зависимости от ваших целей, задач и стратегии, можно создать систему, с которой вы предоставите своим клиентам небывалый уровень обслуживания, снизите нагрузку на отдел продаж и увеличите поток высокомаржинальных заказов.

Технологии web-to-print позволяют развивать партнерские сети, выстраивать отношения с корпоративными клиентами и надежно удерживать заказчика. Они помогут вам выделиться на рынке и прекратить конкурировать ценой. С нами вы сможете зарабатывать больше, работая меньше. Решайте сами, куда потратить свободное время — на развитие бизнеса или на давно заслуженный отдых.

«Сайты посредников превратятся в ваши торговые площадки, а их менеджеры станут работать на загрузку вашего производства»

«Дубль В»: выбор на любой вкус и цвет

В сентябре 2017 года в Брюсселе состоялась выставка Labelexpo Europe, крупнейшая со дня ее основания в 1980 году и самая авторитетная в области производства этикеток и узкорулонной печати. Площадь ее составила 35 000 м^2, разместилась в 9 павильонах. Свои технологические решения, оборудование и продукты представили 198 новых экспонентов, а посетили выставку всего 37 724 участников.

Отрадно отметить, что группа компаний «Дубль В» не осталась в стороне от такого масштабного события и совместно с партнерами – Leonhard Kurz, Zeller+Gmelin, Ritrama, Eukalin – представили решения в области самоклеящихся материалов, красок для УФ-печати, клеев, а также продуктов для постпечатной отделки – холодному и горячему тиснениям фольгой.

Надо отметить, что ассортимент ГК «Дубль В» в области красок и химикатов чрезвычайно широк и разработан с учетом требований различных сегментов рынка.

В области красок для УФ-печати ГК «Дубль В» уже более 20 лет работает с немецким поставщиком Zeller+Gmelin. Компания была основана в 1866 году Альбертом Целлером и Паулем Гмелином. Первые краски компания выпустила более 80 лет назад, а специализация на УФ-сегменте с 1970 года. В 2016 году Z+G отметила свой 150-летний юбилей.

Современное поколение красок представлено:

UVALUX® U 40. Новое поколение УФ-офсетных красок для ролевой и листовой УФ-печати.

UVALUX® U 41. Краски с низкой миграцией для печати пищевой упаковки.

UVALUX® U 48. Краски нового поколения для H-UV офсетной и H-UV высокой печати, для коммерческих тиражей. Разработана специально для печати на машинах с УФ-сушками IST (Kompakt) и Komori (H-UV).

UVALUX® LED U45 – новинка! Это новая разработка LED UV для листовой и ролевой офсетной печати. Серия разработана для непродовольственной упаковки и коммерческой печати на бумаге и картоне.

UVALUX® U 70. Серия красок для печати по критическим подложкам. Рекомендована для непищевой продукции.

UVALUX® U 71 с низкой миграцией. Краски для печати пищевой упаковки на сложных пленочных материалах.

ESALUX® E4 (EB). Краски электронной сушки для печати по гибким материалам.

Широкий ассортимент лаков ГК «Дубль В» представлен материалам производства LINKS и Zeller+Gmelin. Это, в первую очередь, различные лаки для защиты отпечатанного оттиска, придания глянцевого или матового эффекта, а также достижения различных дизайнерских решений.

Уже ставший традиционным – выборочный глянцевый лак. Высокоглянцевый лак на матовой бумаге или ламинате подчеркивает и выделяет, создавая яркий акцент и концентрируя внимание.

На фотографии представлена упаковка – пример, как безупречно выглядит сочетание черной матовой поверхности, глянцевого лака и матового золота. Стоит отметить, что этот вид отделки требует большой работы дизайнера. Но чем меньше, тем эффектнее.

Похожий эффект можно получить, используя самые простые материалы:

- Целлюлозный картон
- Фольгу Leonhard KURZ
- Лак глянцевый отделочный
- Лак матовый «SILK»

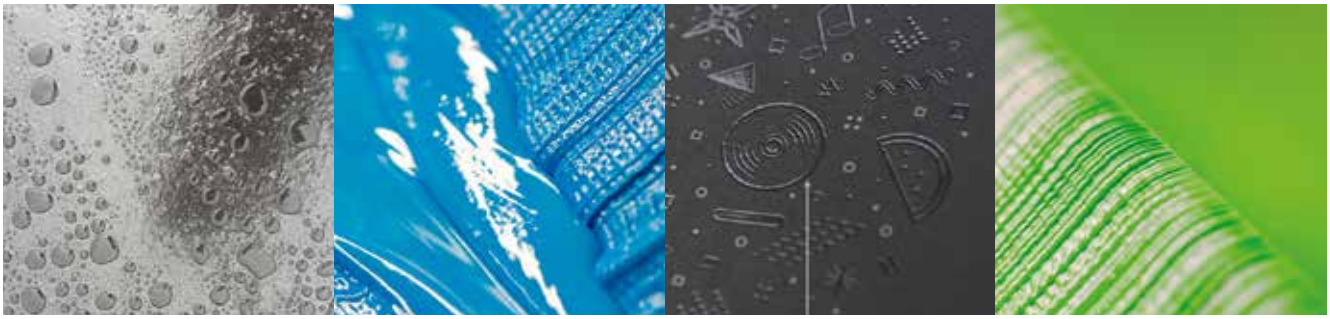
С помощью выборочного лакирования можно превратить обычную бумагу или картон в дизайнерскую, с авторским характером. Для каждого заказчика можно создать его индивидуальный, неповторимый стиль.

Набирает популярность эффект «TWIN» – это сочетание гладкой глянцевой и рельефной матовой поверхностей. «TWIN» получается при работе парой специальных лаков, которые наносятся IN-LINE.

Возможные варианты «TWIN» пар:

- Масло. Лак + УФ-лак
- Водный лак + УФ-лак
- УФ-лак + УФ-лак

Необходимый глянцевый рисунок печатается первым компонентом и второй наносится сплошным слоем.



Подбор основы и «TWIN» пары лаков позволяет добиться разных, очень эффектных решений и привлечь клиентов нестандартным исполнением. Серебряная фольга или металлизированный картон, покрытый тонирующим праймером, и «TWIN» лак способны создать эффект «капель на стекле». Упаковка с таким решением заметна на полке и остается в памяти.

Также интерес представляет тактильный матовый лак SOFT TOUCH. Особый эффект достигается, если использовать его в сочетании с глянцевым элементом без печати этого элемента краской. Происходит яркое выделение за счет контраста с глянцем.

Могут использоваться следующие материалы:

- SOFT TOUCH матовый лак
- Высокоглянцевый лак
- Флуорисцентная краска

Конечно, очень сложно в одной статье охватить все серии и весь ассортимент, представленный в группе компаний «Дубль В». Мы всего лишь в общих чертах охватили продукты сегментов красок и лаков, которые активно используются при печати и отделки упаковки, этикетки, рекламной продукции. Более подробную информацию можно получить на сайте www.doublev.ru и обратиться к менеджерам обособленного подразделения «Екатеринбург». Мы всегда рады проконсультировать и ответить на все вопросы.

по материалам компании «Дубль В»

Double V

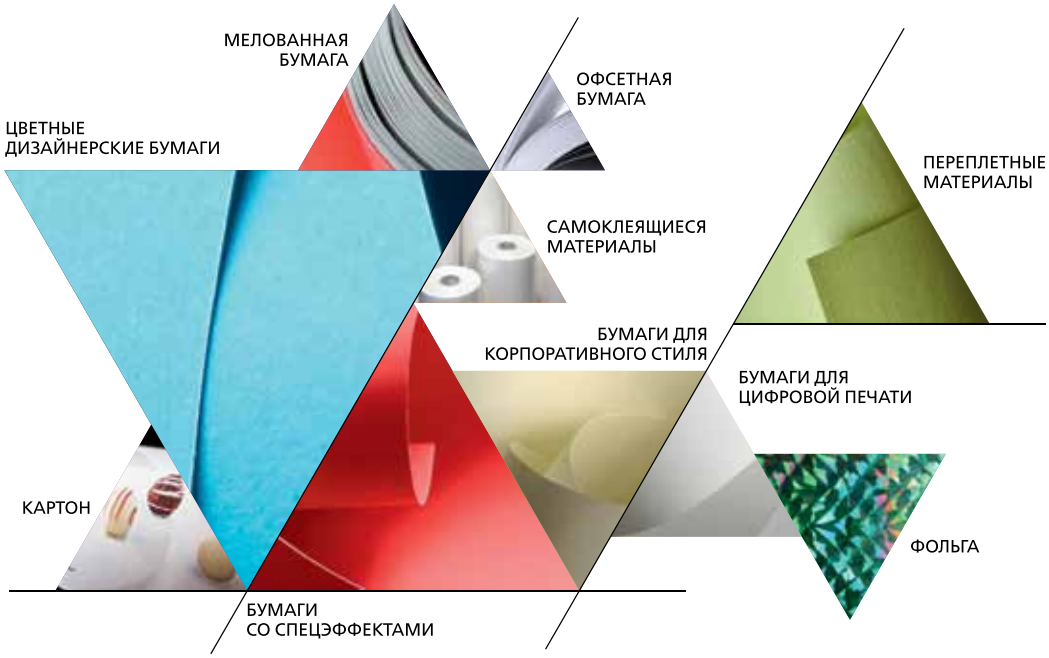
ГК «ДУБЛЬ В»,
ОП «Екатеринбург»
620219, Екатеринбург,
ул. Мамина-Сибиряка,
д. 85, оф. 421
тел.: (343) 350-51-90, 350-90-70
http://vk.com/mirbumagiekt
www.doublev.ru

Double V

МИР БУМАГИ
ЦЕНТР РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ
Обособленное подразделение «Екатеринбург»

Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, 85, оф. 1

8 (343) 355-12-35
mirbumagi@ekt.doublev.ru
http://vk.com/mirbumagiekt
www.doublev.ru



Новые валики – то, что доктор прописал!

В наше время офсетная полиграфия находится на пороге принятия важных решений. Рынок из-за спада спроса на печатную продукцию и снижения цены за оттиск стал более конкурентным. Каждая типография стоит перед выбором: сокращать и так урезанные ресурсы или идти вперед, модернизируя и совершенствуя парк оборудования. Рынок устал ждать улучшений в экономике страны, и стало понятно: если не сейчас, то когда?

Перед руководством типографии «Артес» (Екатеринбург) такой выбор не стоит, предприятие всегда смотрит в будущее. Поэтому в ноябре 2017 года запущена офсетная пятикрасочная печатная машина RYOBI 525GX с высокой длинной приемкой. Главное в этом приобретении – это увеличение производительности благодаря использованию пятой секции. Обновление парка оборудования на более современное автоматизировало множество процессов печати, ускорило выпуск и повысило качество печатной продукции.

Генеральный директор типографии «Артес» Сергей Васильевич Хрущев – человек, уверенно идущий к своей цели, он всегда понимает, что производственный процесс – это сложная структура, которую необходимо постоянно обновлять и совершенствовать. Поэтому уверенное развитие на протяжении 17 лет – это многолетний опыт, который привел к текущим результатам.

И вложение средств в улучшение производственных процессов – это необходимое решение в текущей ситуации.

Перед компанией POLIGRAF-PARTNER была поставлена задача обрезинивания валиков всех групп. На этапе обсуждения даты запуска офсетной машины в работу было ясно, что на обрезинивание и логистику отведены рекордно короткие сроки – 14 дней. Гарантия качества и импортное сырье при производстве в Москве – все это сыграло роль при выборе партнера, а доступные цены и условия, несомненно, приятно удивили.

Восстановленные из английского сырья валики красочной группы и увлажнения показывают на практике высокие результаты по долгому сроку службы в листовой офсетной печати. Поэтому при выборе из нескольких видов сырья типографии было предложено данное решение. И сейчас типография «Артес» встретила сезон во всеоружии.

Как поставщик расходных материалов наша компания стремится информировать партнеров, что бесперебойная работа и срок службы валиков зависит не только от изначального качества. Уход и эксплуатация, несомненно, важные составляющие успешной работы.

В ассортименте продукции POLIGRAF-PARTNER есть решения производителя экохимии ABC ALLIED PRESSROOM с двойным назначением для ухода за валами. Так для красочной группы рекомендуем пасты для ежедневной очистки и уходу SOLVEX (смывается водой), CRUD (смывается смывкой), а для интенсивной очистки паста PULL IT OFF (смывается смывкой). Для валиков увлажнения рекомендуем, как и для фальцевальных валиков, средство MRS 88. Уход за новыми валиками продлевает срок эксплуатации.

POLIGRAF-PARTNER всегда выступает за развитие региона и поэтому предлагает для полиграфических производств качественные продукты по доступным ценам, которые должны служить на благо типографий.

Не было бы счастья, да несчастье помогло

Главное для отличного результата в процессе офсетной печати – стабильный баланс «краска-вода». Подобраны краски, концентрат увлажнения, качественный изопропиловый спирт (ИПС), весело крутятся валы, трудятся фильтры и дозаторы, и довольный печатник радостно выдает один тираж за другим. Но случается, что идиллия нарушается, и причина зачастую проста: изнашиваются и выходят из строя узлы дозирующих устройств.

Временное решение – приготовление раствора вручную. При этом снижается не только настроение, но и производительность. Другой способ – замена дозирующих устройств. При этом стоимость дозатора концентрата увлажнения с ресурсом работы не менее пяти лет составит порядка 20 000 рублей. А что, если «полетел» дозатор спирта? Тут уже ремонт или замена могут влететь в копеечку. Но как раз в этом случае сегодня есть весьма экономичное решение – использование современных бесспиртовых концентратов увлажнения для офсетных машин со спиртовыми системами увлажнения. Как бы ни было трудно перестроить сознание и изменить свой взгляд на процесс печати без одного из важнейших компонентов, но желание избавиться от проблемы побеждает и рождает новое желание – испытать «неизвестный» продукт.

Именно такое желание возникло у руководителей одного из известных полиграфических производств города Екатеринбурга – ИПЦ УрФУ. В процессе решения технических вопросов: устранение мелких неполадок и обновление валов в печатных секциях машины, а также замена дозирующего устройства ИПС в системе увлажнения – решение последнего было переведено в технологическую плоскость. Вместо ремонта или замены дозатора было решено поменять привычную добавку в увлажнение на бесспиртовую (All Star Fount Solution производства ABC Allied Pressroom). При этом типография существенно оптимизировала структуру затрат, поскольку из них был полностью исключен ИПС. Таким образом, себестоимость увлажняющего раствора снизилась, и при этом его расход уменьшился. Вместе с этим также в среднем на 10-15% уменьшилась подача краски, из-за отсутствия растворения ее спиртом и размывания пигмента. Как следствие, увеличилась скорость закрепления красочного слоя на оттисках, что позволило быстрее передавать тиражи в постпечатную обработку, а значит – выросла производительность.

Печатник вновь счастлив, руководство удовлетворено результатом, поставщик благодарен за оказанное доверие.

В итоге, благодаря технологической поддержке, правильной настройке и возможности контроля работы бесспиртовых добавок, POLIGRAF-PARTNER дает шанс типографиям последовать мировым тенденциям и предоставить возможность выпуска экопродукции на полиграфическом рынке.

«ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР»
г. Екатеринбург,
пер. Автоматики, 3/3, оф.6
тел./факс: +7 (343) 361-67-75
www.pf-pr.ru
order@pf-pr.ru

«ОктоПринт Сервис»

предлагает ракельные ножи EcoGraph для офсетной и флексографской печати

Согласитесь, что от выбора ракеля зачастую зависят качество и рентабельность печатных материалов. Как говорится, каков запуск, таков и выпуск. Соответственно, подходить к выбору ножей для машины следует с особой заботой. В данном случае мы можем быть уверены: компания предлагает ножи из Швейцарии с любовью.

ECOGRAPH AG – швейцарская компания, которая находится в 60 км от Цюриха – технологического и производственного сердца страны. Опытный штат работников, включая механиков и инженеров-химиков, постоянно разрабатывает новые решения для самых высоких ожиданий. Они спроектировали и создали ножи, которые помогают достичь несравненного качества.

Как известно, шлифовальные метки (параллельные или поперечные) приводят к более быстрому износу ножа и образованию трещин лопастей.

С такой проблемой вы не столкнетесь: специально разработанный гладкий край ножа EcoGraph устраняет такие отметки, предоставляя наиболее постоянное качество печати и самый длинный срок службы.

Ножи EcoGraph изготовлены на высокоточных станках по самым современным технологиям. Производство ножей проходит тщательный контроль на каждой стадии, включая обязательный выходной контроль перед отгрузкой. Это позволяет обеспечивать высочайший уровень качества продукции и максимально удовлетворять потребности заказчика.

Компания EcoGraph разработала уникальную технологию кросс-шлифования. Эта технология позволяет изготавливать ламельные и конические края с наилучшей отделкой поверхности. С помощью метода кросс-шлифования образуется очень гладкая поверхность, которая увеличивает срок службы ножей при стабильном высоком качестве. Рассмотрим материалы более детально:

Материал ракельных ножей – PS1

– Высококачественная карбоновая шведская сталь
– Чистый химический состав

Материал ракельных ножей – PS4

– Сверхпрочная высоколегированная шведская сталь
– Специально обогащенный химический состав стали
– Чрезвычайно высокое сопротивление износу (флексо&ротогравюра)

Материал ракельных ножей – InoxSwiss

– Высококачественная нержавеющая шведская сталь
– Гарантированное сопротивление коррозии
– Высокая износостойкость

Материал ракельных ножей – EcoCer3

– Твердость 700 Hv
– Керамическая поверхность
– Высокое сопротивление износу
– Контактная поверхность как будто со смазкой
– Лучшее применение для УФ-материалов

Пластиковые ракельные ножи:

– Цвет белый
– Высокое сопротивление износу
– В качестве поддерживающего лезвия

Форма заточки ракельных стальных ножей:

Lamella EDGE:

– Отличная печать при любых условиях
– Соотношение качества и долговечности
– Быстрое время запуска благодаря закругленному кончику

Bevel EDGE:

– Идеальное лезвие для высокого давления (минимальная деформация лезвия)
– Отлично подходит для краткосрочной работы
– Быстрый запуск благодаря очень тонкому закругленному кончику

Round EDGE:

– Высокая жесткость лезвия
– Для долгосрочной работы
– Медленное время срабатывания (в зависимости от толщины)

www.oktoprint.ru

Пружина для переплета премиального качества

«ОктоПринт Сервис» предлагает переплетную пружину премиального качества PrintWire для календарей, тетрадей, блокнотов.

PrintWire – лидер российского рынка в производстве и продаже переплетной пружины, которая предназначена для переплета на автоматических линиях, полуавтоматическоми ручном оборудовании любого производителя. В компании PrintWire работают более 30 высококвалифицированных специалистов, и доля компании составляет около 75% рынка России, стран Балтии, Казахстана, Украины и Восточной Европы. Основной миссией PrintWire является производство высококачественной продукции, тесное сотрудничество с потребителями и удовлетворение их потребностей.

Продукция PrintWire производится на немецком высокотехнологичном и скоростном оборудовании, что позволяет делать продукт качественным и обеспечивать быстрое наполнение склада.

Форма, количество и шаг проволочных петель полностью соответствуют мировым стандартам, что позволяет относить пружину PrintWire к пружине премиального качества.

Пружина выпускается во всех диаметрах от 1/4 до 1 дюйма, в шаге 3:1 и 2:1. Предназначена для работы на любом навивочно-брошюровальном оборудовании, как на ручном, так и на автоматическом. Протестирована на всей линейке станков мировых лидеров отрасли, таких как Renz, Rilecart, JBI. Спираль для переплета изготавливается из европейской проволоки, покрытой нейлоном, обладает всеми необходимыми сертификатами качества, что позволяет использовать двойную спираль для производства любой полиграфической продукции, в том числе для детских изданий.

Дистанционные планки по периметру бобины позволяют перевозить пружины на большие расстояния: дополнительные вставки из картона сохраняют качество намотки при длительном хранении.

С уважением и заботой о Вас,
технологическая служба компании
ОКТОПРИНТ СЕРВИС
www.oktoprint.ru

Исследование микроструктуры бумаги

Отчет по научно-исследовательской практике

(продолжение)

Тягунов Андрей Геннадьевич, к.т.н., доцент, руководитель образовательной программы по направлению «Полиграфия» ИРИТ-РтФ УрФУ

Тарасов Дмитрий Александрович, старший преподаватель ИРИТ-РтФ УрФУ

Трубникова Алёна Сергеевна, выпускница кафедры полиграфии ИРИТ-РтФ УрФУ

Молекулярная спектроскопия

Основой для широкого распространения ИК спектроскопии как физического метода исследования явился факт избирательного ИК-поглощения химическими группами. ИК-спектры связаны с фундаментальными колебаниями молекул, составляющих вещество. Спектры ИК-поглощения в области ниже 1500 см$^{-1}$ весьма чувствительны к структурным различиям в молекулах сходного химического строения.

Современные ИК-Фурье спектрометры позволяют записывать спектры с высоким разрешением и отношением сигнал-шум 1000/1 за несколько минут. Колебательные спектры могут записываться в виде пропускания, когда электромагнитное излучение проходит через образец и часть электромагнитных волн с определенными частотами, соответствующими частотам фундаментальных колебаний вещества, поглощается образцом. Для такого анализа необходимо незначительное количество материала, поэтому образцы делаются в виде таблеток путем прямого прессования волокон или мелко измельченных опилок весом 2-4 мг.

Существует возможность получать спектр поглощения материала без предварительной подготовки образца, измеряя спектры диффузного отражения света. При таком способе происходит отражение света от поверхности бумаги под разными углами. Спектры диффузного отражения в большей степени содержат информацию о поверхности образца по сравнению со спектрами пропускания. Таким образом, эти два метода дополняют друг друга.

Метод спектроскопии имеет несомненное преимущество: благодаря прямому и неразрушающему характеру измерения возможности проведения количественного анализа основных компонентов бумаги без их выделения – определения содержания в образце целлюлозы, лигнина, гемицеллюлоз, функциональных групп, адсорбированной и связанной воды, различных добавок. Кроме данных о количестве каждого компонента спектр каждого вещества содержит информацию о структуре компонента, что позволяет оценивать структуру целлюлозы, лигнина и всех остальных компонентов.

Оценка надмолекулярной структуры целлюлозы

Для природных волокон, которые не подвергались специальным обработкам, надмолекулярная структура описывается тремя параметрами: долей упорядоченных и неупорядоченных областей, образованных макромолекулами природной конформации ЦI и долей полностью аморфной целлюлозы, образованной более дефектными макромолекулами поверхностных областей кристаллитов.

Данные показывают, что структурные параметры целлюлозы зависят от происхождения целлюлозного волокна и от способа обработки волокон, поэтому значения этих параметров могут быть использованы для определения типа целлюлозного волокна и способа обработки.

Структурные параметры различных целлюлозных образцов

Образец	Целлюлоза ЦIуп, %	Целлюлоза ЦIнеуп, %	Целлюлоза ЦIIнеуп, %
Микрокристаллическая целлюлоза (фирма Whatman)	82	10	8
Хлопковая целлюлоза	66	17	17
Льняная целлюлоза	52	8	40
Сульфатная целлюлоза	34	22	44
Сульфитная целлюлоза	27	23	50
Порошковая целлюлоза (фирмы Sigma)	22	26	52

Описание структурных изменений

Исследования показали, что параметры надмолекулярной структуры целлюлозы позволяют на количественном уровне описывать структурные изменения целлюлозных образцов при различных химических и физических воздействиях: делигнификации, отбелке, старении, размоле, гидролизе, воздействии плазмой, взрывном автогидролизе и при других.

Проведенная совместно с сотрудниками Государственного Эрмитажа работа по исследованию структурных изменений в образцах бумаги, подвергнутых отбелке и ускоренному старению, показала, что эти процессы снижают степень упорядоченности природной целлюлозы и увеличивают долю аморфных областей.

Анализ характеристик исследованных образцов позволил выявить существование линейных зависимостей между параметрами «белизна бумаги», «сопротивление излому» и структурными параметрами – ЦIуп и ЦIIнеуп. Более сильные изменения структуры целлюлозы наблюдались при механическом воздействии на волокна.

ИК-спектры показали, что помимо аморфизации структуры происходит направленное изменение конформации целлюлозных цепей. Увеличение времени механического воздействия приводит к увеличению деструкции целлюлозы, что проявляется в уменьшении содержания природной целлюлозы ЦI и увеличении содержания аморфных областей целлюлозы.

При увеличении времени размола наблюдается направленное уменьшение доли упорядоченной природной целлюлозы, что приводит к увеличению индекса прочности и положительно сказывается на бумагообразующих свойствах.

При размоле за счет уменьшения размеров кристаллитов и образования функциональных групп идет падения показателя белизны на 4%.

Наряду со структурными параметрами целлюлозы важными характеристиками являются также содержание различных функциональных групп, которые включают несопряженные и сопряженные C=O и C=C связи. Известно, что сопряженные структуры поглощают видимый свет и, следовательно, отрицательно влияют на белизну бумаги. Содержание функциональных групп для бумаги из беленой целлюлозы зависит от происхождения волокон и степени деструкции целлюлозы. Поэтому данные по полосам поглощения этих групп являются важными характеристиками при определении происхождения и деструкции или возраста бумаги.

Анализ спектральных данных показал, что белизна бумаги зависит от интенсивностей полос поглощения в диапазоне частот 1580-1800 см$^{-1}$. При исследовании ИК спектров бумаги из хлопковой целлюлозы, подвергнутой различным обработкам – промывке, световой отбелке в водной среде, световому старению; был применен один из математических методов анализа – метод регрессии на главные компоненты (РГК) для анализа спектральных кривых и выявления корреляции между полосами поглощения в данном спектральном диапазоне и белизной бумаги. Была построена модель для предсказания белизны бумаги по ее молекулярным спектрам.

Исследование многокомпонентного материала

Бумага является многокомпонентным материалом, и ее инфракрасный спектр представляет собой сумму спектров отдельных компонентов. Важно найти способ корректного выделения спектров индивидуальных компонентов из общего экспериментального спектра.

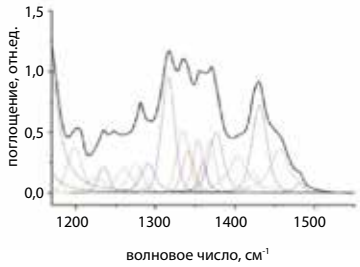
Спектральная модель представляет собой набор элементарных полос Гауссовой Лоренцевой формы, при этом каждая полоса характеризуется четырьмя параметрами: положением максимума полосы, полушириной, формой (долей Лоренцева или Гауссова контура) и интенсивностью.

Спектральная модель для каждого вещества уникальна, так как каждое вещество обладает своим уникальным спектром поглощения, характерным только для данного вещества. Компьютерное суммирование полос поглощения спектральной модели дает суммарную спектральную кривую данного вещества, наблюдаемую на опыте.

Применение спектральных моделей

Пример применения спектральных моделей показан на спектре небеленого целлюлозного волокна, полученного с помощью сульфатной варки древесины березы.

На рисунке приведен экспериментальный спектр данного волокна и его разложение на спектры углеводного и лигнинного компонентов, полученных с использованием их спектральных моделей. Такой подход позволил проанализировать спектры серии образцов, полученных при делигнификации древесины березы в течение различного времени варки, в результате мы имели набор волокон с разным содержанием лигнина.



Построение спектральных моделей для каждого из 42 исследованных образцов разного уровня делигнификации позволило найти корреляции между рядом параметров, определяемых химическим способом, и параметрами спектральной модели лигнина и углеводов.

Найденные корреляции могут использоваться как альтернатива химическим методам исследований образцов для определения в них содержания остаточного лигнина, метоксильных групп, фенольных гидроксильных групп в остаточном лигнине, содержания глюкозы, глюкоуроновых кислот, ксилозы и других веществ непосредственно из спектра образца.

Полученные корреляции могут использоваться для предсказания содержания вышеупомянутых параметров.

Продолжение следует

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

ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

URAL FORUM

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

АВТОМАТИЗАЦИЯ ТИПОГРАФИЙ

Уважаемые коллеги,
оргкомитет уральского полиграфического форума, ивент-группа URALGROUP, администрация г. Екатеринбург и компании-партнеры приглашают вас принять участие в работе традиционного

VIII Зимнего Уральского полиграфического форума.

Форум пройдет **11-12 января 2018 г.** в здании Администрации г. Екатеринбург (семинары, круглые столы и ярмарка вакансий, 12 января) и УрФУ (научно-практическая конференция, 11 января).

Форум - уникальное мероприятие, которое объединяет на одной площадке практиков, вендоров, продавцов, специалистов, работодателей, студентов и вообще всех участников рекламно-полиграфического рынка Урала, Западной Сибири и отчасти центрального региона России.
Форум дает возможность высказаться и выслушать мнения специалистов в самых разных областях по вопросам, связанным с полиграфической технологией, управлением производством и IT в полиграфии и рекламе.
На форуме завязываются и поддерживаются контакты, устанавливаются деловые связи, заключаются контракты.
Форум призван объединять. Девиз форума - «Встреча друзей!»

Информацию по мероприятиям форума, расписание вы найдете на нашей страничке в ФБ.

Мы приглашаем все заинтересованные компании принять участие в докладах по тематике конференции, а также в оранизации круглых столов. Приветствуются практические кейсы, анализ рынка, примеры реальных систем и их внедрения. Видеоматериалы планируется выпустить отдельным клипом с возможностью размещения на сайтах партнеров, в соцсетях и т.п.
Посещение форума бесплатное, по предварительной регистрации. Организация семинаров и участие в банкете за дополнительную плату.
Регистрация через нашу страницу в ФБ или по адресам: di8@ya.ru / datarasov@ya.ru

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА NEXT

ВЫСТАВКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

12+ реклама

2018

10-13/04

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ДОМ ХУДОЖНИКА

КРЫМСКИЙ ВАЛ, 10

WWW.DESIGN-REKLAMA.RU

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ EXPO-PARK

printech

4-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПЕЧАТНОГО И РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

26–29 ИЮНЯ 2018

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Забронируйте стенд

printech-expo.ru

Организатор

ITE

Генеральный информационный партнер

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ