

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

№2 (118) март-апрель 2018

15

ярких лет

Тема номера: перспективы импортозамещения

printech

4-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

26-29 ИЮНЯ
2018

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Получите билет
printech-expo.ru

Организатор



Генеральный
информационный партнер

publish
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

Всесезонные голландские краски



ЭКОНОМИЧНОСТЬ



НАДЕЖНОСТЬ



ТОЧНОСТЬ



СКОРОСТЬ



СЕРВИС

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

телефон: **+7 (343) 312 1210**



www.yam.ru



Дорогие друзья!

Если разобрать 15 лет по крупницам, не хватит и целого номера, чтобы рассказать все яркие моменты, вспомнить каждого, кто внес свой вклад в развитие журнала. Коллеги, в честь праздника вы – гости номера. Благодаря вам издание развивается. Выражаем теплое, искреннее, дружеское спасибо, продолжим встречаться на страницах журнала.

Отлично, когда со страниц наше профессиональное общение переходит в живое. Мы всегда рады обсудить ситуацию отрасли лично. Одна из последних встреч – со Стефаном Валуишким, генеральным директором компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ». В компании полиграфистов мы обсуждали текущие вопросы и пути решения. Затронули и вопрос форумов. Безусловно, проводить их нужно, это позволяет быть в курсе событий и обмениваться опытом. Во время общения мы пришли к выводу, что такие встречи – это тоже форумы, согласны? Желаем вам активных дискуссий, интересного общения и профессиональных споров. Как говорится, в спорах рождается истина.

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

Учредитель: ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л.С. **Журналист:** Семейкина М.В., Ушакова М.А. **Дизайн и верстка:** Кузнецов Г.М. **Корректура:** Власюк Т.Я., Семейкина М.В. **Адрес редакции и издателя:** 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. **Телефон редакции:** (343) 286-17-44, e-mail: ural-pb@yandex.ru, сайт: www.ural-pb.ru. Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №2 (118) март-апрель 2018. **Подписано в печать:** 23.04.2018. **Выход в свет:** 27.04.2018. **Печать:** типография «ДАММИ» (г. Курган, пр. Машиностроителей, 13А). **Тираж:** печатная версия — 1000 экз., электронная рассылка — 17 000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. © 2018 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».



16+

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 4** Mimaki UCJV150-160 – плоттер нового поколения
- 6** Типография «ДАММИ» модернизировала парк оборудования
- 9** Совещание в Администрации города
- 10** Выставки «Бизнес-сувениры. Заказная программа», «ДИЗАЙН И РЕКЛАМА NEXT»
- 12** Семинар «Полиграфия будущего»
- 14** Новая цифровая машина Versafire EV
- 16** Самые быстрые ЦПМ Ose VarioPrint 6000 TITAN

АКТУАЛЬНО

- 32** Как WEB2PRINT помогает продавать
- 34** Переработка отходов

ЮБИЛЕЙ

- 20** 15 лет журналу «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»
- 24** 15 лет кафедре полиграфии УрФУ

ТЕМА НОМЕРА

- 17** Импортозамещение в отрасли
- 26** Как вести группу в соцсети?
- 29** Семинары: повышение квалификации?

БЛИЦ-ОПРОС

- 28** Как компании выбирают типографии?

ОБОРУДОВАНИЕ

- 36** Обзор интересных новинок
- 38** Универсальное оборудование для рекламно-производственных компаний
- 40** Цветные широкоформатные аппараты серии KIP
- 42** В типографии «Артес» установлена новая печатная машина RMGT 790ST-4

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

- 44** Специальная бумага для цифровой лазерной печати
- 46** Кейс станции смешения «хубергруп РУС» в Екатеринбурге

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

Екатеринбург		
Бригантина	ул. Шварца, 2/1	(343) 286-17-44
Гейдельберг-СНГ	ул. Блюхера, 88, оф. 304	(343) 271-24-44
Гельветика-Урал	ул. Маяковского, 2А	(343) 287-60-60
Графические системы	пер. Трактористов, 4	(343) 28-601-28
Дубль В («Мир бумаги»)	ул. Мамина-Сибиряка, 85, оф. 1	(343) 301-20-05
Европапир	ул. Хомякова, 17	(343) 376-81-41
Интернет-склад подарков	ул. Решетникова, 22А, оф. 201	(343) 247-85-76
Мега-Риф	ул. Гурзуфская, 48Е	(343) 379-26-14
ОктоПринт Сервис	ул. Цвиллинга, д. 7Ч, оф. 201	(343) 243-52-16
Папирус-Столица	ул. Чернышевского, 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 (Урал)	ул. Московская, 54, оф. 101	(343) 312-12-10
Челябинск		
Дубль В	Комсомольский проспект, 10	(351) 210-21-71
РЕКПОЛ	ул. Лесопарковая, 7, к. 2, оф. 301	(351) 734-98-98
Тюмень		
Полиграфмаркет	ул. Мельникайте, 106, оф. 106, 107	(3452) 61-83-05
Курган		
ДАММИ	пр. Машиностроителей, 13А	(3522) 25-55-40



KONICA MINOLTA

ВЫ

ХОТИТЕ ОРГАНИЗОВАТЬ
ПРИБЫЛЬНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО
МАЛОТИРАЖНОЙ
ЭТИКЕТКИ

МЫ

ПРЕДЛАГАЕМ ЭФФЕКТИВНЫЕ
РЕШЕНИЯ ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОЙ
ПЕЧАТИ КОРОТКИХ ТИРАЖЕЙ



ЗАРБАТЫВАЙТЕ НА КОРОТКИХ ТИРАЖАХ ЭТИКЕТКИ с AccurioLabel 190

Рулонная ЦПМ AccurioLabel 190 — это эффективная работа с короткими тиражами и сокращение времени выполнения заданий, оперативное изготовление вариативной и персонализированной продукции.

- Низкие инвестиции для входа на рынок производства самоклеящейся этикетки
- Отсутствие предварительного праймирования материалов для печати
- Высокая адгезия тонера, стойкость к выцветанию и механическим воздействиям
- In-line интеграция с цифровыми и традиционными линиями финишной отделки

<http://industrial.konicaminolta.ru>

Mimaki UCJV150-160 – плоттер нового поколения



Компания «Мимаки-Урал» впервые в Екатеринбурге представила универсальный УФ-плоттер Mimaki UCJV150-160. Презентация проходила в формате шоу-рума с 27 февраля по 7 марта. Плоттер Mimaki нового поколения UCJV150-160 представляет собой многофункциональный струйный рулонный УФ-плоттер на светодиодных источниках с совмещенными функциями печати и резки.

Плоттер печатает в экономичной четырехцветной конфигурации, отличается высоким качеством печати и контурной резки, а также имеет отличные эксплуатационные характеристики. В машину добавлена функция контурной резки с применением штрихкодов, что существенно сокращает работу оператора. Модель UCJV150-160 ориентирована на повышение эффективности работ, оперативность выполнения заказов и поддержку чистоты окружающей среды. Она дополняет линейку оборудования Mimaki для рекламного, упаковочного, интерьерного и других сегментов рынка, плоттер расширяет возможности полноцветной широкоформатной печати и позволяет производителям мгновенно реагировать на запросы заказчиков.

Неделя презентации Mimaki UCJV150-160 оказалась очень насыщенной. Юрий Третьяк, коммерческий директор компании «Мимаки-Урал», отметил высокий интерес Уральского рынка к новой модели машины. По его словам, это оборудование нового поколения, которое способно поднять

компании на более высокий уровень работ.

На открытии презентации оборудования Вадим Сухарь, ведущий сервис-инженер компании «РуссКом-Графикс» (Москва) консультировал участников и отвечал на все возникающие вопросы по работе машины. «Данная модель является новинкой на рынке, – подчеркнул Вадим Сухарь. – В конце 2017 года она была представлена в демонстрационном зале в Москве. УФ-оборудование компании Mimaki зарекомендовало себя на рынке как надежное, и данная модель оказалась одной из самых ожидаемых. Как мы и прогнозировали, полиграфисты уже с первых дней демонстрации проявили к ней активный интерес».

На презентации плоттера консультацию специалистов получили не только полиграфисты Екатеринбурга, но и других Уральских городов (представители мебельных фабрик Кургана, Первоуральска и других). Участники смогли протестировать печать на различных материалах, в том числе и на сложных: коже, крафт-бумаге, бумаге ВХИ (80 грамм), световозвращающей

пленке 3М, ПВХ-пленке, которая активно применяется в мебельной отрасли. Таким образом, у компаний появилась возможность рассматривать изготовление флагов, текстильных баннеров и POS-материалов в качестве развития нового направления бизнеса. Алексей Старек, директор компании «Альтаир» (Первоуральск), также протестировал оборудование и отметил новые возможности для развития мебельного производства.

«Если появляются пожелания по усовершенствованию моделей, всегда есть возможность связаться с разработчиками в Японии и обсудить это, – добавил Вадим Сухарь. – Во время моего обучения в штаб-квартире Mimaki в Амстердаме рекомендации группы инженеров по данному оборудованию были учтены, и рынок увидел уже усовершенствованную модель».

Результаты многочисленных тестирований продемонстрировали высокое качество отпечатанного изображения. Под воздействием высоких температур положительно проявили себя гибкие УФ-чернила LUS-170. Благодаря особенностям УФ-чернил мгновенно полимеризоваться под действием УФ-излучения даже при максимальной скорости печати нет необходимости сушить отпечаток. Отметим, что расход чернил на данной модели оказался в 2 раза меньше по сравнению с другими УФ-принтерами. LUS-170 – экологически безопасные эластичные УФ-чернила Mimaki но-



вого поколения. Они практически не выделяют опасных летучих органических соединений и полимеризуются без применения источников опасного коротковолнового УФ-излучения. Чернила LUS-170 желтого цвета не содержат никеля, который входит в состав большинства обычных желтых чернил. LUS-170 имеют престижный сертификат GREENGUARD GOLD. В сертификации GREENGUARD GOLD применяются наиболее строгие критерии оценки и учитываются те факторы безопасности, которые позволяют гарантировать соответствие продукции требованиям, установленным для образовательных и медицинских учреждений.

Благодаря функции e-mail-оповещения через интерфейс Ethernet 1000 BASE-T информация о статусе плоттера Mimaki UCJV150 посылается на установленный адрес электронной почты. Оператор находится в курсе работы и получает уведомление о начале и завершении задания, неожиданной остановке печати вследствие понижения уровня чернил до критического, нехватки материала.

Вадим Сухарь отметил, что Уральский рынок сегодня проявляет активный интерес к данному оборудованию. Производство обоев, печать холстов, реклама, пленки-самоклейки, баннеры – это лишь небольшой список сфер использования UCJV150-160.

Каждый из присутствующих имел возможность изучить оборудование и протестировать машину в работе.

«Результаты тестирования вполне достойные, – рассказал Вадим Сухарь. – Возьмем, для примера, глянецовую фотобумагу. Она имеет гляцевое покрытие, чернила после полимеризации становятся матовыми. Соответственно, при меньшей заливке чернил прослеживается совокупность матового и глянцевого покрытия и получается очень интересный и красивый эффект. Данное оборудование имеет широкие сферы применения и подходит для печати практически на всех рулонных материалах».

Святослав Бармин, директор компании «Студия Бармин», одной из ведущих компаний по изготовлению фресок и фотообоев, также оценил качество работы UCJV150-160. По его словам, данная модель превосходит оборудование, которое сейчас использует компания. Результат отпечатка выглядит более ярким и четким. Владимир Петров, руководитель студии LVL-PHOTO, отметил, что в своем сегменте машина занимает достойный уровень, соответствует соотношению цена/качество, что особенно важно для изготовления обоев и фресок. Качественным отпечаткам и прозрачным чернилам дал свою оценку и Евгений Шутров, директор компании «Пульсар». Компания специализируется на световозвращающих материалах и технических средствах организации дорожного движения.

«Как известно, тенденция развития эко-направления, в том числе и в печати, набирает популярность, и Уральский рынок готов к переходу на более экологичные материалы», – подвел итог Вадим Сухарь.

Также на рынок вышла машина UCJV300-160 с двумя печатными головами и с двойной цветовой схемой печати SMYK + SMYK и CMYK LcLmW, которая позволяет осуществлять четырехслойную печать и создание уникальной графики «день/ночь». Такой эффект применяется для световых коробов и бэклитов в наружной рекламе. Предполагается возможность печати в четыре слоя для создания уникальной продукции, что выгодно отличает машину от других моделей. Четырехслойная печать, например, цвет + черный + белый + цвет, реализованная в UCJV300-160, позволяет дизайнерам создавать в отдельных слоях трансформируемое изображение для прозрачных и подсвечиваемых поверхностей. Таким образом, у типографий появилась возможность предлагать уникальную продукцию: изображение меняется при изменении источника освещения. Новая услуга вызовет большой интерес заказчиков и повышение прибыли при снижении эксплуатационных расходов и времени печати тиража.

«Стоит отметить, что если производится печать на материал, который требует ламинирования, нет необходимости досушивать краски, после печати материал готов к использованию. Мгновенная готовность отпечатков к постпечатным действиям повышает производительность и сокращает сроки выполнения заказов», – добавил Вадим Сухарь.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Качество ДАММИнирует Типография «ДАММИ» в Кургане модернизировала парк оборудования



Типография «ДАММИ» существует на полиграфическом рынке с 1993 года. Филиалы компании «Печатный двор», «Печатный мир», «Дом печати» оснащены современными моделями: RicohPro 5200, монохромное МФУ Ricoh MP 4055SP, широкоформатное цветное МФУ Ricoh CW2201SP. Модернизация парка оборудования совпала с юбилеем компании – 25 лет. Два таких значимых события не могли остаться незамеченными, в честь нового шага вперед типография «ДАММИ» пригласила коллег, партнеров и заказчиков на презентацию обновленного парка оборудования.

Это событие по праву можно назвать значимым для Зауралья. Сегодня типография «ДАММИ» единственная в Кургане имеет в своем арсенале высокотехнологичное печатное и постпечатное оборудование, способное реализовать ранее недоступные идеи печати. Без преувеличения можно смело заявить, что на территории Кургана и Курганской области в направлении печати на сложных материалах лед тронулся. Такой технологичный рост, безусловно, греет душу как горожанам, так и самим сотрудникам типографий.

Наталья Гаврилова, администратор филиала «Печатный мир», рассказала: «Мы, безусловно, рады процветанию. Новое оборудование предоставляет нам еще более высокое

качество и уникальные возможности для производства продукции – это радость и для операторов, и для дизайнеров, которым теперь есть где проявить свой полет фантазии. Потенциальные клиенты досконально изучают предложения типографий города. Например, представитель одной компании отпечатал образцы заказа во всех типографиях и только после этого сделал выбор на филиал «Печатный мир». Модернизация производства – это шаг в современное, технологичное будущее. Мы идем в ногу со временем и даже опережаем его».

Инсталляцию оборудования, обучение сотрудников, а также сервисную поддержку оказывает компания «Графические системы». **Сергей Петухов, директор типогра-**

фии «ДАММИ», отметил: «Нам был необходим прорыв. После проведения детального анализа рынка пришли к выводу, что оборудование Ricoh – самое качественное и передовое. Для нас доверие – важный фактор, именно поэтому ключевую роль в обновлении парка оборудования сыграла компания «Графические системы», которой мы доверяем уже многие годы. **Сергей Бакшиш, генеральный директор компании «Графические системы»**, прокомментировал: «Это действительно масштабное переоснащение. Установка всей линейки оборудования знаковая не только для типографии «ДАММИ», но и для на-

тине приобретение специального конверта для ветхих документов – важно бережно относиться к архивам, истории. Модернизация оборудования повлияла и на стоимость печати – она существенно снизилась».

Оборудование в типографиях уже работает в полном масштабе. По словам сотрудников, появилось все больше довольных покупателей. «В книге отзывов отмечают высокий профессионализм сотрудников, нестандартный подход к решению задач, – поделилась **Ольга Кретинина, администратор филиала «Печатный двор»**. – Одному из наших постоянных заказчиков мы разрабатывали

нас трудятся профессионалы высокого класса, которые в совершенстве владеют технологиями. Так совпало, что нашим первым оборудованием был копировальный аппарат Ricoh M5. Спустя 25 лет звезды сошлись, и мы вновь обратили внимание на этот бренд. На данном этапе мы сочли, что самое высокотехнологичное оборудование предлагает только компания Ricoh Rus».

Модернизация оборудования – подарок не только сотрудникам типографии, но и городу. Теперь у Курган есть шанс повысить уровень печатных технологий региона на новую ступень. С таким серьезным событи-



шей компании. Имея большой опыт со многими цифровыми вендорами, мы остановили свой выбор на компании Ricoh. Это мобильная, инновационная компания. Машины Ricoh уникальные, мы открываем перед типографией большой спектр возможностей».

«Наши заказчики делают панорамную съемку, и им оказалась очень интересна печать баннеров в новом формате, который мы теперь можем им предложить. При этом качество фотографии остается высоким, – подчеркнула **Алена Урванцева, администратор филиала «Дом печати»**. – В числе наших клиентов владельцы кафе и ресторанов, они заказывают цветную печать на салфетках для подносов. Востребована и необычная печать на дизайнерской, фактурной бумаге. Если раньше на крафт-бумаге мы печатали только черно-белым, теперь предлагаем заказчикам и цветную печать. Когда заказчик доволен, его аппетиты растут. Становится востребованной печать на широкоформатном оборудовании. Активно печатаем карты Курганской области, афиши для филармонии. Мы не останавливаемся на достигнутом, в перспек-

дизайн с нуля. Новое оборудование способно печатать не только на бумаге, но и на пленке, фактурном картоне. Это открывает перед заказчиком новые возможности представлять продукцию на рынке. Например, Курганская филармония, наш постоянный заказчик, ценит небанальные идеи, поэтому мы вместе продумываем всевозможные эксклюзивные нестандартные варианты. В перспективе широкоформатные каталоги, например, для выпускников школ, колледжей и вузов. Кроме того мы оценили, что с приобретенным оборудованием значительно повышается производительность труда».

Гордость и радость сотрудников компании передана участникам презентации. Как результат – демонстрация обновленного парка оборудования состоялась в теплой атмосфере. **Сергей Петухов** рассказал: «На протяжении 25 лет работы для нашей компании всегда был важен подбор профессиональных кадров, создание качественных рабочих мест и атмосферы. Безусловно, любая техника не может работать без профессионального коллектива. С гордостью отмечу, что у

ем сотрудников и гостей презентации поздравил лично **Константин Клейн, генеральный директор компании Ricoh Rus (Москва)**. «Формально типографию «ДАММИ» следует называть нашим заказчиком, – отметил Константин Клейн. – Но с самого начала наши отношения стали развиваться под несколько другим углом. Это намного более доверительные и долгосрочные партнерские отношения. Очень рад, что теперь у типографии появилось еще больше возможностей постоянно удивлять клиентов. Благодаря оборудованию Ricoh типография может в полной мере раскрыть свой потенциал и предложить новый уровень цены, качества и сроков выполнения заказа. Для производителя оборудования большое счастье – видеть момент, когда продукция попадает в те руки, в каких может расцвести, производить даже больше, чем изначально планировали работчики. Компания «ДАММИ» сделала большой шаг, чтобы упрочить свое технологически-инновационное лидерство. 25 лет – возраст для типографии солидный, новая история «ДАММИ» только начинается».

На презентацию были приглашены

постоянные заказчики типографий. **Михаил Рычков, директор Курганского областного музыкального колледжа им. Д.Д. Шостаковича**, в поздравительном слове подчеркнул: «Очень важно в жизни найти свою вещь, свою половинку, особенно это касается бизнес-партнерства. С типографией «ДАММИ» мы сотрудничаем с 2014 года. Все это время для нас, как для заказчиков, основополагающим было именно качество. На базе нашего колледжа проводится множество крупных событий областного и общероссийского масштаба, поэтому всегда стараемся работать на высоком уровне. Приятно наблюдать, когда иногородние гости внимательно изучают полиграфию и отмечают качество ее исполнения». В этот день слова благодарности звучали в унисон. «Огром-

ное спасибо за профессионализм, за доброе отношение. Считаем «ДАММИ» своими друзьями, – отметила **Виктория Сергеева, заведующая рекламно-информационным отделом Курганской областной филармонии**. – «Мы проводим фестивали, в которых принимают участие представители не только из России, но и из-за рубежа. Для нас важно, чтобы качество было на высоте. Не менее важно и отношение к нам как к заказчику при разработке афиш, программ и плакатов. Приятно, что в «ДАММИ» нас всегда встречают с улыбкой, как дорогого гостя, родного человека». **Ирина Чалина, управляющая бизнес-отелем «Космос»** подчеркнула, что в типографии «ДАММИ» действительно заботятся о каждом заказчике. «Чувствуется отношение компании к клиентам,

уходишь от них с хорошим настроением, – рассказала Ирина Чалина. – С типографией «ДАММИ» сотрудничаем уже 17 лет. Отдельно отмечу главного дизайнера Петра Булатова, считаю его лучшим дизайнером Кургана». По словам **Петра Булатова, главного дизайнера типографии «ДАММИ»**, компания всегда была нацелена на качество, доступность и оперативность. «Заказчики требуют новое, и мы к этому готовы, – подчеркнул Петр Булатов. – Мы обратились к компании Ricoh Rus, которая подарила возможность реализовать все эти качества. Наши принципы – любой размер, любого цвета, на любом материале, от одного экземпляра, за минимальное время, по доступным ценам».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

ТИПОГРАФИЯ **ДАММИ**

г. Курган, пр. Машиностроителей, 13А
т/ф (3522) 255-540, 255-545
e-mail: econom@dammy.ru, sales@dammy.ru

ПЕЧАТНЫЙ
ТВОРЧЕСТВО

г. Курган, ул. Гоголя, 16
тел. (3522) 225-571, 225-572
pd@dammy.ru

Дом ПЕЧАТИ

г. Курган, ул. Гоголя, 87
тел. (3522) 600-590, 600-591
dp@dammy.ru

ПЕЧАТНЫЙ
МИР

г. Курган, ул. К.Мякотина, 91А
тел. (3522) 600-593
pm@dammy.ru

RICOH Pro C5200s / C5210s

УСПЕШНЫЙ СТАРТ
ВАШЕГО БИЗНЕСА!



КОМПАКТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

СТАБИЛЬНАЯ ПЕЧАТЬ НА БУМАГАХ ПЛОТНОСТЬЮ ДО 300 Г/М²

БЕДРОЧЕВЫЕ ПЕЧАТЬ ПО ТЕКСТУРНЫМ МАТЕРИАЛАМ

НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ ВЛАДЕНИЯ

RICOH
imagine. change.
ricoh.ru | ricohforyou.ru

На повестке дня новости и проблемы полиграфии

Традиционное совещание по полиграфической отрасли состоялось в Администрации города Екатеринбурга 5 апреля. В обсуждении приняли участие представители типографий, копицентров и других полиграфических компаний.



Как известно, в связи с проведением Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 Екатеринбург принял на себя обязательства по защите бренда. Алиса Ярмухамитова, заместитель председателя Комитета по общероссийским и значимым мероприятиям Администрации города Екатеринбурга рассказала о подготовке к Чемпионату мира по футболу, в частности, какие мероприятия проводятся в рамках защиты бренда FIFA. Вопросы контрафакта, реализации продукции с символикой, печати изображений, связанных с Чемпионатом мира, заключение договора с сублицензиатом вызвали бурное обсуждение со стороны полиграфистов. Для того чтобы грамотно организовать работу компании и не столкнуться с негативными последствиями, необходимо обратиться к установленным правилам. На сайте агентства интеллектуальной собственности ais-agency.ru опубликовано руководство по использованию официальной символики FIFA, полный список товарных знаков и информационные материалы, список партнеров и спонсоров Чемпионата, а также список официальных лицензиатов и сублицензиатов. Проведение такого масштабного мероприятия накладывает на специалистов отрасли и другие обязательства. Для комфортного обслуживания следует разместить прайс на иностранных языках (это английский, французский, немецкий, испанский языки) и по возможности подготовить сотрудников к вероятному и ожидаемому визиту зарубежных гостей.

В продолжение совещания была освещена текущая ситуация полиграфических предприятий Екатеринбурга. Эволюционное развитие цифровых печатающих устройств

привело к размыванию границы, отделяющей полиграфию оперативную от классической. Галина Андреева, главный специалист Комитета по организации бытового обслуживания населения Администрации Екатеринбурга представила информацию по организации работы копировальных центров. Как показывает статистика по Екатеринбургу, самое большое количество копировальных центров находится в Ленинском – 29, наименьшее в Верх-Исетском – 12. Стремясь к повышению конкурентоспособности, действующие копицентры вкладывают средства в модернизацию производства и расширение спектра предлагаемых услуг. Новым предприятиям внедриться сложно: рынок насыщен предложениями услуг низкого (где исключительно услуга копирования) и среднего уровня. Для выхода на высокий уровень требуются инвестиции, которые может себе позволить далеко не каждая молодая фирма. Продолжила комментировать ситуацию на рынке Валерия Петруха, главный специалист Комитета по организации бытового обслуживания населения Администрации Екатеринбурга, доклад коснулся вопросов организации работы типографий. По словам специалиста, на территории Екатеринбурга функционирует 98 типографий. Самое большое количество – 38 – зафиксировано в Октябрьском районе, наименьшее – 2 – в Орджоникидзевском. В 2017 году цены на услуги типографий выросли от 10 до 30%. За последний год наблюдалось сокращение объема заказа сувенирной продукции (за исключением праздников). Объем услуг вырос в целом на 5%, сокращения кадров не наблюдалось. Среди развиваю-

щихся видов услуг специалисты отметили широкоформатную печать (плакаты, афиши, баннеры), брендование автомобилей, оформление мероприятий (навигационно-информационные указатели, стенды), интерьерную и 3D-печать.

На совещании уделили внимание проблемам отрасли. Среди них сокращение спроса на полиграфическую и сувенирную продукцию корпоративными заказчиками в связи с сокращением расходов и закрытием предприятий, зависимость от импорта, отсутствие материалов и оборудования отечественного производства, рост цен на оборудование и расходные материалы, и как следствие, увеличение конечной стоимости полиграфических услуг.

Кроме представителей Администрации с докладами выступили специалисты полиграфической отрасли. Александр Фролов, директор «ЮТи-Сервис», рассказал о деятельности сервисного центра по обслуживанию оргтехники. Андрей Тягунов и Дмитрий Тарасов, организаторы Уральского полиграфического форума, подвели итоги VIII зимнего Уральского полиграфического форума, поделились планами IV летнего Уральского полиграфического форума, который состоится 1 июня, и анонсировали конкурс «Уральский печатник».

В ближайших планах полиграфистов – проведение летнего полиграфического форума 1 июня, а также в первых числах июня при организационной поддержке отраслевого Комитета Администрации города – выездное мероприятие с целью обмена опытом работы на ведущие предприятия города Челябинска.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

24-ая выставка «ДИЗАЙН И РЕКЛАМА NEXT»

Экспертный совет «Дизайн и Реклама NEXT» оценил стенды участников выставки. Дипломами за лучшее оформление стендов были награждены компании TTG, VITRINA A, ПРИМОГРАФИЯ, СВЕТОФОР, BRAND-DIRECT GROUP, ЭКСПОИНТ, CMS, LBL MARKETING PRODUCTION, LINIAGRAFIC, ДЕКА, INELDISPLAY,

За четыре дня работы выставку посетили 7100 специалистов, участие приняли 206 компаний из России, стран СНГ, Европы и Китая – экспонентов, участников деловой программы и различных конкурсов.

прошли на пяти бизнес-площадках. Наибольший интерес вызвали блоки дизайна, ритейла и DIGITAL.

На выставке работало Digital Café «Жаворонки & Совы», демонстрирующее передовые циф-



ЭНТУЗИАСТ РЕКЛАМА, RICH LED, POPAI Russia. Яркостью стендов и разнообразием сувенирной и подарочной продукции отличилась бутик-выставка «Премьер Лига», организованная при поддержке АКАР и НАРСИ.

Работы участников конкурса POPAI Russia Awards не оставили равнодушными посетителей выставки и профессиональное жюри.

Международный форум «Маркетинг в ритейле» и 114 мероприятий деловой программы успешно

12 апреля состоялось торжественное награждение победителей Международного конкурса праздничного, событийного и среднего дизайна – компаний S.O.S. DECORACE (Чехия), Молл Маркетинг, Multidecor (Польша), Wowhaus. Были награждены победители конкурса теле- и кинорекламы «25каДР»: REFLEX FILM, Action Film Production, PostPro18 Studio, FAZA Productoin, PARK PRODUCTION, NeoCORN Production.

ровые решения, посетители могли оценить digital технологии в зоне Тренд-шоу, на стендах компаний проводились различные конкурсы, мастер-классы и розыгрыши.

Кроме того были представлены вниманию аудитории исключительные экспозиции лучших дизайнерских школ, а также коллекция польского и чехословацкого дизайна 60-х годов.

*По материалам
пресс-службы выставки*



Как сделать оригинальный подарок и защитить свои данные



Выставка «Бизнес-сувениры. Заказная программа» состоялась в Екатеринбурге 11 и 12 апреля в центре архитектуры и дизайна. Это самая крупная специализированная выставка в России за пределами Москвы. 25 поставщиков и производителей бизнес-сувениров из Китая, Европы и России собрались на одной площадке для того, чтобы представить екатеринбуржцам больше тысячи новинок индустрии.

За два дня выставку посетило больше 250 человек, в том числе представители крупных промышленных предприятий города (Уралвагонзавод, Уралмаш, Уралтрансмаш и других), правительственных учреждений, банков, малого и среднего бизнеса. Гости выставки смогли изучить образцы готовых сувенирных наборов, подарков под заказ, наградной продукции, протокольных и VIP-подарков. Особый интерес гостей вызвали всевозможные аксессуары для гаджетов, сувениры, направленные на защиту личных данных и банковских карт, а также необычные дизайнерские решения стандартных вещей, например зонт «наоборот» или кошелек со встроенным зарядным устройством.

В рамках выставки Игорь Чижов, директор ГК «Прагматика»,

вручил экс-руководителю НПО «Автоматики» Леониду Шалимову подарок ко Дню космонавтики.

Параллельно с выставкой в рамках XIII научно-промышленного форума «Техническое перевооружение машиностроительных предприятий России» также состоялась конференция «Промышленный дизайн». Представители предприятий и ученые продемонстрировали свое видение современного промышленного дизайна, обсудили пути решения задач, направленные на повышение квалификации сотрудников отделов развития, маркетинга, дизайна, рекламы промышленно-производственных предприятий УрФО.

По материалам компании «Прагматика»



В ногу со временем



Организаторами выступили компании «ОктоПринт Сервис», «хубергрупп РУС», ТД «Папирус-Столица», «КБА РУС», Херох и «Монди».

Елена Ютишева, региональный представитель компании «КБА» в ЮФО, рассказала о последних технических и технологических разра-

В день космонавтики, 12 апреля, состоялся семинар «Полиграфия будущего». Дата проведения была выбрана неслучайно: получилось символично. Полиграфия со скоростью ракеты стремится познать новые горизонты, впереди неосвоенные планеты. На семинаре полиграфисты доказали, что такие масштабы им по силу.

ботки и необходимость стандартизации технологических процессов. Мы можем предложить комплекс, где каждая шестеренка работает согласованно с остальными».

Вячеслав Дорохин, технолог компании «ОктоПринт Сервис», рассказал о возможностях станции смешения в Екатеринбурге. Типографии «Астра», «МаксЕ», «Фабрика цвета», «Астер», «Юнисофт-Принт» «Тюменский дом печати» – актив-

зуются подобные проекты, о месте цифровой печати в полиграфии сегодня, прогнозе развития мирового полиграфического рынка. Речь зашла также и об уровне автоматизации ЦПМ Херох, что особенно актуально сегодня. В своем выступлении Алексей проанализировал и ситуацию в современном книгоиздании.

Расходные материалы – топливо компаний, без которых далеко «не улетишь». Без качественных мате-



риалов не добиться космических результатов. Так, актуальными оказались доклады Татьяны Сорокиной, директора по региональным продажам ТД «Папирус-Столица» (Москва) и Дениса Горбунова, руководителя отделения ТД «Папирус-Столица» в Уральском регионе, об ассортименте и качестве бумаг, представляемых на российском полиграфическом рынке. Татьяна Арпа, ведущий технолог компании «Монди» (Сыктывкар), выступила с докладом о материалах для гибридной печати. Герард Цукунфт представил направление клеевых материалов в компании «ОктоПринт Сервис» и объяснил типичные проблемы и пути решения.



ные заказчики станции смешения были награждены дипломами.

Спикер Дмитрий Виноградов, торговый представитель отдела оборудования компании «ОктоПринт Сервис», осветил вопросы использования плоттеров Zund в разных сегментах рынка. Он отметил, что совсем недавно для бумажной упаковки было нереальным сделать отделку печатных оттисков на коротких тиражах и остаться в прибыли. Алексей Агарков, менеджер по маркетингу компании Херох, также искал ответ на поставленную задачу: какой будет полиграфия будущего? Рассказал о трендах развития цифровой печати, примерах, где и как реали-





Юрий Лифанов, генеральный директор ЗАО «Прайм Принт Челябинск» в полиграфической отрасли всего полгода. За плечами более чем двадцатилетний опыт издательской работы, но для типографий всегда был клиентом. «Сейчас впитываю в себя все богатство и многообразие мира полиграфии. Фактически семинар стал моим первым выходом в профессиональное сообщество полиграфистов Урала. Знакомство с ключевыми представителями отрасли, неформальное общение, расширение профессионального кругозора, – отметил Юрий Лифанов. – Неизгладимое впечатление осталось от презентаций, посвященных технологическим новинкам и инновационным прорывам. Конечно, оборудование Херох не очень вписывается в газетное производство, в частности, нашей типографии, но это действительно «полиграфия будущего». Более близкими для нашего производства оказались доклады компаний «ОктоПринт Сервис» и «Мон-

ди», но и здесь я для себя отметил, что с такими подходами будущее у газетной полиграфии однозначно есть», – поделился Юрий Лифанов.

Максим Пасютин, директор типографии «ПрессА» (Березники), подчеркнул, что семинар, безусловно, получился полезным: «Мы с коллегами уже отметили для себя задачи на ближайшее будущее, скорректировали стратегию компании. Интересно было узнать цифры про «цифру» и лишний раз убедиться в верно выбранном направлении развития. Но самое ценное – это нетворкинг. Знакомства, разговоры, даже переговоры – всего этого могло и не быть без семинара».

Андрей Максименко, начальник производства типографии «МаксЕ» также оценил пользу от общения с коллегами и ценные данные из докладов: «Благодаря представителям бумажной отрасли более подробно изучил поэтапно весь процесс производства бумаги. Особенно интересным для меня стало выступление Алексея Агаркова, который аргументированно объяс-

нил тенденции будущего в сегменте цифровой печати. Считаю, что такие семинары должны проводиться чаще, хочется больше слышать как поставщиков, так и технологов, услышать предложения решений проблем, которые у всех на слуху».

По окончании семинара все участники были приглашены на дружеский турнир по боулингу. Призеры турнира награждены сертификатами на расходные материалы, поставляемые организаторами.

Призеры боулинга:

1 место – Вячеслав Ломаев, «Адекс-Принт»

2 место – Дмитрий Тарасов, Кафедра полиграфии УрФУ

3 место – Алексей Першуков, «Фабрика Цвета».

Маргарита СЕМЕЙКИНА



Heidelberg представляет: новая цифровая машина Versafire EV открывает дополнительные перспективы для производства и бизнеса



Действуя в интересах клиентов и отвечая на потребности рынка, компания Heidelberg Druckmaschinen AG (Heidelberg) расширяет линейку цифровых машин Versafire и предлагает новую модель Versafire EV (Electrophotography & Versatility, «Электрография и универсальность»). Это по-настоящему разносторонняя цифровая система, которую могут эксплуатировать как начинающие, так и опытные производители полиграфии. «Versafire EV – цифровая машина, которая благодаря своей гибкости идеально соответствует требованиям отрасли, способствует диверсификации и оптимизации, совершенствует цифровую бизнес-модель клиента», – объясняет Стефан Пленц (Stefan Plenz), член совета директоров Heidelberg, отвечающий за цифровые технологии.

На шаг впереди за счет спецэффектов



С новым тоном «невидимый красный» (invisible red) общее количество специальных цветов, которыми печатает Versafire EV, достигло пяти. Новый тонер наряду с другими – белым, прозрачным, неоновым желтым, неоновым розовым – предлагает дополнительные опции декора. При дневном свете тонер отличается легким глянцем, при УФ-освещении становится ярко-красным. Таким образом, его можно использовать как защиту печатной продукции от копиро-

вания, тонер подходит для производства ценных бумаг. Пять специальных цветов расширяют область применения машины, обеспечивая выпуск разнообразной продукции, например, люминесцентных постеров, приглашений, билетов, браслетов, рекламных проспектов, элементов защиты в полиграфии.

Белый тонер может быть нанесен первым, затем поверх него – CMYK. Таким образом, с помощью Versafire EV светящиеся изображения можно создавать на окрашенных поверхностях, достигая неожиданных эффектов. Там, где ранее требовалось несколько процессов, теперь достаточно одного.

Качество и точность

Новые функции автоматической калибровки и приводки повышают надежность, точность и качество. Измерение цвета и калибровка прямо в машине, непосредственно перед началом печати, гарантируют стабильный цвет в тираже. Благодаря разрешению, увеличенному до 2400x4800 dpi, достигается наивысшее качество.

Скорость выросла до 85 или 95 страниц/минуту. Versafire EV печатает на бумагах весом до 360 г/м². Более того, можно печатать баннеры длиной до 700 мм в двухстороннем и 1260 мм в одностороннем режиме.

Еще более тесная интеграция с помощью Prinect Digital Frontend

Уникальная управляющая система Prinect Digital Frontend (DFE), разработанная в Heidelberg, полностью интегрирует машину в существующий в типографии рабочий поток цифровой

и офсетной печати, ускоряет обработку переменных данных.

Новый сенсорный 17-дюймовый экран предоставляет удобный обзор всех данных, касающихся бумаги и машины, существенно облегчая процесс управления.

С середины прошлого года открыты курсы обучения эксплуатации Versafire, которые пользуются все большей популярностью. Проходя обучение, клиенты получают также программу Media Management Tool, с помощью которой можно настраивать машину в соответствии с типом запечатываемого материала. В интерфейсе программы используется помощник, упрощающий процедуру настройки. Все выполненные настройки можно сохранять, экспортировать и импортировать, загружать в другие машины Versafire.

Новые возможности раскрываются на испытаниях в JD Druck

Типография JD Druck (город Лаутербрах, земля Гессен) – идеальное место для испытаний новой машины. Компания, которой 125 лет, отличается высочайшим качеством печати и сервиса. Сегодня более 65 сотрудников этого предприятия с помощью цифровых и офсетных машины производят продукцию для известных агентств, промышленных компаний, издательств. Коммерческая печать – основная, однако, здесь печатают и небольшие партии упаковки, а также рекламные дисплеи. Территория обслуживания охватывает Германию, Австрию, Швейцарию, Люксембург. «Мы давно присутствуем в цифровом секторе. Я не сомневаюсь в перспек-



тивности малотиражной и персонализированной цифровой печати», – говорит управляющий директор Йорг Гетлихер (Jörg Göttlicher). Квалифицированный наборщик Йорг принял компанию от отца в 1991 году и с тех пор постоянно развивает ее. Особенно это заметно, если взглянуть на парк цифровых машин, среди которых есть разные модели Heidelberg Versafire. Испытания новой Versafire EV начались в конце января, и сейчас уже можно сравнивать ее эффективность с другими моделями. «Versafire EV ведет нас в правильном направлении. Прошло совсем немного времени, и мы наблюдаем отличные результаты», – утверждает Гетлихер. В ответ на вопрос, что именно ему понравилось больше всего, оператор Стефен Меллер (Steffen Möller) указал сразу на несколько пунктов: «Одно из удобных новшеств – самонаклад с откидным столом, который позволяет легко подавать бумагу для баннеров. Также большой экран диагональю 17 дюймов упрощает настройку». Кроме того, он доволен автоматизированной приводкой и стабильностью цвета, которую гаранти-

руют новые датчики. «Возможность печатать сначала белым – выше всяких похвал. Мы экономим целую операцию, получая великолепные эффекты на цветной бумаге», – с удовольствием рассказывает Гетлихер.

У JD Druck отличная репутация в цифровой печати. Компания заработала множество сертификатов от Почты Германии за услуги рассылки. «Мы верим в новейшие технологии и мотивированный персонал, гарантируем круглосуточный сервис через магазин B2B, быструю доставку, услуги логистики. Печатаем малые тиражи и персонализированную продукцию на цифровых машинах, крупные тиражи и сборные работы – на офсетных», – рассказывает Йорг. В печатном цеху работает 5-красочная офсетная машина Speedmaster XL 105 с лакировальной секцией, послепечатную обработку обеспечивают 4 фальцевальных машины Stahlfolder, ВШРА Stitmaster, две резальные машины Polar. Летом будет установлен высекальный пресс Easymatrix, что принесет больше добавленной стоимости и ускорит процессы.



О новых возможностях, которые предлагает Versafire EV, можно будет подробно узнать на европейской премьере машины, которая состоится 18 апреля 2018 года в городе Вислох-Вальдорфе. Для регистрации в качестве участника этого мероприятия пройдите по ссылке www.heidelberg.com/versafire-launch.

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ»

Новинка Saphira Ink Classic Speed – флагман в линейке экономичных красок для офсетной печати

Концерн Heidelberg постоянно расширяет ассортимент расходных материалов под собственным брендом Saphira. В начале 2018 года Центр расходных материалов «Гейдельберг-СНГ» (ЦРМ) предложил очередную новинку – серию красок для листового офсета Saphira Ink Classic Speed. Эта серия красок стандартной пигментации соответствует требованиям стандарта ISO 2846-1 и позволяет печатать в соответствии с ISO 12647-2.

Saphira Ink Classic Speed имеет ряд преимуществ. Например, снижение расхода краски, которое подтверждают сравнительные испытания с лучшими триадами красок известных производителей. В результате этих испытаний Saphira Ink Classic Speed показала высокие результаты по оптической плотности, что позволяло снизить расход краски на 5-10% в зависимости от используемых материалов.



Используя Saphira Ink Classic Speed, типографии могут экономить бумагу. За счет хороших раскатных свойств краска быстро стартует и снижает макулатурные отходы до минимума. Ускорить производственный процесс возможно за счет отличных свойств краски, которые она подтвердила при печати на больших скоростях на современных листовых офсетных печатных машинах.

Saphira Ink Classic Speed подходит для печати на широком спектре материалов. Прекрасно закрепляется на мелованных бумагах и картоне, подходит для немелованной бумаги. При-

менение новой серии красок позволяет не заменять и не корректировать краску при переходе с одной бумаги на другую и экономить до получаса на каждой смывке при смене краски.

Saphira Ink Classic Speed подходит для последующего лакирования водно-дисперсионными лаками, а также для автономного лакирования УФ-лаками без применения лака-праймера. Не требуются затраты на праймер и время лакирования сокращается вдвое.

Краска предлагается как в стандартной фасовке (жестяная банка 2,5 кг), так и в пластиковых картушах. Подробнее о преимуществах, а также технических характеристиках новой серии красок Saphira Ink Classic Speed узнайте на сайте heidelberg.ru или у специалистов компании «Гейдельберг-СНГ».

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ»

«НИССА ЦЕНТРУМ» представила самые быстрые ЦПМ Océ VarioPrint 6000 TITAN

Компания «НИССА ЦЕНТРУМ», авторизованный партнер Canon по ProPrint решениям, объявила о начале продаж новой серии монохромных цифровых печатных машин Océ VarioPrint 6180/6220/6270/6330 TITAN. ЦПМ Océ VarioPrint 6000 TITAN – самая быстрая в мире среди монохромных листовых цифровых печатных машин. Данная машина – дальнейшее развитие популярной серии Canon (OCE) VarioPrint 6000 Ultra+. Новые модели могут печатать с повышенной скоростью до 182/221/272/328 изображений формата А4 в минуту (97/118/146/171 формата А3 в минуту соответственно).

Océ VarioPrint 6000 TITAN – самая экологичная цифровая машина, имеет низкий уровень выделения озона, минимальную потерю тонера и минимальное выделение тепла. Возможность печати больших объемов в сочетании



с инновационными функциями и прочной конструкцией гарантируют первоклассную производительность. Максимальная нагрузка – до 2,5/5/8/10 млн страниц в месяц для каждой из моделей серии соответственно. Технология одновременной двусторонней печати Gemini обеспечивает практически идеальное совмещение лица с оборотом. Технологии CopyPress и ScreenPoint позволяют создавать четкие матовые отпечатки, практически неотличимые от офсетных. В Océ VarioPrint 6000 TITAN появились новые дополнительные воз-

можности: печать на материалах до 350x500мм и печать на тонких материалах от 45г/м². Océ VarioPrint 6000 TITAN предлагается в трех версиях: Standard, TP (транзакционная печать) и Magnetic Ink Character Recognition (MICR) для печати защищенной продукции. Машина обладает большим выбором послепечатных опций, в том числе для изготовления буклетов на скрепку, изданий бесшвейного скрепления, скрепления с пластиковыми пружинами и с трехсторонней обрезкой. Новая серия VarioPrint 6180/6220/6270/6330 TITAN имеет возможность функционировать в режиме 24/7. Возможен upgrade любой модели до более старшей в любой момент в ходе ее эксплуатации. Для этого достаточно приобрести временную или постоянную лицензию с более высокой скоростью.

По материалам компании «НИССА ЦЕНТРУМ»

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

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

Формный флексовал

Флексогильза Sleeves на «основе» производства «Формат»

Пассеважный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками

Вал для полиграфических машин

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

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

www.formatltd.ru

Импортозамещение: после печати

С точки зрения экспертов, российский полиграфический рынок сегодня находится в состоянии ожидания. Виной всему кризис и, как ни странно, отсутствие дефицита услуг. Да и санкции, конечно, сделали свое дело – в производственном плане отрасль серьезно покачнулась. Болевым вопросом, который был и остается на повестке дня, – это расходные материалы. То есть, то, что является составляющей линейки постпечатного производства. Полиграфисты настроены оптимистически. Эксперты: Алексей Осипов, генеральный директор компании «НОВОТРЕЙД-СПБ», Артем Кеблас, генеральный директор компании «Клейжелатинпром».



Алексей Осипов комментирует: «Если говорить о бумаге, то, на мой взгляд, рынок на 80% наполнен отечественным товаром. Если про краски и чернила, то здесь обратная ситуация. И изменений в лучшую сторону ждать пока не стоит – у нас нет предприятий по производству полиграфических красок».

«Хотя, можно начать работать и с тем, что есть, то есть, с российской продукцией, которая есть на рынке, – продолжает Алексей Осипов. – Но здесь возникает закономерный вопрос – как это повлияет на российскую полиграфию в целом? Нет ли опасений, что начнется производственный спад? Главные машины в полиграфии – печатные – не производятся в России. Мы выпускаем на данный момент только постпечатные машины. А вся печать в РФ на 100% выполняется на импортных машинах».

Компания «НОВОТРЕЙД-СПБ» начинала свою деятельность с импортного товарооборота. Сейчас, по истечении 5 лет, предприятие приближается к следующим показателям – 50% импортной продукции, 50% отечественной продукции. Причина, как поясняет генеральный директор, не в импортозамещении или высоких ценах импорта, а в повышении качества отечественных заменителей и на-

лаживании сотрудничества с российскими производителями. По словам Алексея Осипова, с каждым годом продукция отечественного производства становится все качественнее и изощреннее. Основным двигателем в этом направлении является, естественно, огромная конкуренция. Правда, совершенства такая продукция пока не достигла.

«Если бы это было в наших силах и возможностях, начали бы возрождение российского рынка с организации связей между заводом и подрядчиком, подрядчиком и поставщиком, – отмечает Алексей Осипов. – Как показывает практика, ни деньги, ни сроки производства, ни наличие нескольких поставщиков в обойме не дают гарантий бесперебойной и качественной работы».

Еще одна немаловажная деталь – клеевое производство. Но в этом направлении ситуация более стабильная. «Развивающаяся промышленность требует применения разнообразных материалов для переплетов. Если раньше использовали только бумагу и картон, то сейчас все большее значение приобретают синтетические материалы, которые требуют клеящих веществ с новыми свойствами», – объясняет Артем Кеблас, «Клейжелатинпром» выпускает весь спектр натуральных, так называемых «же-

латиновых» клеев, способный полностью закрыть потребность типографий в горячих клеях с рабочей температурой около 60 градусов. Клеи, которые производит компания, с успехом конкурируют на российском рынке с импортными материалами.

«Часто сталкиваемся с мнением, что на холодном клее (ПВА и аналоги) работать дешевле, так как он стоит на 10-20 рублей дешевле нашего клея «Брикол», но при этом мало кто обращает внимание на ряд особенностей, вследствие которых работа на нашем клее более чем в 10 раз дешевле, чем на холодном, – комментирует ситуацию Артем Кеблас. – На выставке Printech в 2017 году мы представляли таблицу, составленную на основе реальных тестов и сравнений, со сравнительной стоимостью работы на холодном и на горячем клее. Например, у маленькой типографии за год при изготовлении твердопереплетных крышек разница при работе на холодном и горячем клее составляет 6-7 миллионов рублей в пользу клея «Брикол».

Внимание к послепечатным процессам усиливается. И это вполне естественно. Но как поведет себя рынок в ближайшее время – сказать сложно. Время покажет.

Мария УШАКОВА

«Отечественный рынок необходимо выводить из скорлупы»

Что происходит с импортозамещением в отрасли?



Сергей Гулий,
заместитель директора по продажам
«МеталлТехПром»

Однако если же взять эффект, полученный от этого перекоса, производители, содержащие полиграфический рынок, получили преимущество, которое длилось до середины 2017 года. Сегодня этот эффект вылился в то, что образовался ряд малых предприятий (по большей части «самозанятого населения»), которые получили рыбок после массовых сокращений и составили конкуренцию, добив тем самым малые предприятия.

До крупных предприятий данный эффект добрался в малом объеме и в большей мере сыграл отрицательную роль. Переход возможен, но далеко не в ближайшее время, и при этом должны произойти изменения в экономической политике. Государству следует рассматривать средства производства и расходные материалы как основообразующие, объем их продукции должен превышать потребности внутреннего рынка. В конце концов, это не нефть и газ, подверженные сильно внешнему воздействию – это тот стержень, который обеспечивает наличие продукции с высокой добавленной стоимостью на внутреннем рынке, обеспечивает наличие рабочих мест и приход дополнительных средств извне. Чтобы это произошло, должно пройти не просто техническое перевооружение, а технологическое.

Российский полиграфический рынок многогранен, поэтому полное замещение здесь вряд ли возможно. Однако стоит отметить, что последствия кризиса в 2014 году имели для нас как отрицательное, так и положительное значение. К отрицательным можно отнести те свойства рынка, которые полиграфия испытала на себе в первые месяцы кризиса и которые продолжались, пока курсовые разницы валюты не отыграли вниз. Ряд предприятий получили дополнительный объем заказов, но при этом львиная доля производителей не смогла оценить открывшихся возможностей и получила обратный эффект, вплоть до закрытия.

Мы уже 2-2,5 года наблюдаем резкий переход в производстве твердого переплета от холодных клеев к горячим – это один из примеров порядка перехода к импортозамещению. А лозунгами мы здесь ничего не достигнем.

Сегодня отечественная продукция ничем не уступает импортной, а в ряде случаев даже ее превосходит. Вот несколько показательных моментов, которые, с моей точки зрения, влияют на предприятие: себестоимость продукции, качество, производимый объем, финансовая нагрузка и налоговая нагрузка. Обращаю внимание на разделение финансовой нагрузки и налоговой, так как финансовая нагрузка влияет на объем производства, а налоговая на качество, как бы парадоксально это ни звучало.

Если взять первые показатели, то они целиком и полностью зависят от предприятий (бизнеса) – нашими производителями они решены на пять с плюсом, практически вся продукция нашей отечественной полиграфии имеет более высокое качество, нежели импортные аналоги.

А налоговая нагрузка этот эффект сильно сдерживает. На сегодня есть два рынка, один «живет» в УСН, второй – на общей системе налогообложения. Первый – это малые предприятия вроде ИП и ООО на УСН, а во второй – крупные предприятия. Парадоксальность всего заключается в том, что полиграфическое про-

изводство малого объема получило сниженную налоговую нагрузку, а предприятие, его обеспечивающее, высокую, так как производство расходных материалов и оборудования вынуждает попадать в тот разрез предприятий, у которых привилегий нет. Соответственно, все затраты и нагрузки перекадываются на клиентов и полиграфическую отрасль в целом.

Качество производимой продукции наших предприятий зачастую выше импортной. У коллег могут возникнуть вопросы: «мы же видели финскую полиграфию – она идеальна, а вот продукция нашего производства с этим несравнима». Растрою аудиторию: ничего подобного в действительности нет. Все эти сравнения происходят с премиальной продукцией для разового применения, а также в штучных подарках премиум класса. Если обратить внимание на основной объем продукции: книги, журналы, тетради, ежедневники, вся наша продукция даст фору импортной.

На сегодня существует проблема не изготовить продукцию, а реализовать ее, так как отечественная полиграфическая отрасль живет, словно в скорлупе, ориентирована в 90% своего объема на внутренний рынок. Простейший пример – Прибалтика. Обратим внимание на производственную и, главным образом, полиграфическую отрасль. У этой

территории значительный прирост полиграфического производства, при этом как таковой ресурсной базы (производства полиграфических машин и расходных материалов) у них нет, заказы они выполняют европейские, хотя это могли бы выполнять и отечественные предприятия. У нас же все это есть, и полиграфические машины с теми же параметрами (порой и выше), ровно так же, как и расходные материалы (по своим потребительским и производственным показателям выше) имеют при этом значительно более низкую стоимость, а разница в цене в разы выше. Но закрытость нашего рынка не дает реализовать потенциал.

Я связан с несколькими полиграфическими направлениями: твердый переплет, в котором применяются машины нашего производства ООО «МТП-Полиграф» (преемник МТП), полиграфический клей «Брикол», переплетный картон «Пролетарий». Все обладают серьезными перспективами, – причем не только в пределах нашего Отечества. «Пролетарий», в силу своих масштабов уже имеет серьезный экспортный уклон. «МТП-Полиграф», производитель машин и «Клейжелатинпром» только в начале этого пути.

Мы как производители машин в начале кризиса 2014 года испытали не только повышенный спрос на наше оборудование, но и вопросы использования материалов на нашем оборудовании со стороны потребителей. Срабатывал стереотип: если импортное, значит, замечательное, все проблемы только от отечественных производителей.

Вопросы, возникшие с литыми картонами, были успешно и оперативно решены. Мы начали взаимодействовать с производителем клея «КлейЖелатинПром» и получили замечательный эффект. Если холодного клея на 1 м² нужно положить от 4 рублей и выше, то горячего 0,5 рубля. Почувствовали разницу? Вы ее умножьте на количество квадратных метров обрабатываемого картона и ужаснетесь, даже если речь идет о маленькой типографии. Компания обратила внимание на производителя картона «Пролетарий», который на тот момент уже был значительно дешевле импортного и не уступал по качеству. При соблюдении технологии мы получили серьезный спрос на машины, работающие с горячим клеем.

Рынок способен функционировать только тогда, когда есть полноценная функционирующая инфраструктура. В нашем случае – обеспечивающая полиграфическую отрасль. Эта инфраструктура содержится небольшими предприятиями. В общем, необходимо наш рынок выводить из скорлупы. Иначе что получается: в ВТО мы вступили, вроде бы и рынки при этом открылись, но на деле все это в большей степени действует в виде лозунгов. Создайте реальный интегратор, и вы увидите приток средств извне без так называемых серых схем. Наполняться он сможет очень бурно, вопрос заключается в администрировании, консолидации логистики и юридической защите. Только не нужно устраивать СПО – это точно ни к чему хорошему не приведет.

Львиная доля изделий у нашей компании – отечественная, причем почти все делаем у себя на предприятии. Однако электроника, которую мы устанавливаем на машины, расходный инструмент, которым мы пользуемся – импортные.

Доступной интеллектуальной электроники в России нет, в этом плане мы полностью зависимы. Еще один момент – электродвигатели. На рынке есть и отечественные, даже неплохие, надежные, но стабильность наличия в продаже сильно хромает. Мы должны их закупать на год вперед и планировать следующую закупку. Это одно из проявлений, как я говорил выше, о фундаментально образующих предприятиях – объем их продукции в стране всегда обязан быть избыточным, только в этом случае возможно обеспечение большого количества рабочих мест. И тогда мы, наконец, придем к тому, что количество рабочих мест начнет переходить в качество. Пока не будет решен вопрос с наличием элементной базы в стране, нормального развития отраслей (и не только полиграфии), мы не получим. Не будет этого – не будет и достойного уровня жизни.

Любое производство требует содержания. Не сказать, что поддержки в реальном производстве нет совсем. Поддержка есть, но в очень крупных компаниях. Когда малые предприятия станут размером с «АвтоВаз», тогда, наверное, на них государство начнет смотреть иначе. А пока наблюдается рост финансового рынка и деградация производств.



САНТАЙ

УСЛУГИ:

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

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

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

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



«Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»: 15 ярких лет

«Единомыслие создает дружбу» – так утверждал Демокрит еще до начала новой эры. Спустя века эта фраза остается актуальной и точно описывает отношения журнала и читателей. Благодаря друзьям, коллегам и партнерам издание 15 лет является связующим звеном между полиграфистами. Редакция и читатели смотрят в одном направлении, поэтому профессиональное общение вырастает в нечто большее. Есть обратная связь, значит, есть и развитие. Впереди покорение новых вершин, конечно, вместе с друзьями.



**15 лет –
это 5 479 дней**



Владимир Канаikin, основатель журнала «Печатный бизнес»:

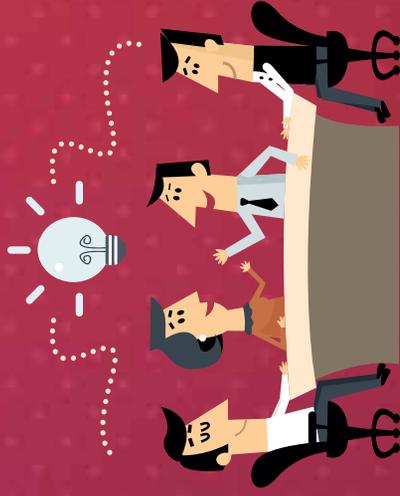
«Журнал был создан на почве потребности в площадке для обсуждения актуальных вопросов полиграфии. В связи с большими объемами печати рекламных каталогов, буклетов, в компании было принято решение приобрести печатное оборудование. В процессе работы почувствовали недостаток знаний для профессиональной организации работы печатного салона, появились вопросы, связанные с печатью, материалами, техническим обслуживанием. Как оказалось, многие компании столкнулись с аналогичными проблемами. Таким образом, на рынке возникла необходимость выпускать профессиональное издание. За 15 лет журнал накопил коллекцию ярких моментов. Вспоминается забавный случай: участвовали в рекламной выставке в Экспо-центре, подготовили барабан «Поле чудес», губернатор Эдуард Россель принял участие и выиграл публикацию рекламы в журнале «Печатный бизнес». Зерно было посажено 15 лет назад, приятно, что издание пустило корни, растет и цветет. Желая журналу «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» продолжать тянуться вверх и удерживать позицию. Пусть крепкий стержень не сломит ни один, даже самый сильный ветер».



Максим Афанасьев, председатель комитета по организации бытового обслуживания населения администрации Екатеринбурга:

«От всей души поздравляю читателей, авторов, редакцию и главного редактора журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» с юбилеем. 15 лет – значимый возраст для издания. Достижение такого рубежа – показатель стабильности интереса со стороны читателей журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама», знак высокого доверия, ответственности, качества и профессионализма команды, которая его создает. Это прекрасный возраст, когда уже есть интересный опыт, много еще впереди. Желая редакции журнала дальнейших творческих свершений, неиссякаемого вдохновения и процветания».

123 номера



Дмитрий Тарасов, старший преподаватель ИРИТ-РГФ УрФУ:

«На момент выхода первого номера журнала я работал в компании «НИССА», в то время из отраслевых СМИ мы периодически получали только «Город печатников» и Publish. Количество технических и технологических вопросов всегда было больше имеющихся ответов, поэтому появление еще одного профессионального журнала все восприняли с воодушевлением. Действительно, с первых номеров журнал продемонстрировал зрелость в подборе, подготовке и верстке материала. Первое время основные вопросы в издании касались правовых аспектов жизни рекламно-полиграфического рынка, вскоре к ним добавились интересные интервью и обзоры. Со временем в журнале стали появляться технологические статьи, которые, уверен, многим помогли сориентироваться в потопе зачастую противоречивой информации. С первых номеров можно было отметить отличную работу журналистов. Когда журнал возглавила Людмила Трошина, главный редактор, журнал стал полноценным отраслевым периодическим изданием, освещающим практически все аспекты рекламно-полиграфического производства. Уже много лет «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» отличается взвешенный подход к подготовке материалов и актуальные темы статей. Символично, что 15-летие журнала совпало и с 15-летием полиграфического образования на Урале, поскольку именно в 2003 году открылась Кафедра полиграфии и веб-дизайна в УГТУ-УПИ (сейчас УрФУ). Сегодня издание постоянно повышает планку качества. Желаю журналу, редакции и всем причастным к его развитию творческих успехов, настоящей журналистики и непоколебимой уверенности в своих силах. Надеюсь, что наше сотрудничество будет продолжаться десятилетиями».



Александр Анфалов, заместитель директора по производству типографии «НВМ»:

«Поздравляю с юбилеем и желаю успехов, развития. Страницы журнала помогают оставаться в курсе жизни полиграфистов. Интересны в первую очередь диалоги и интервью с руководителями типографий, их мнения, отношение к сложившейся ситуации, готовность к переменам. Одна из важных тем, которую, несомненно, нужно продолжать освещать – инсталляция нового оборудования, внедрение новых технологий. Рубрика «Гость номера» цепляет: интересно, как отдыхают полиграфисты, даже целые коллективы».



Нина Светличная, генеральный директор компании «Ям Интернешнл (Урал)»:

«Дорогой журнал, вы работали в те годы, когда полиграфия была на подъеме. Радуется, что журнал сохранился, продолжает жить и радовать нас и сейчас. 15 лет – это срок. Не каждое издание может гордиться таким долголетием. Неизменное лицо – Людмила Трошина. Все эти годы журнал держится на ее плечах, вере и энтузиазме. Издание является индикатором Уральского рынка: читаешь журнал и понимаешь, как идут дела в нашем «королевстве». Желаю журналу удачи и долголетия. Компания «Ям Интернешнл» поддерживала издание и будет продолжать дальше поддерживать рупор Уральской полиграфии».

3698 СТРАНИЦ



Михаил Шахминский, региональный менеджер компании Ricoh Rus:

«Поздравляю журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама». Желаю успехов, роста, еще больше интересных статей. Истоки наших отношений зародились много лет назад, с журналом связано множество событий и ярких моментов. Вспоминается интересный опыт: когда компания Ricoh Rus установила первую машину с белым тономером в типографию, изготавливали в данной типографии обложку с белым тономером на черной плайке, чтобы продемонстрировать возможности оборудования».

Елена Лесунова, руководитель филиала «ОктоПринт Сервис»:

«Журнал является информационной площадкой, где происходит обмен мнениями с полиграфистами, это портал для общения. Публикация в журнале – это возможность заявить о себе. Материалы коллег заставляют взбодриться: когда видишь успехи других, появляется дополнительный стимул стать еще лучше, быть полезным для читателя. Компания «ОктоПринт Сервис» активно принимает участие в создании каждого номера. Важный показатель интереса к статьям: заказчики обращаются к нам с вопросами о материалах, которые мы освещали на страницах журнала. Разнообразный контент позволяет полностью окунуться в среду. Одна из любимых рубрик – «Гость номера», которая позволяет узнать судьбу полиграфистов, вдохновляют лиц-опросы – позволяют узнать ближе наших заказчиков».

Екатерина Савченкова, руководитель отдела продаж компании «Графические системы»:

«В каждом номере журнала хранится кладезь ценной информации. Для меня как технолога особенно актуальны статьи научных сотрудников Стефана Стефанова и Дмитрия Тарасова. «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» больше, чем рекламно-информационное издание, это профессиональная энциклопедия с акцентом на новых технологиях. Благодаря журналу читателю одновременно узнает новости полиграфической жизни и повышает свою квалификацию. Журнал объединяет, предлагает идеи, новинки, рассказывает о решениях проблем, освещает инсталляции оборудования, новости крупных игроков рынка. Основная миссия издания – объединить профессионалов своего дела, благодаря журналу узнаем новости коллег. 15 лет – знакомое число, все эти годы журнал продолжает активно развиваться. Желаю изданию осваивать новые горизонты, выйти за пределы полиграфического Урало-Сибирского рынка. Пусть у редакции всегда будет блеск и огонь в глазах, мотор в сердце».

Дмитрий Смирнов, директор Уральского филиала компании «Европапир»:

«Уважаемый коллектив журнала «Печатный Бизнес. Полиграфия & реклама»! Мы очень ценим сотрудничество с вашим журналом на протяжении последних 15 лет. Кропотливая совместная работа, постоянное взаимодействие с вашими специалистами позволяет сообщать партнерам последние новости и достижения компании «Европапир». Хотим подчеркнуть высокий уровень профессионализма редакции, оперативность и объективность в освещении событий. Выражаем надежду на дальнейшее развитие наших взаимоотношений и выхода на новый уровень сотрудничества. Желаем журналу и его коллективу дальнейшего процветания и успехов в начинаниях!»

Галина Тарасова, генеральный директор «Режевской типографии»:

«Дорогая редакция журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»! Примите самые искренние поздравления с юбилеем. Журналу исполняется 15 лет, каждый такой юбилей означает еще одну успешно пройденную ступень развития и профессионального роста. Каждая знаменательная дата – это важный шаг на пути к вершинам успеха. Желаю вашему коллективу здоровья и счастья, успехов в воплощении новых творческих идей, неограниченных возможностей и финансового благополучия».



Вера Негина, руководитель отдела маркетинга и рекламы компании «НИССА Центрум» (Москва):

«Дорогие коллеги, примите наши сердечные поздравления с 15-летием со дня выпуска первого номера журнала. Нас связывают многолетние партнерские отношения. Сотрудничество с вашей командой всегда приятное событие в нашей профессиональной деятельности. Мы чрезвычайно благодарны вашему коллективу за атмосферу профессионализма и корректности, в которой всегда успешно реализуются наши совместные проекты. Благодарим за сотрудничество, желаем процветания, динамики в развитии и больших свершений!»



131

интервью

46 характеров, судеб и историй раскрыли в рубрике «Гость номера»



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

«Информационная поддержка в регионах, несомненно, важна для всех участников полиграфического рынка. Благодаря сотрудничеству журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» и компании «КБА РУС» печатные машины Koelnig & Vaueg, в недавнем прошлом КВА, заняли более уверенные позиции на рынке Урала и Сибири, в 2017 году были проданы две машины: в Пермь и Новосибирск. Желаем журналу успехов и процветания.»



Марсель Шарифуллин, руководитель типографии НИУ ВШЭ (Москва):

«Поздравляю журнал «Печатный Бизнес. Полиграфия & реклама» с юбилеем. Желая процветания и роста популярности не только в Уральско-Сибирском регионе, но и по всей нашей стране. Уже и не вспомнить, когда впервые узнал об издании. Это было в то время, когда принимал участия в отраслевых выставках от компании «Апостроф» и семинарах, организованных под эгидой МАП. С тех пор для меня сложилась устойчивая ассоциация между полиграфистами Урала и журналом «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама». Показательно, что редакцию встречал везде: и на деловых конференциях, и на выставках, и на «встречах друзей». Общение с редакцией сравнимо с глотком свежего воздуха для москвича. Увлеченно читаю множество статей на страницах журнала. Благодарен, что в 2016 году в журнале была опубликована серия материалов «История полиграфиста». Перефразирую цитату Владимира Маяковского: «Мы говорим «Полиграфия Урала и Сибири» – подразумеваем журнал «Печатный Бизнес. Полиграфия & реклама», мы говорим «Печатный Бизнес. Полиграфия & реклама» – подразумеваем полиграфистов Урала и Сибири». Пусть эта связь никогда не рвется, живите долго и продолжайте радовать полиграфистов новыми интересными и полезными материалами!»



«Незабываемое время»: 15 лет кафедре полиграфии УрФУ



Кристина Голубева, менеджер по продажам компании «Графические системы»

Учеба на кафедре оставила массу ярких и теплых моментов. Студенты всегда шли на пары с энтузиазмом. Один из любимых предметов был у Андрея Геннадьевича Тягунова, который читал лекции всегда понятно и интересно. Объяснял, как все работает на практике (что для студентов очень важно). Одно из самых ярких воспоминаний – написание диплома с Сергеем Александровичем Воробьевым, который помогал справляться нам с этой нелегкой задачей, подсказывал сложные моменты, понимал все наши студенческие беды. И, конечно, не могу не отметить Светлану Павловну Арапову, ее предмет был непростой, как тогда казалось, но преподаватель не оставляла без внимания важные вопросы и не бросала нас на произвол судьбы. Мы были у нее под крылышком. Очень благодарна кафедре за знания, которые отложились в памяти, признательна за навыки, которые смогли нам передать преподаватели, за становление себя как специалиста в области полиграфии. Хочу отметить, что не каждая молодая девушка знает офсетную машину в разобранном виде!

Марьям Таулетбаева, менеджер по работе с клиентами компании «Дубль В»

Уже прошел год, как я окончила УрФУ. До сих пор очень скучаю по

2018 год насыщен приятными и значимыми событиями для полиграфистов региона и области. Так совпало, что ровно 15 лет назад появились на свет журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» и кафедра полиграфии УрФУ. Развивались также вместе – бок о бок. Лучший подарок – обратная связь от выпускников. Дорогие педагоги, от души поздравляем вас и дарим самое ценное – воспоминания, которыми поделились выпускники кафедры.

преподавателям и сокурсникам. Рада, что сейчас работаю по специальности. Учеба на кафедре дала мне необходимые знания. Понимание печатного и постпечатного процессов, полученные во время обучения, помогают в работе. Во время учебы у меня появились новые друзья, некоторые стали коллегами. Всегда с радостью вспоминаю сессии: именно в этот период наша группа становилась сплоченной как никогда. Хочу сказать спасибо преподавателям за теплоту души и требовательность, терпение и снисходительность к промахам во время учебы, за искреннее желание делиться с нами своим жизненным и профессиональным опытом. Желаю своей родной кафедре творческих успехов, достижений и новых побед. С юбилеем!

Наталья Бурмистрова, менеджер по продажам компании «ОКИЛСАТО»

Кафедру полиграфии и веб-дизайна выбрала осознанно. К моменту поступления знала, в какой области хочу работать и чем заниматься в дальнейшем. На кафедре с первых дней учебы было тепло и домашнему. Однокурсники, которые учились на других кафедрах, всегда нам по-доброму завидовали, потому что у нас была поддержка преподавателей и старших товарищей.

Воспоминания об учебе остались только приятные. Например, помню посвящение в полиграфисты и дебют первокурсника, где мы одержали победу. Выложиться на все 100%, победить в тот день для каждого из нас было целью, поэто-





му на всех переменах и после пар (а иногда и вместо) мы пели, танцевали, рисовали декорации. Мы должны были победить, ведь за нас болела вся кафедра. Пять лет учебы однозначно не были рутинной благодаря преподавательскому составу кафедры. Каждый предмет был интересен и запомнился по-своему, лабораторные работы всегда проходили интересно и весело. Я благодарна кафедре за опыт и знания, за дружескую родную атмосферу, поддержку и понимание, за людей, которые вошли в мою жизнь, за незабываемые пять лет учебы и за то место, куда всегда хочется вернуться.

Ольга Прокопьева (Щербинина), консультант в Управлении делами губернатора Свердловской области

Учеба на кафедре запомнилась удивительно человеческим, отеческим отношением к нам всех преподавателей, особенно Андрея Геннадьевича Тягунова. Нас приглашают на все мероприятия кафедры, это бесценно. Мне очень запомнились лекции и практические работы с Олегом Борисовичем Мильдером. Он неистово жег глаголом сердца и заражал жадной знаний наши неокрепшие умы. Мы были вторым выпуском (2004-2009 года) и до сих пор почти все общаемся друг с другом. Желаю кафедре долгих лет преподавательской жизни и таких же замечательных студентов, какими были мы.

Светлана Юрасова, технолог по упаковке компании «Сима-ленд»

Это было замечательное время, проведенное в стенах кафедры. Знания, которым нас обучали, не были голой теорией. Нам давали много практических знаний и подходов, делились опытом работы типографий. Именно за это я полюбила обучение и преподавателей. Благодаря этому не хочу менять отрасль, в которой работаю. Первые 3 года после окончания учебы я работала технологом производства, и мне не пришлось следовать совету «забыть обо всем, чему учили в институте». Сейчас я разрабатываю и конструирую полиграфическую упаковку для различных товаров, и мне очень помогает знание материалов, особенностей производства упаковки после разработки чертежа. Ценно, что преподаватели кафедры относились к нам на равных, поэтому их уважали с первых минут занятий. Помню заразительный смех Андрея Геннадьевича, строгого, но справедливого Сергея Юрьевича, всегда веселого Олега Борисовича, сдержанную и всегда готовую помочь Светлану Юрьевну. Спасибо куратору Сергею Александровичу, который с участием подходил к любой проблеме. Благодарю за интересную учебу, за нескучную профессию. Я всегда любила книги. Интересно, что теперь, выбирая книгу, я оцениваю в первую очередь не содержание, а то, как она сделана. Знаю, сколько труда приложено для ее производства, ценю ее больше, и мне это нравится.

Елена Лесунова, руководитель филиала компании «ОктоПринт Сервис»

Я приняла решение продолжить обучение и поступить на кафедру полиграфии в магистратуру. Для меня это не только саморазвитие, но и повышение квалификации. Чтобы поставить задачу технологу, необходимо правильно передать информацию, а для этого нужно ее понимать самому. С моими однокурсниками я была знакома до поступления: были коллегами и партнерами. В памяти свежи воспоминания: написание рефератов и презентаций ночью. Не могу сказать, что учиться было легко, но это было интересно – даже пришлось попробовать ручное шитье тетрадей. Вспоминаю, как переживали и волновались перед экзаменами. Одно из ярких воспоминаний: Сергей Юрьевич Арапов, требовательный преподаватель, принимал экзамен. Сдать ему на отлично – целое событие. Я ответила на вопрос по линиатуре, тема оказалась непростой, а педагог был в восторге от моего ответа и поставил отлично.

Александр Анфалов, заместитель директора по производству типографии «НВМ»

Я неоднократно обращался за помощью и консультацией на кафедру. Это требует стремительное обновление нашего производства. Любой приобретенный опыт и знания всегда использую в работе. Коллектив педагогов профессиональный, с каждым преподавателем можно выстроить свой диалог и получить необходимую консультацию. Лично знаком с преподавателями, даже работали вместе. Что мне дала учеба? Конечно, научили думать, взвешивать, принимать решения, анализировать результаты. Учеба помогла лучше планировать свое время – получал образование без отрыва от производства. Желаю успеха во всех начинаниях, всем преподавателям здоровья и благополучия, кафедре процветания, а ее выпускникам достойного жизненного пути.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Активность в соцсетях = увеличение числа заказов



Социальные сети – инструмент, который позволяет получать обратную связь. Именно здесь вместо монолога компании формируется диалог с потенциальным и реальным заказчиком. «Лучший результат достигается при комплексном подходе, поэтому продвижение начинается с разработки стратегии и анализа конкретного бизнеса, выбора инструментов продвижения. Только это дает понимание, куда и зачем двигаться, – объясняет Игорь Крутиков, директор рекламного агентства SEOSMM. – Социальные сети – обязательный пункт практически в любом бизнесе, поэтому типографиям стоит задуматься о создании представительств в соцсетях. Современный потребитель все чаще при обращении в компанию просматривает ленты соцсетей компаний».

Один из примеров – группа типографии «Кардфлекс» (Челябинск). Дарья Борисенко, менеджер типографии, рассказывает, что компания ведет соцсети больше 10 лет, группой занимаются несколько администраторов, контент-менеджеры, дизайнеры, иллюстраторы.

Первый шаг создания страницы – определение целевой аудитории. Следует точно определить возраст ЦА, интересы, как проводят свой день, что для них «боль» и радость. Это обязательный пункт для того чтобы общаться с аудиторией на «их языке», закрывать предложениями потребности и публиковать посты именно тогда, когда они пролистывают ленту. Как объясняет Игорь Крутиков, аккаунт – это менеджер компании, готовый ответить на вопросы. Страница – непосредственное представительство, отражающее жизнь типографии. Преимущество страниц ВКонтакте в том, что они отображаются в блоке «Интересные страницы» на странице профиля пользователя. Это дает дополнительный органический трафик. «Как правило, представительства в социальных сетях есть только у маленьких типографий, которые направлены на конечного потребителя. Связано это с тем, что существует стереотип, будто в соцсетях не зарегистрированы крупные заказчики и руководители. Парадокс в том, что владелец крупной типографии мо-

Для этого вы открываете соцсеть, вводите запрос «типография», указываете город. Смотрите примеры работ, изучаете прайс, отзывы. Не секрет, успешность компании зависит от лояльности аудитории. Лояльность, в свою очередь, строится из многих факторов, в том числе и наличия группы в соцсетях. Как оказалось, многие до сих пор это не понимают, и тем более не все понимают, как грамотно вести такие группы.

жет в свободное время пролистывать Facebook или Instagram и при этом быть полностью уверенным, что там нет владельцев бизнеса, хотя сам таковым и является», – отмечает Игорь.

Существует мнение, что сегодня для многих заказчиков отсутствие страницы типографии в соцсетях равнозначно тому, что типографии просто не существует, а если обновлений не было месяц – компания больше не работает. Светлана Улитина, контент-менеджер типографии «Аэропринт» (Самара) рассказывает: «Группа типографии существует с 2016 года. Изначально была создана для обмена информацией между сотрудниками типографии, но постепенно переросла в представительство компании».

На этом этапе создания может возникнуть масса проблем. Игорь Крутиков в первую очередь называет некачественный контент – посты в сообществах порой делаются только для того, чтобы они просто были, компания не задумывается, насколько это интересно клиенту и какую пользу они ему приносят. Еще одна

проблема – клиенты задают вопросы, оставляют негативные отзывы, а администраторы не отвечают. Как отмечает Светлана Улитина, сомнения, как вести страницу, были, так как полиграфия – сложная тема, много материала собрать трудно. «Как показал опыт, переживали напрасно: группе 2 года, за это время материал не повторялся, – продолжает Светлана. – Группа в социальных сетях, в отличие от сайта, может себе позволить выйти из рамок сжатого информационного потока. Например, в группе можно разместить картины художников, которые воодушевят на создание темы календарей».

Игорь Крутиков комментирует: «Если компания нацелена на продвижение в секторе b2b, в этом случае будет значительно меньше эмоций в плане принятия решения, так как, в отличие от b2c, решение принимает целая цепочка сотрудников. Поэтому зачастую соцсети не являются прямым инструментом продаж, но позволяют закрыть одно из направлений при изучении вашей компании перед принятием решения».

Светлана Улитина вспоминает, как постепенно группа наполнялась материалом, рейтинг в ленте поднимался, появились вопросы от подписчиков. В день с вопросами обращается в среднем пять человек.

Один из главных вопросов, который возникает на этапе создания страницы – кто будет вести соцсети? «Зачастую непосредственный постинг в сообществах могут вести сами сотрудники, главное, чтобы у человека было понимание, что и зачем он делает. Плюс при таком подходе – сотрудник сможет максимально оперативно реагировать на любые события в компании. Нежелательно доверять ведение сообщества человеку, которому это неинтересно и если он не имеет даже косвенного отношения к продвижению», – поясняет Игорь Крутиков.

Один из вариантов – отправить сотрудника на обучение и заказать разработку стратегии, на основе которых можно будет составлять контент-план. Каким должен быть контент? Все зависит от конкретной компании и ее конкурентов. В первую очередь

важно отталкиваться от клиентов: что им интересно, почему они обычно у вас заказывают, в чем ваше преимущество.

Егор Рыганцев, контент-менеджер типографии «Пресс-код» (Зеленоград), делится: «Группу Вконтакте создали в 2013 году, отправной точкой послужило влияние социальных сетей как нового рекламного канала. Ведением группы занимается специалист веб-студии с администратором типографии, выход новостей всегда планируется совместно. Эффективность группы увеличивается с привлечением людей. Первый приток клиентов получили, когда в группе числилось до 3000 человек, на данный момент рост подписчиков не останавливается. Через соцсети получаем порядка 20-28 заявок в день. Это моментальная возможность информирования клиентов о новых акциях, услугах, спецпредложениях».

Как оказалось, компании часто совершают ошибки, которые, казалось бы, очевидны. Самой распространенной Игорь Крутиков называет отсутствие контактной информации: сообщество есть, а как выйти на связь с фирмой – непонятно. Плюс ко всему, нет регулярного и тематического контента. Как отмечает Дарья Борисенко, в соцсетях клиенты более лояльные, позитивные. Количество заказов зависит от множества факторов: дизайнера и правильной оптимиза-

ция времени клиентов, возможность работать на российский рынок, Европу и СНГ. Как сказал Билл Гейтс: «В будущем на рынке останется два вида компаний: те, кто в интернете и те, кто вышел из бизнеса».

Игорь Крутиков советует: «Перед началом привлечения в первую очередь нужно определиться с контентом, именно он будет удерживать ваших посетителей в сообществе и даст органический прирост подписчиков. Разместите на вашем сайте ссылки на социальные сети, расскажите в новостях сайта о том, что у вас появилось сообщество, добавьте в подписи электронной почты ссылки на соцсети. Разместите информацию о соцсетях во всех каталогах, в которых вы присутствуете. Ни в коем случае не используйте серые методы продвижения, такие как накрутка подписчиков и спам – это дает только негатив. Выполнение всех этих действий даст первоначальный толчок и подготовит сообщество для дальнейшего продвижения».

Ведение соцсетей смело можно называть наукой. Если еще несколько лет назад общество с осторожностью смотрело на работу smm-менеджеров и даже откровенно смеялось, сегодня это мнение меняется. Представители компаний всерьез разрабатывают стратегию по ведению соцсетей: конкуренция в сети с каждым днем нарастает. Правила, указанные выше,

«Как сказал Билл Гейтс: «В будущем на рынке останется два вида компаний: те, кто в интернете и те, кто вышел из бизнеса»

ции группы, бренда компании. «Сейчас активно развиваются Telegram, Instagram, мы работаем в этом направлении, занимаемся оформлением групп для наших клиентов на базе нашего маркетингового агентства, – говорит Дарья. – Продажи вырастают в 2-3 раза только благодаря дизайну. Плюсы ведения соцсетей очевидны: экономия времени менеджеров и дизайнеров в офисе (почти от 5 часов в день), повышение лояльности клиентов, быстрая возможность закрыть сборник, сообщив постоянным клиентам информацию об акциях, эконо-

– лишь вершина айсберга, отдельные законы касаются визуального оформления группы, грамотного изучения конкурентов, проведения конкурсов и не только. Светлана Улитина отмечает: «Времени на ведение страницы уходит много. Это может быть и два часа в день, и шесть, может и весь выходной. Сейчас мы рассматриваем возможность внедрения профессионалов рекламы в разработку контента группы – развиваться нужно обязательно».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Выбери меня

Казалось бы, закон каменных джунглей прост: снизишь цену – притянешь заказчиков. С одной стороны, так и есть. С другой – правила игры изменились. Представители компаний рассказали, как они выбирают типографии.

жами в десятки тысяч. Для маркетинговой продукции и малотиражных экземпляров выбрали типографию по скорости производства и географическому положению, чтобы была возможность оперативно забирать полученный результат.



Никита Медведевских,
пресс-атташе
футбольного клуба
«УРАЛ»

Обращаем внимание на оперативность производства, соотношение цены и качества. Нам регулярно требуется печать различных форматов, большую роль играет многофункциональность. Несмотря на то что сейчас принято иметь группу в социальных сетях, нам этот ресурс неинтересен. Работаем напрямую с менеджерами. Прислушивались к советам коллег, руководствовались отзывами клиентов, чтобы определиться с типографией, с которой сотрудничаем на данный момент.



Сергей Остриков,
директор по разви-
тию бизнеса
интернет-магазина
Pudra.ru (Москва)

К изучению типографии подходим комплексно, начиная от технологических возможностей, заканчивая стоимостью. Последняя особенно важна при печати большими тиражами, это напрямую влияет на себестоимость продукции и обслуживания заказов. При печати малотиражных изделий на первый план выходят сроки производства, так как себестоимость одной единицы уже не так критична, как возможность оперативной печати.

Как показывает практика, чаще всего информация на сайтах типографий не соответствует реальности, возникает много «но». Соответственно, чем больше информация на сайте совпадает с тем, что в итоге озвучивает менеджер, тем лучше. Обращаем внимание на Instagram и YouTube. В первом случае хочется получать вдохновение и информацию о новых возможностях, узнавать об акциях. Во втором интересны обзоры технологий и материалов. Недавно изучали конструктивные особенности самосборного дна в упаковке, ответ нашли именно в этой соцсети – американский технолог подробно объяснял, как машина бигует и проклеивает данную конструкцию, как в итоге это будет выглядеть для конечного потребителя.

Для печати упаковки заказов выбирали производство из экономических и эстетических требований к конечному результату, так как упаковка производится тира-



Татьяна Куликова,
руководитель от-
дела рекламной
полиграфической
продукции Faberlic
(Москва)

При выборе типографии мы обращаем особое внимание на ее технические возможности: оборудование, технологии, материалы. Важную роль играет квалифицированный персонал и, конечно, соблюдение сроков изготовления полиграфической продукции и стоимость услуг. Так как тиражи наших каталогов очень большие и проверить качество каждого просто физически невозможно, нам важно, чтобы типография была добросовестная и на выходе получилась качественная продукция.



Анна Ермакова,
PR-директор
агентства событий
Dream Team (проект
Sandarina market)

Несмотря на то что мы уже несколько лет не меняем основных подрядчиков по полиграфии и другой печатной продукции, работаем и с новыми партнерами. Обращаем внимание на качество, скорость и грамотную стоимость продукта. Полиграфию заказываем часто, любим, когда нам делают скидку – тогда мы вернемся. Кроме того обращаем внимание на то, готов ли подрядчик сделать заказ и доставку оперативно. Это важно, потому что в связи с деятельностью агентства зачастую нужно изготовить продукцию в короткие сроки. Те, кто проходит такую проверку, остаются с нами надолго.



Алиса Кутузова,
парфюмер,
основатель бренда
UNNAParfum

Для меня важен ассортимент бумаги, который может предложить типография: цвета, фактура, толщина листа. Кроме того имеет значение возможность заказывать продукцию небольшими партиями и разработать идею по индивидуальному заказу. Типографию, которая изготавливает упаковку для парфюма, нашла по рекомендации друга. Прежде чем сделать окончательный выбор, изучала работы типографии в группе Вконтакте. Удобно, что через социальные сети можно оперативно узнать предложения и возможности компаний.

Мария УШАКОВА

Семинары: маркетинг или повышение квалификации?

Продолжаем серию материалов, посвященную повышению уровня квалификации. По сравнению с вебинарами, которые мы разбирали ранее, семинары выигрывают в плане личного общения: с экспертами, коллегами. К счастью, крупные города могут похвастаться регулярным проведением таких мероприятий. Эффективны ли они на самом деле или это лишь способ компаний заявить о себе и своем продукте, а не поделиться знаниями?



Виктория Комарова, преподаватель дисциплин профцикла по профессии печатник плоской печати техникума «Рифей» называет семинары одной из сложных и одновременно творческих форм получения или рефлексии практических знаний, ключом к актуализации освоения нового практического опыта. Семинар организуется и проводится под руководством педагога, тьютора, наставника, который организует активное взаимодействие слушателей темы.

Академия медиаиндустрии в начале 2017 года провела изучение профильного рынка труда. Анкеты были получены от 78 полиграфических предприятий и организаций. В полученных ответах отмечалось, что на многих предприятиях происходит оптимизация численности персонала, перераспределение функций между работниками компаний (39,5% от числа опрошенных). На рынке полиграфии большинство субъектов – малые предприятия. От работника такого предприятия и при оптимизации состава работающих требуется определенная универсальность знаний и навыков. Кроме того, сегодня, как и для любой отрасли производства России, возникла необходимость знаний технологического уклада «Индустрии 4.0»: цифровых технологий, кросс – медийного производства, автоматизации процессов производства и управления (рабочий поток), бережливого производства и так далее, отмечает

Александр Цыганенко, руководитель центра принтмедиаиндустрии ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (Москва). Академия стремится проводить курсы, отвечающие этим задачам, в том числе и с привлечением иностранных специалистов. Так, в феврале – марте 2018 года в Академии провели семинары профессор Кеннет Макро (Калифорнийский политехнический университет, США) по тематике «Бережливое производство» и профессор Томас Хоффман-Вальбек (Высшая школа медиа в городе Штутгарте, ФРГ) на тему «Управление проектами производства печатной продукции. Автоматизация производственных процессов». В мае 2018 года профессор Хартманн Либетрут (Бергский университет, ФРГ) проведет семинар «Современные аспекты управления принтмедиабизнесом в технологическом укладе «Индустрия 4.0». Следующие шаги академии – проведение семинаров по современным технологиям производства печатной продукции при участии фирм-производителей оборудования и материалов, так как они определяют прогресс техники и технологии полиграфического производства. «К сожалению, семинары в Академии посещают большей частью представители московских предприятий. Лучше обстоят дела с семинарами для преподавателей и мастеров профессионального образования. При не столь частом их проведении, семинары собирают

представителей профессионального образования многих учебных заведений среднего профессионального образования, – добавляет Александр Цыганенко. – На основе анализа мнений слушателей формируются тематика семинаров. Однако состав слушателей семинаров не постоянен. Мнения участников, например, первого и последующего семинара по одноименной теме могут существенно отличаться. Содержание первого, по мнению слушателей, оказывается сложным, а второго, скорректированного с учетом их мнения, простым, но уже для другого состава».

Как объяснил Александр Цыганенко, краткосрочные курсы эффективны тогда, когда они актуальны и точно соответствуют запросам работающих в печатной индустрии. Участие в краткосрочных семинарах, если они отвечают интересам слушателя и запросам конкретного производства, позволяет повысить квалификацию без большого временного отрыва от работы. Кратковременные семинары – это реклама, задача которой сообщить и заинтересовать. Такие семинары способом повышения квалификации назвать сложно, но это не является недостатком, полиграфистам интересно и профессионально важно быть в курсе всех обновлений. «Такая ситуация не только в регионах: на семинарах обсуждают то, что нужно продать, а не то, что нужно людям. А вот что нужно людям, мало кто пытается узнать, – считает



Андрей Тягунов, заведующий кафедрой полиграфии и веб дизайна, Институт радиоэлектроники и информационных технологий Уральского федерального университета. Для расширения кругозора это хороший вариант. Согласно 273 федеральному закону, для краткосрочного повышения квалификации требуется не менее 16 часов, лицензия на образовательную деятельность.

Результаты исследования Академией медиаиндустрии кадрового рынка в 2017 году показали, что предприятия и организации полиграфии используют отработанные формы повышения квалификации: внутрифирменное обучение персонала используют 86,8% организаций. Подготовку и переподготовку персонала на базе профильных учебных заведений осуществляет 15,8% компаний. Повышение квалификации (курсы, вебинары и прочее) используют 10,5% опрошенных организаций.

Полиграфические компании часто привлекают для внутрифирменного обучения поставщиков оборудования и материалов. Во многих же случаях специалисты осваивают новинки самостоятельно, благодаря личной и профессиональной заинтересованности в решении конкретных проблем или задач.

«Можно констатировать, что четко организованной системы повышения квалификации кадров печатной индустрии в России не соз-

дано. Это очень хорошо видно при сравнении с системами, действующими, например, в ФРГ: Союзом печати и медиа, Союзом немецких машиностроителей (VDMA), Ассоциацией печатной индустрии США (PIA). Однако первые шаги в нашей стране уже делаются», – подчеркнул Александр Цыганенко. По его словам, большая работа ведется по созданию Национальной системы квалификаций. Академия принимает участие в разработке профессиональных стандартов для печатной индустрии. Министерством труда и социальной защиты в 2015 – 2017 годах утвержден ряд профессиональных стандартов для печатной индустрии: операторов-печатников, технолога, наладчика полиграфического оборудования, контролера печатной продукции, полуфабрикатов и материалов, графического дизайнера. Профессиональные стандарты становятся основой для создания образовательных стандартов, организации системы независимой оценки квалификаций в печатной индустрии. Работа по созданию первых Центров оценки квалификаций начата в Санкт-Петербурге, Рыбинске, Новосибирске. Оценка квалификаций позволит выявлять проблемные области знаний, точно и адресно планировать повышение квалификаций работников печатной индустрии.

Повышение квалификации является неотъемлемой частью любого

полиграфиста, считает **Денис Гутник, преподаватель специальных дисциплин, куратор группы полиграфистов Можайского техникума.** Именно внимание к новому и обмен опытом позволяют видеть завтрашний день, быть готовым к изменениям им сопутствующим. «Для нас актуальны темы становления типографий, структурные подразделения в зависимости от линейки производства, новые разработки, изменение технологического процесса. В качестве спикера на семинаре интерес вызывают В.Ю. Мионов, начальник производства компании «Алиот», Т.А. Васильев, генеральный директор «Можайского полиграфического комбината», Е.Д. Климова, Московский политехнический университет, Клаус Пеллер, генеральный директор «Монди СЛПК». Для меня семинары – отличная возможность почерпнуть знания, завести новые знакомства и навести мосты на дальнейшее сотрудничество. Моя задача как куратора – подготовить обучающихся к работе на производствах и знанию требований от представителей типографий гораздо легче в выборе направления и формировании акцента для востребованности кадров в отрасли полиграфического производства. Эффективность семинаров зависит от программы и спикеров, пожелание – больше отведенного времени для ответов на вопросы после выступления. Из последних отмечу семинар группы директоров цифровых типографий, прошедший в Москве на ВДНХ под председательством А.В. Иванова: много живого общения и полезной информации».

Наталья Уварова, директор дополнительного образования в области медиаиндустрии московского политехнического университета, среди наиболее востребованных тем семинаров называет «Технология флексографской печати», «Ручной переплет», «Управление затратами на полиграфическом предприятии», «Решение технологических процессов пленочных материалов», «Оценка качества продукции и пути его повышения». Наталья Уварова отме-

чает, что в зависимости от темы семинара слушателями являются и руководители предприятий, бухгалтеры, и молодые специалисты. Отзывы всегда положительные, эффективность семинаров разная: чем известнее лектор, тем выше коэффициент полезного действия».

Все семинары можно структурировать следующим образом: технические (новое оборудование); технологические (новые материалы); бизнес процессы; автоматизация в различных проявлениях. Первые два типа, по словам Андрея Тягунова, проходят с завидным постоянством в очных и заочных формах, остальные проводятся редко. Посещаемость зависит от информационного эффекта: количество посетителей, отнесенное к количеству приглашений. Андрей Тягунов отмечает, что хороший показатель – 10%, когда на десять приглашений один посетитель, это характеризует и интерес к теме семинара. Поскольку потребитель полиграфической продукции в настоящее время довольствуется малым и не требует «высшего полиграфического пилотажа», основные темы семинаров должны отвечать на вопросы: как больше сэкономить, как найти новые рынки сбыта, как привлечь новых заказчиков.

Виктория Комарова объясняет, что семинары для студентов и семинары для работающих специалистов имеют свои нюансы. Творчество в аспекте этой темы – не абстрактная категория, а совершенно обоснованная ситуация, потому что семинар – это подготовленная, спланированная, специально отобранная информация, отбор материала, но которую в течение семинара теоретически и практически в любом случае активно могут переработать в разных вариациях. Это и будет творческим результатом, иначе – создательным, а не фантазийным и совсем не бессистемным. Для практиков-производственников в сфере индустрии полиграфии (как и для всех реально работающих в разных условиях специалистов,

при разных формах собственности полиграфических предприятий) семинар как учебную форму необходимо дифференцировать. То есть подразумевать разницу в «контингенте» слушателей-обучающихся. Виктория отмечает, что в любом случае форма семинара предполагает активное взаимодействие участников, заведомо имеющих цель и задачи присутствия на нем, свои наработки, предложения, может быть, заранее полученное исследовательское задание. И, безусловно, слушатели должны вы-

специалистов в полиграфии. Любая учебная форма, в том числе и семинар, должна иметь «дано», подразумевая контингент слушателей, их профессиональный багаж, их профессиональный запрос, так и ответ организатору самому себе, то есть обратную связь в виде анализа полученного результата, – объясняет Виктория Комарова. – Семинар – это не «говорящая голова» с набором маркеров у доски, это форма, при проведении которой трудятся все ее участники. Перед организацией семинара для

«Все семинары можно структурировать следующим образом: технические (новое оборудование); технологические (новые материалы); бизнес процессы; автоматизация в различных проявлениях»

нести практикоориентированное осмысление темы семинара: написание отзыва, анкеты, выполнение практической работы.

Как правило, семинар затрагивает и сопутствующие вопросы, что может привести к курсу семинаров – из этого складывается целая программа повышения квалификации. Причем, программа имеет точку отсчета на сегодня – количество аудиторных часов. «Поэтому заданную учебную форму семинара необходимо рассматривать в целом, во всем комплексе повышения квалификации

производственников непременным условием является изучение запроса актуальности его содержания, возможные вопросы и возражения. По опыту знаю – заранее сформулированный итог, заранее сформулированная концепция от организаторов работает плохо. Аплодисменты по итогу – это высший пилотаж, разрядка во время совместного чая – необходима. Мы все люди, всем надо пережить свой интерактивный опыт. И это нормально».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

П ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

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

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

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

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

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
УЖЕ СЕЙЧАС!**

Как WEB2PRINT помогает продавать



Андрей Наумов,
основатель платформы для типографий
web2print.pro

Возьмем для примера достаточно быстрый и действенный метод – контекстную рекламу: баннеры вашей типографии размещаются на самых популярных порталах, пользователи активно переходят по этим ссылкам. Процесс запущен, но путь от клика по баннеру до реального заказа очень долгий. Из сотни к вам «дойдет» лишь несколько потенциальных клиентов (лидов), которым для оформления заказа еще предстоит пообщаться с менеджером.

Почему? Попробуйте вспомнить, как выглядит типичный сайт типографии: информация об услугах и технологиях (много букв и минимум полезной для заказчика информации). Безусловно, уникальные тексты важны для seo-продвижения, но неужели человек зашел к вам на сайт, чтобы узнать, когда изобрели буклеты или как в XIX веке пользовались визитками? Иногда за обилием контента клиент просто не может найти прайс на сайте, а если и находит, то со сноской «Расценки ознакомительные, для уточнения стоимости обратитесь к специалисту».

Сделать заказ на таком ресурсе проблематично, любое действие упирается в менеджера: «оставьте

Поиск новых заказов – головная боль для любой типографии. Многие надеются, что входящий поток им обеспечит онлайн-продвижение. Теоретически это возможно, но специалист по продвижению обойдется дороже хорошего менеджера. При этом стоимость привлечения будет гораздо выше, чем кажется на первый взгляд (при низком среднем чеке, характерном для онлайн-заказов, она может оказаться даже убыточной).

контакты и вам перезвонят», «заполните заявку, и менеджер с вами свяжется». Даже под кнопкой «Быстрый заказ» обычно скрывается список полей, которые никто не любит заполнять. Клиенту еще не успели предложить ничего конкретного, но уже просят поделиться своими контактами. А сами-то вы часто оставляете телефон на незнакомых сайтах?

Досадно, но, даже переступив через себя и заполнив все эти анкеты, таблички и формы, посетитель сайта не обязательно дойдет до финала. Отдел продаж может запросто забыть про такую заявку. Специалисты бывают настолько загружены рутинными задачами, что до онлайн-клиентов банально не доходят руки – успеть бы обработать обычных заказчиков. Получается, что типография сама вынуждает дорогого, с трудом добытого лида уйти в поисках альтернативы. За привлечение «уплочено», а толку-то?

Для начала давайте убедим потенциального клиента, что вы – та самая типография, которая ему нуж-

нее, а процесс оплаты прозрачен. Так дайте понять клиенту, что вы не такие, как все – на вашем сайте он не впустую тратит время, изучая информацию об «очередной типографии», а уже оформляет заказ!

Современный онлайн-пользователь ленив до безобразия: лишние и непонятные действия на сайте его раздражают и отпугивают. Все должно быть максимально просто. Не прячьте цены и сроки изготовления, а наоборот, дайте клиенту возможность все рассчитать самому. Избавьте его от необходимости транслировать свои мысли дизайнеру – пусть выберет один из тысяч шаблонов и доработает его в онлайн-конструкторе. У клиента есть готовый макет? Если его загрузить, система сама все проверит и откорректирует.

От захода на сайт до оформления заказа должно быть всего несколько шагов, и каждый шаг должен приближать клиента к покупке. Не оставляйте ему шанс уйти с вашего сайта «просто так». Предусмотрите возможность оплаты картой и перечислением. Помните, что множество

«Используя платформу web2print.pro, вы сможете внедрить функционал самообслуживания в уже существующий сайт, превратив его тем самым в интернет-магазин полиграфии»

на. Как это сделать? Вспомним, как происходят покупки в сети: вы же не довольствуетесь магазином по первой ссылке, а изучаете, сравниваете. В итоге все совершают покупку там, где оформление проще и бы-

анкет и формуляров заполнять никто не будет. Для автоматического выставления счета достаточно запросить ИНН (все остальные поля система должна «подтянуть» из открытых источников).

Эти моменты полезно учесть тому, кто задумывается над созданием своего сайта. Но предположим, что он у вас уже есть и даже имеет свою аудиторию, вот только продавать пока не умеет (такой функционал не был предусмотрен). Что можно сделать в этом случае? Создавать новый – потерять трафик, кардинально менять старый – дорого, да и неизвестно, как отреагируют посетители на перемены. Используя платформу web2print.pro вы сможете внедрить функционал самообслуживания в уже существующий сайт, превратив его тем самым в интернет-магазин полиграфии.

Предлагаю рассмотреть еще один вариант: допустим, у вашей типографии сайта не было, нет и не планируется. Вам достаточно постоянных клиентов и тех, кто приходит, потому что им «порекомендовали именно вас». В то же время вы все чаще задумываетесь о web-to-print, потому что менеджеры «зашиваются». Останавливает вас лишь понимание, что на создание интернет-магазина и наполнение его контентом понадобится уйма времени и денег.

В описанном случае сайт вам даже не понадобится. С web2print.pro каждому заказчику автоматически создается личный кабинет, в котором, помимо стандартных функций самообслуживания, есть ряд дополнительных опций. В зависимости от типа клиента вы сможете настроить для него особые условия сотрудничества и даже отдельный ассортимент заказываемой продукции с индивидуальными ценами. Кроме того, вместо типовых макетов в личный кабинет можно загрузить брендбук клиента, что особенно актуально при работе с корпоративными заказчиками.

В любом из перечисленных случаев вы предоставите клиентам абсолютно новый уровень обслуживания: и на сайте, и в личном кабинете для оформления заказа им больше не понадобятся ни менеджер, ни дизайнер. Обращаться к ним будут лишь в особых случаях (например, при заказе нестандартной продукции или эксклюзивного макета). Ваших сотрудников это разгрузит от текучки, значит, они смогут скон-

центрироваться на работе с ключевыми клиентами и дорогих заказах, требующих творческих решений.

Тут у кого-то может появиться идея полностью избавиться от сотрудников. А что? В любое время дня и ночи клиенты могут рассчитать и оформить заказ самостоятельно. Если понадобится внести изменения в старый макет – к их услугам онлайн-конструктор, в ко-

ня настолько низкий, что новые и не очень эффективные сотрудники могут запросто «проесть» всю прибыль от заказов, которые принесли.

Чтобы зря не платить своим менеджерам (и тем более не нанимать новых), вы должны развязать им руки, избавив от рутины. Для этого и создан web2print.pro: менеджеры будут оформлять заказы в несколько раз быстрее, а часть клиентов

«С web2print менеджеры будут оформлять заказы в несколько раз быстрее, а часть клиентов станет делать это самостоятельно. Для работы с типовыми макетами не понадобится дизайнер, а процесс согласования и правок сократится в разы. Выставление счетов, ведение документации и даже выбивание долгов – все это может делать компьютер»

тором, кстати, заказчик может и новый макет «сваять», взяв за основу заготовку из библиотеки шаблонов или из собственного брендбука. Система все откорректирует и не допустит ошибок, а заодно и оплату проконтролирует. Производство получит четко сформированное ТЗ и макет, соответствующий всем требованиям к печати...

От перспектив аж дух захватывает. Но не тут-то было. Подвох в том, что такую самостоятельность при оформлении проявят лишь 10% заказчиков. Большинству привычнее позвонить или написать менеджеру. Ему еще только предстоит научить их пользоваться сервисом самообслуживания. В противном случае все опять будет зависеть от продавца: успеет ли он обработать заявку, до того как клиент найдет другую компанию? Возможно, что нет. Мы же помним – ему приходится работать в вечном аврале.

Если ваши менеджеры физически не успевают обрабатывать заказы, то вы теряете прибыль. Расширением штата эту проблему вряд ли удастся решить. Во-первых, сколько времени и денег вы потратите на обучение? Как минимум, вы будете платить зарплату менеджерам, пока они учатся. Во-вторых, новые менеджеры также упрутся в потолок личной продуктивности. И, самое главное: средний чек сегод-

станет делать это самостоятельно. Для работы с типовыми макетами не понадобится дизайнер, а процесс согласования и правок сократится в разы. Выставление счетов, ведение документации и даже выбивание долгов – все это может делать компьютер.

Софт умеет даже контролировать частоту общения с клиентами. Он напомнит вашему менеджеру, когда стоит позвонить заказчику и предложить новые услуги. На каждом шаге он будет экономить время, освобождая до нескольких часов в день. Только в таких условиях ваш менеджер превратится из счетной машинки в профессионального продавца. А ведь без этого никак. Привлечение в сети – дело недешевое, и без повторных продаж может не окупиться. Поэтому основная задача менеджера – удержать нового клиента, сделать его постоянным и, по возможности, перевести на самообслуживание.

С web2print это легко. Посудите сами: заказчика «знают в лицо», помнят все его макеты и пожелания (фиксируется каждый шаг), любые правки вносятся за минуту, а макет можно согласовать хоть в три часа ночи. Плюс к этому гибкое ценообразование, онлайн-контроль за статусом заказа и многое другое. Зачем искать что-то новое? Клиент просто не захочет от вас уходить.

ПереРАБОТКА отходов



Осознание проблемы

На Урале работают сотни копировальных центров, типографий и рекламно-производственных предприятий. Тема экологичности для полиграфических компаний сегодня очень актуальна, так как в процессе работы возникает большое количество отходов бумаги, картона и пластика, считает **Екатерина Мохова, директор компании «Семицвет»**. Например, устаревшие каталоги поставщиков – это уже от 50 кг макулатуры в год. Бумага и полиэтиленовые пакеты, которые остаются от производства 1000 сублимационных кружек, дают в конечном результате 3 мешка отходов по 160 литров. «Каждая ручка или флешка поставляется на производство в индивидуальном пакете, который перед нанесением логотипа обычно выбрасывается, – продолжает Екатерина Мохова. – Предприятия оказываются перед проблемой, потому что объемы мусора, который мог бы быть переработан, относительно большие, но недостаточные для бесплатного забора вторсырья компанией, занимающейся вывозом отходов».

Получается, отходы есть, желание переработать их тоже есть, но вот возможностей сделать все оперативно и качественно – нет. Почему?

В Екатеринбурге таких компаний несколько десятков, с директором одной из таких нам удалось

На территории Российской Федерации ежегодно скапливается около 5 млрд тонн производственных отходов. Плюс ко всему, по данным РИА новости и согласно статистике Федеральной службы по надзору в сфере природопользования, около 33% всех экологических правонарушений сегодня приходится на долю нарушений в области ненадлежащего обращения с отходами. Ситуация получается чуть ли не безвыходная: и отходы скапливаются, и перерабатывать их никто не спешит. Но перспективы, безусловно, есть. Поговорим о том, почему важно перерабатывать отходы и как это сделать продуктивно.

пообщаться. ООО «СБВ» в рамках своей лицензии специализируется на вывозе и утилизации различного оборудования как у физических, так и у юридических лиц. **Александр Борисихин, директор компании «СБВ»**, рассказывает, что полиграфические компании к ним обращаются редко. Правда, в последнее время ситуация несколько улучшилась. И связано это, вероятно, с тем, что популяризация различных проблем, относящихся к экологии, постепенно ведет к осознанному потреблению и заботе о природе, в частности. Также руководитель компании объясняет, что возможная причина того, что компании просто выбрасывают отходы на свалку – предположение, что они скапливают недостаточные объемы для бесплатного вывоза мусора. В таком случае, что оста-

в столице ситуация обстоит аналогичным образом. Разве что только в Европе таких проблем нет. «В нашей стране многие руководители предприятий даже не в курсе, как правильно должна происходить утилизация. Мы сейчас усиленно занимаемся просветительской деятельностью: проводим консультации, посещаем различные мероприятия на тему экологии, делимся опытом. Это трудоемкий процесс: не все понимают важность правильной утилизации, но прогресс уже заметен», – отмечает Александр.

Решение

Александр убежден, что только на законодательном уровне можно добиться каких-либо успехов. Повлияет и личное осознание ситуации, но это процесс небыстрый.

«Бумага и полиэтиленовые пакеты, которые остаются от производства 1000 сублимационных кружек, дают в конечном результате 3 мешка отходов по 160 литров»

навливает обратиться к компании-посреднику? Например, компания «СБВ» бесплатно погрузит и вывезет макулатуру от 100 кг, для крупных типографий накопление такого объема не является проблемой.

Такое, кстати, происходит не только в Уральском регионе. По мнению Александра Борисихина,

Компания «СБВ» в ближайшее время планирует провести комплекс мероприятий, направленных на приобщение к вопросу о правильной утилизации разного рода техники и иных отходов. Благодаря такому подходу проблема может сдвинуться с места. Подводя итог, можно однозначно сказать,

что без информирования населения, без так называемой просветительской деятельности осознание и решение проблемы никогда не наступит, а значит, каждому из нас пора задуматься о будущем и уже сегодня начать вникать в вопросы, связанные с загрязнением нашей планеты.

Павел Пьянков, руководитель отдела закупок компании по переработке отходов «Апрель», полностью согласен, что ситуацию необходимо решать законодательно. «К нам типографии обращаются редко, – говорит Павел. – Для нас это странно, потому что у полиграфистов объем печати зачастую большой. Ситуация с цифровыми типографиями такова: объем небольшой, все обрезки складываются

обходим небольшой, от 200 кг, что для типографий не редкость», – говорит Павел Пьянков. По его словам, цифровые типографии в основном сдают от 200 до 1000 кг в месяц, офсетные – от 500 кг до 3000 кг.

Вполне логичный вопрос: если переработка происходит, значит, она для чего-то нужна? Для чего? Вторично переработанные отходы применимы в производстве множества изделий: от бутылок до деталей для транспортных средств. Вторичное использование полиэтилентерефталата позволяет получать основу для изготовления одежды, сам полиэтилен пригоден для изготовления ирригационных труб. Полиэтилентерефталат достаточно легко поддается вторич-

ным этапом во вторичном обороте полимеров является сбор отходов, их сортировка, идентификация типа материала, поскольку к некоторым из них процессы повторной переработки не применимы. Это важный момент, поскольку если не осуществлять идентификацию, будущая продукция может иметь низкое качество.

Перспективы

«Тема экологии сегодня звучит все чаще и чаще, – продолжает Александр Борисихин. – С 1 января 2017 года вышло много поправок в законодательстве по части экологии. Уважающие себя компании начинают об этом задумываться и решать свои проблемы не так, как они это делали раньше, выки-



ся в одну кучу, в которой смешана и ламинированная бумага, которая не подлежит переработке, и бумага с покрытием. Длина и толщина у таких отрезков небольшая, что затрудняет прессование. Поэтому все, что не подлежит переработке, нужно отсортировать. Сортировать такой мусор компании не хотят. Соответственно, часть бумаги, которая могла бы быть утилизирована и переработана, просто пропадает».

Пленка ПВД также может быть переработана, убежден Павел. «Только если она чистая. Это же касается и пленок ПНД. Объем не-

ной переработке. Сырьем же для данного полимера служат привычные для нас и широко используемые в быту бутылки из пластика. Они сортируются, измельчаются, проходят очистку от загрязнения и переходят на следующий этап – агломерации и грануляции. Чаще всего ПЭТ применим для производства волокна, которое используют при изготовлении одежды. Например, утеплитель для зимней одежды – это и есть то самое волокно. ПЭТ обладает рядом преимуществ: волокна не теряют свой цвет, не требуют специальной обработки. Первым и наиболее важ-

дывая на помойку». Павел Пьянков добавляет, что, согласно федеральному закону, все предприятия должны разработать так называемый паспорт, в котором нужно отразить те отходы, которые у них в процессе производства возникают. Это касается только крупных промышленных предприятий. В связи с вступлением закона в силу мы сегодня начинаем чувствовать некоторую динамику – компании активизировались. К тому же, чем больше штраф, тем больше это стимулирует производителей.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Что день грядущий нам готовит?



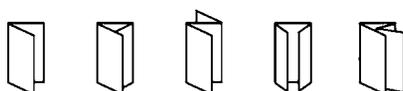
Игорь Степанов,
коммерческий директор компании
«Графические системы»



Многие производства приобрели автоматические биговки Syclos, теперь этот чешский производитель предлагает к ним новые решения: фальцовки, работающие в линию уже с имеющимися биговками. **Фальцевальный аппарат Syclos TriFold 360** предназначен для работы в линию с биговщиками Syclos GPM 450 Speed и Airspeed 450. Оборудование используется для фальцевания предварительно бигованных листов плотностью до 350 г/м². Машину отличают простые настройки для исполнения пяти стандартных видов фальцев для наиболее популярных форматов бумаги, включая SRA3 и высокое качество сгиба с использованием простой технологии кассетного фальца. Разновид-

Если стоять на месте – прогресса не будет. Вопрос автоматизации на производстве поднимается едва ли не каждый день. Тема обсуждается как на полиграфических семинарах и форумах, так и внутри коллектива компании. В последнее время производители представляют большое количество уникальных аппаратов для автоматизации послепечатных процессов. На сегодняшний день рынок оборудования предлагает достаточно уникальный выбор передовых решений. На что нужно обращать внимание при выборе и какие новинки появились недавно – поговорим сегодня.

ности фальцев: гармошкой, параллельный двухсгибный, одинарный, калиткой, двойной параллельный.



Компания Syclos разработала устройство для вырубки, биговки и перфорации на основе GPM320 – **Staple Folder KG 320**. Оборудование включает в себя основные черты GPM 320 (биговка/перфорация) и специальные функции вырубки полукруглого отверстия для создания папок «испанского» типа для хранения документов. В Испании существует общее название для таких папок – carpeta ggra (папка для бумаг на скрепке).

Интересное решение по производству крышек в твердом переплете предложили и отечественные производители.

Гимназист – предназначен для проведения как кашировальных работ, так и производства переплетных крышек. При производстве переплетных крышек (обложек книг твердого переплета) оборудование позволяет выполнить полный спектр операций с максимальной эргономикой для оператора, что значительно повышает производительность данной машины относительно иных аналогов.

Отличительными особенностями являются не только места точного позиционирования корешка, но и подсветка всей рабочей области оператора. Вакуумный прижим обеспечивает отсутствие скручивания лайнера и в то же время свободный съём заготовки со сборочного стола, при этом вакуум подключается и отключается на машине и не требует дополнительных устройств или подключения питания воздухом. Машина полностью самодостаточна.

Машина выпускается в двух вариациях: универсальная, работает как с холодным, так и с горячим клеем индекс Г, а также вариант, работающий исключительно с холодным клеем индекс Х. КГМ Гимназист Г обладает водяной баней,

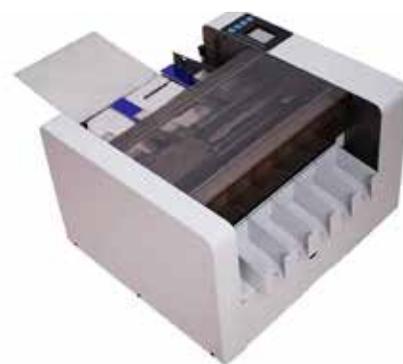


что обеспечивает запас тепла и стабильность при наличии сквозняков в помещении как при добавлении воды в клеевую массу, так и при добавлении клея в клеевую массу. При этом нет необходимости дожидаться расплавления клея в общей клеевой массе. Контроль температуры интегральный, чем далеко не всегда могут похвастаться иные аналоги, а также более производительные и дорогие машины.

удобной в управлении и гибкой для любой работы. Можно использовать как стандартные, так и кольцевые скобы.



Интересное решение для нанесения фольги предложила английская компания Caslon. Эта машина с ручной подачей имеет полностью цифровую панель управле-



Китайский производитель Bulros вывел на рынок аппарат, который тестировали на разных производствах. Машина для нарезки визиток/фотографий/бейджей и прочей полиграфической продукции в условиях крупного офиса или типографии зарекомендовала себя как оборудование высокого уровня качества. Работа с A4, A3, SRA3 и A3+ форматом. Устройство автоматически захваты-



Итальянский производитель MAMO вывел на рынок уникальный брошюровщик для профессионального использования **MAMO SQ-320** с возможностью квадратирувания корешка. Брошюровщик может степлировать и фальцевать до 30 страниц бумаги плотностью 70 г/м². Наивысшая в своем классе устройств длина лотка подачи (61 см) позволяет производить буклеты формата A4 в альбомной ориентации. Буклетмейкер оснащен функцией квадратирувания, то есть формирования квадратного корешка у брошюры. Можно устанавливать до 4-х степлирующих головок (в стандартной комплектации установлено 2 головки). Цифровая панель управления позволяет автоматически устанавливать длину бумаги и степень квадратирувания (имеется 5 уровней квадратирувания), что делает машину

«Цифровая панель управления позволяет автоматически устанавливать длину бумаги и степень квадратирувания (имеется 5 уровней квадратирувания), что делает машину удобной в управлении и гибкой для любой работы»

ния для точной установки температуры и скорости, таким образом можно просто и быстро выполнять любой повторный тираж. Нет ничего проще – необходимо лишь отпечатать изображение на вашем лазерном принтере, установить желаемую температуру и скорость, используя цифровое управление, запустить машину, нажать ручку натиска и приступить к созданию недорогого фольгированного изображения с высокой рыночной стоимостью. Машина работает с листами бумаги шириной до 320 мм и любой длины. Так как фольга переносится на отпечатанный лазерным принтером тонер, нет необходимости в наличии дорогого металлического клише. Никаких специальных расходных материалов, обучения или опыта не требуется для производства фольгированных изображений высокого качества с помощью данного аппарата.

вает лист из приемного лотка и подает его в узел резки, где поперечный гильотинный нож режет поперек листа, а роликовые продольные ножи распускают лист вдоль. В результате резки получаются готовые визитки, фотографии, бейджи и прочая полиграфическая продукция с заданными размерами резки, которые выбирает оператор на панели управления. Обрезки листа собираются в большом лотке под бункерами готовой продукции. Легкая замена роликовых продольных кассетных ножей 50 мм или 90 мм (в комплекте обе кассеты ножей). Регулировка размера реза гильотинного ножа поперек листа с шагом 1 мм., от 40 до 240 мм. Память – до 9 заданных параметров реза для каждого формата. Скорость резки – A3+ до 100 шт. за 1 минуту. Регулируемые программные настройки гильотинного ножа дистанции (поля) между карточек и отступа от края листа с шагом 0,1-1 мм. Максимальный размер листа для резки: 320x480 мм.

Универсальное оборудование для рекламно-производственных компаний



Владимирская компания «Вектор А»

В рекламно-производственной компании «Вектор А» в городе Владимир состоялась инсталляция новой многофункциональной режущей системы iECHO TK3S. Сергей Круглов, директор компании «Вектор А», отметил сходство оборудования с известным швейцарским брендом. Как оказалось, сходство не ограничивается внешним видом, также в полной мере относится к внутреннему устройству машины, используемым материалам, электронике и программному обеспечению. Используемые режущие инструменты совместимы и на 100% взаимозаменяемы.

После того как ГК «ТЕРРА ПРИНТ» начала поставку оборудования iECHO в России, решение компании «Вектор А» установить оборудование было принято окончательно. Сергей Круглов объяснил, что оборудование обеспечивает необходимый функционал и качество продукции, плюс ко всему, гарантирует уверенность в оперативной и доступной сервисной поддержке при необходимости.

Компания «Вектор А» непохожа на традиционную полиграфию: цеха с разнообразными столярными и фрезерными станками, сварочным, лакокрасочным, электротехническим и монтажным участками, с засыпанными пластиковой и деревянной стружкой полами. В одном из помещений располагается широкоформатный сольвентный принтер с шириной рулона 3,2 метров, который оперативно

печатает рекламный баннер крупного размера. Принтер печатает изображение хорошего качества на баннерной ткани и сетке, самоклеящейся пленке, бумаге и других гибких материалах. Остальные площади плотно заставлены разнообразным производственным оборудованием. В соседних помещениях располагаются распиловочные станки для плитных и листовых материалов, раскройным и несколькими кромочными станками и 21-шпиндельным присадочным станком (для производства торгового оборудования). В отдельном помещении находится вакуумно-формовочная машина для изготовления рельефных пластиковых панелей размером до 2x1,5 метров. Самое большое помещение занимают столы и приспособления для сборки различных рекламных конструкций, начиная от объемных букв, стендов и светящихся вывесок, заканчивая сложными торговыми конструкциями и брендированием автотранспорта (большинство фирменных такси города получило свой внешний облик именно здесь). В системе учета заказов в Google Docs указан номер текущего заказа – 1074. Сергей Круглов подтвердил, что нумерация начинается с начала года.

Компания занимается не только изготовлением, но и выездным монтажом и ремонтом рекламных конструкций. Штат «Вектор А» состоит из двух десятков сотрудников: печатников, резчиков, фрезеровщиков, столяров, сварщиков, монтажников, сборщиков, менеджеров, бухгалтеров. Заказы в «Вектор А» поступают со всей страны от Курска и Анапы до Новосибирска и Мурманска. Сложно назвать крупный город России, где не было бы продукции компании. Стоит отметить, что известность компании достигнута в основном благодаря хорошим отзывам клиентов. Сергей Круглов первоочередной своей задачей называет расширение ассортимента предоставляемых услуг, повышение качества и оперативности выполнения работ. «Вектор А» начинает осваивать технологии 3D-печати раз-



личными пластиками, в перспективе выход на новые рынки. Одним из шагов в этом направлении и объясняется инсталляция iECHO TK3S.

Высокоскоростная планшетная режущая система iECHO

Высокоскоростная планшетная режущая система iECHO широкого формата представляет собой одноили многомодульное устройство с рабочим столом конвейерного типа на массивном основании, предназначенное для автоматической раскройки самых разнообразных материалов. При оснащении фрезерным модулем машина имеет возможность фрезеровать и гравировать мягкие металлы, пластик, дерево, фанеру, ДСП, а также углеродное и стекловолокно.

iECHO TK3S – это оборудование промышленного класса, которое отличается исключительной точностью и повторяемостью обработки, высокой производительностью, надежностью и интеллектуальным управлением. Оборудование позволяет сразу осуществлять раскрой и фасонную резку, не прибегая к использованию лекал и предварительной линейной маркировки, а также режущих штампов. Эта модель оснащена тремя универсальными модулями, которые позволяют одновременно выполнять работу тремя различными инструментальными вставками, смена которых производится легко и быстро. Мощная автоматическая система и ПО для рационального раскроя iECHO дает возможность наиболее экономично использовать материалы и осуществлять резку с макси-

мальной эффективностью. Оборудование простое в эксплуатации: автоматическая резка с минимальным вмешательством оператора. Максимальная ширина резки многофункциональных систем iECHO TK3S – 3,5 метра, длина не ограничена, есть модификации с шириной резки 5 метров. Таким образом, система является одной из самых крупных режущих систем в мире.

Для iECHO предусмотрено несколько типов режущего и пилющего инструмента, что обеспечивает широкую универсальность применения и выбор подходящей инструментальной конфигурации: перо для черчения, осциллирующий электрический или пневматический нож, тангенциальный или ротационный нож, фреза, биговочные колеса, специальные ножи для резки тонких пленок/надсечек или V-образной канавки и другое. Благодаря разнообразию видов и толщин обрабатываемых материалов машина находит применение в различных отраслях промышленности (рекламной, автомобильной, текстильной, обувной, спортивной и многих других).

Управление осуществляется посредством ПК с операционной системой Windows. Параметры работы, величина зоны вакуумного прижима и другие данные задаются через специальное ПО iBrightCut с функциями САПР. С его помощью пользователи могут создавать или редактировать имеющиеся макеты. Управление и контроль всех операций осуществляется в режиме реального времени благодаря особой ERP-системе. Раскройные системы iECHO могут быть укомплектованы как стационарным, так и бесконечным конвейерным столом в зависимости от задач предприятия. Комплектация инструментом, программное обеспечение, количество головок под рабочий инструмент подбираются под конкретные производственные задачи.

Заключение

Система iECHO актуальна для развития специализированных предприятий, работающих на стыке с полиграфией, таких как «Вектор А». Подобное оборудование способно резко увеличить спектр услуг и доходность



компаний, особенно в наши дни, когда снижаются тиражи и клиенты заинтересованы в индивидуальном подходе, персонализации и уникальной продукции для себя, выполненной быстро, с высокой степенью точности и низкой ценой. Применение цифровых режущих систем iECHO способно существенно снизить себестоимость продукции, оптимизировать расход материалов и гарантировать стабильно высокое качество продукции. Поздравляем компанию «Вектор А» с удачным приобретением и желаем ей дальнейшего роста и процветания.

*Руководитель типографии НИУ ВШЭ
Марсель ШАРИФУЛЛИН*

iECHO: ОДНОКЛАССНИК ZÜND И KONGSBERG ПЛАНШЕТНЫЙ РЕЖУЩИЙ ПЛОТТЕР

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

terraPrint

iECHO

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

Цветные широкоформатные аппараты серии KIP



Николай Локис, представитель бренда KIP на Урале

Технология KIP HDP (технология печати высокой четкости) используется во всех современных принтерах KIP. Большое внимание обратила на себя серия KIP 800. Одной из особенностей аппаратов серии KIP 800 является формирование цветного изображения на ленте переноса. Если ранее изображение переносилось на материал с фоточувствительного барабана, то теперь – с ленты переноса. Эта позволяет улучшить качество цветного изображения, свести к нулю расход материала для калибровки принтера и значительно увеличить диапазон используемых материалов. Система KIP 860 подходит для рабочей среды, где требуется многофункциональность в сочетании с компактностью. Как объяснил Николай Локис, представитель бренда на Урале (компания «Графические системы»), сфера применения оборудования разнообразна: от проектно-конструкторских бюро до типографий наружной рекламы и студий дизайна. Региональный рынок уже оценил новинку и активно внедряет оборудование в местные компании. Рассмотрим представленные модели серии KIP 800 более детально.

KIP 860 – это компактная двухрулонная многофункциональная система, имеет встроенный CIS сканер на светодиодной технологии. KIP 860 обеспечивает исключительное качество печати и высокую производительность как для

Коэффициент полезного действия новой серии цветных широкоформатных аппаратов KIP всегда на высоком уровне. Разработчик оборудования – Katsuragawa Electric Co. Японская компания специализируется исключительно на разработке широкоформатного оборудования. Как показывает опыт, узконаправленность компании положительно влияет на эффективность машин.

цветной, так и для черно-белой широкоформатной печати технической документации и графики. Оператор может управлять всеми функциями широкоформатного МФУ с сенсорного экрана с интуитивно понятным интерфейсом. К слову, интерфейс сильно изменился в лучшую сторону, кроме того, для удобства теперь 12" панель управления можно располагать как слева, так и справа от принтера.

Возможность расширения конфигурации системы с помощью различных устройств для вывода и укладки, а также фальцовки отпечатанных документов позволяет повысить эффективность аппаратов и производительность всего документооборота. Вывод отпечатков возможен как на верхнюю систему вывода, так и с тыльной стороны. У всех аппаратов KIP 800 имеются два тыльных вывода отпечатков, расположенных на разной высоте. Специально разработанный автоукладчик имеет регулировку высоты и может работать с обоими тыльными выводами для всех аппаратов. Все аппараты имеют возможность работы с листовой подачей материала. Режим многозадачно-

сти, поддерживаемый данным процессором, используется в полном объеме, так как обработка цветных широкоформатных изображений высокого разрешения требует значительного количества вычислительных ресурсов. Контроллер аппаратов KIP серии 800 позволяет обрабатывать даже самые сложные задания печати без снижения скорости. Для печати доступен широкий спектр материалов: бумага различной плотности и фактуры, бумага с непрозрачной подложкой, различного вида пленки и кальки, самоклеящиеся материалы. Все копии и отпечатки светостойчивы. Система сухого тонера СМУК цветных аппаратов KIP серии 800 производит водостойкие изображения. За счет наличия прочной стальной рамы, а также применения высококачественных подшипников и моторов конструкция аппарата рассчитана на долговременную надежную работу. Аппарат способен работать 8 часов подряд в течение всей недели. Высокое разрешение печати (600*2400 dpi), фазовое управление синхронизацией вращения барабанов, автоматическая подстройка натяжения материала способствуют получению изображений превосходного качества с высокой скоростью, стабильностью и надежностью. Технология быстрого переключения рулонных податчиков KIP 800 Quick Switch повышает реальную производительность, когда необходимо быстро перейти на печать с носителя другого формата при печати смешанных наборов документов разных типов и форматов.



KIP 980



KIP 990



Самая быстрая в мире цветная инженерная машина KIP 900

Усовершенствованной, более производительной версией является серия KIP 900. Автоукладчик – стандартное устройство для всех систем данной серии. Специальные держатели предотвращают сдвиг верхних листов при выводе очередного отпечатка: на выходе получается аккуратная стопка отпечатков разного формата с выравниванием по заднему краю. Большая емкость автоукладчика серии KIP 900 позволяет при печати тиражей оставлять аппарат без присмотра до полутора часов. Все отпечатки и копии, сделанные цветны-

ми системами KIP серии 900 и 800, обеспечивают высочайшую долговечность изображения, являются полностью светостойкими. Цветные системы KIP серии 900 являются комплексным решением задач широкоформатной печати, охватывающим диапазон от архитектурных, инженерных и строительных документов до карт, плакатов, знаков, увеличенных фото без ущерба для качества и производительности. Благодаря высокому качеству печати, низкой стоимости отпечатков и высокой производительности эти аппараты стали настоящими бестселлерами рынка как в России, так и за рубежом в сегменте цветной широкоформатной печати.

Аксессуары цветных аппаратов KIP серии 900



Укладчик

Профессиональный укладчик KIP серии 900 с выравниванием краев уменьшает послепечатную обработку, повышая эффективность рабочего процесса. Тщательно укладывает множество страниц разнообразных форматов, что позволяет осуществлять выпуск тиражей без участия оператора.



KIP FOLD 2800

KIP Fold 2800 автоматизирует процесс сложения широкоформатных документов, обеспечивая сложение, укладку и сортировку в компактной конструкции. Онлайн-фальцовщики KIP обмениваются данными с принтерами KIP, полностью совместимы с программными приложениями KIP и драйверами печати для обеспечения безостановочной эффективной работы.



Копирование и сканирование

Цветные системы KIP серии 900 обеспечивают эффективное высокоскоростное копирование документов. Исключительное качество изображения достигается благодаря реальному оптическому разрешению сканирования 600×600 dpi у совместимых сканеров KIP с улучшенной оптической системой и прецизионному механизму протяжки оригиналов, обеспечивающему точность сканирования до одного пиксела.

Николай, какова себестоимость печати?

На 1 м² чертежа тратится тонера в денежном эквиваленте в среднем около 0,06\$. Если речь идет о плакатах с заливкой, близкой к 95%, тонера уходит около 0,85\$. Разумеется, к этим цифрам необходимо добавлять ресурсные детали – это примерно 0,14\$. Таким образом, без учета материала себестоимость квадратного метра получается меньше доллара.

Получается, что на рынке две практически идентичные модели? Какие есть существенные различия?

Любое новое устройство имеет отличия, если говорить о Katsuragawa, то это всегда устранение существующих недостатков.

Идеальных технологий не существует, когда есть стремление к идеалу – это всегда хорошо. Что касается преимуществ 900 модели, на сегодняшний день это самая быстрая машина как в цвете, так и в монохромной печати. Посудите сами: 16 A1 в минуту при цветной печати и 20 A1 в минуту при черно-белой печати. Кто еще может похвастаться такими скоростями? Конкурентов нет.

Допустим, у компании нет необходимости в цвете, нужна оперативная черно-белая печать, можно ли рекомендовать KIP 900?

Разумеется, можно. Katsuragawa разработала KIP 900 с учетом этих потребностей рынка. При печати в черно-белом режиме цветные блоки в работе не участвуют вовсе.

Оборудование доступно в продаже в Уральском регионе?

Да, оборудование можно приобрести уже сейчас. За более подробной информацией обращайтесь по телефонам 8 (343) 286-01-28, +7(904)-54-95-833. Готов проконсультировать, ответить на все вопросы. Плюс ко всему, предоставляем возможность демонстрации оборудования, что особенно важно при выборе печатной машины.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Масштабные перемены в типографии «Артес» В типографии установлена новая печатная машина RMGT 790ST-4



«Артес» занимается печатью книг и периодических изданий, выпускает печатную сувенирную и рекламную продукцию, изготавливает фирменную упаковку и бизнес-сувениры. Типография «вступила в игру» в 2000 году. За такой продолжительный срок компания заработала репутацию надежного партнера – постоянными клиентами типографии стали крупные компании Свердловской области. Все отмечают бесспорно качественный результат и оперативность типографии: всегда есть уверенность, что даже сложный заказ будет выполнен в кратчайшие сроки.

Возможности типографии позволяют параллельно производить разноплановую продукцию, это сохраняет короткие сроки изготовления. Один из постоянных заказчиков компании – известная сеть магазинов, которой необходима регулярная печать часто обновляю-



Работа в полиграфии подобна серьезной шахматной партии. Для победы мало знать правила. Главное здесь – четко разработанная стратегия, которая позволяет выстраивать каждый ход более чем грамотно. Типография «Артес» на полиграфическом рынке уже 18 лет. Срок достаточно серьезный, чтобы понять и изучить технику игры.

щихся каталогов продукции с информацией об акциях. Тиражи такой продукции составляют несколько десятков тысяч.

Слаженная работа «Артес» – это несколько десятков сотрудников и высокотехнологичное оборудование. Чтобы всегда гарантировать своим клиентам стабильно высокое качество печати и постпечатной обработки, типография регулярно обновляет и модернизирует парк машин.

Заказчик с каждым годом становится все более требовательным. Такой подход, в свою очередь, повышает спрос на «умное» производство, которое в обмен на умеренные инвестиции гарантирует стабильно высокое качество. В этом плане размах типографии «Артес» действительно удивляет. Это касается как масштаба мыслей, планов коллектива, так и парка оборудования и производственных площадей компании. Типография «Артес» обладает высококлассным парком оборудования

и предлагает заказчикам полный спектр возможностей: офсетную и цифровую печать, различные виды отделки и полный цикл финишных операций.

Исходя из этого руководство типографии приняло решение приобрести оборудование, отвечающее сразу всем аспектам производства. «Артес» имеет в своем производственном багаже большой и положительный опыт эксплуатации печатного оборудования марки Ryobi. Выросший за последнее время объем заказов стал стимулом для принятия решения о приобретении новой печатной машины второго формата RMGT 790ST-4. Машина гармонично вписалась в масштабную производственную базу типографии. Как объяснил Сергей Хрущев, генеральный директор типографии «Артес», компания достаточно долго и плотно изучала все возможные пути развития и дальнейшей модернизации парка печатных машин. Поэтому наиболее оптимальным решением стало приобретение новой четырехкрасочной



офсетной печатной машины второго формата с высоким уровнем автоматизации. Японская компания RMGT – эксперт на рынке надежного офсетного оборудования, зарекомендовавшая себя с положительной стороны.

Машина RMGT 790ST-4 доказала, что в полной мере соответствует требованиям современных условий рынка и запросов самой типографии. Печатный парк «Артес» на сегодняшний день состоит из четырех многокрасочных офсетных машин от В3 до В1 форматов, включая две печатные машины производства RMGT 790 и 525GX.

Всего за несколько месяцев работы оборудование уже продемонстрировало эффективную работоспособность и высокое качество готовой продукции. Стефан Валуйский, генеральный директор компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ», лично совершил визит в Екатеринбург и вручил типографии памятный подарок, а также оценил масштабы производства и убедился в эффективности работы RMGT 790ST-4.



Как отметил Стефан Валуйский, компанию «ТЕРРА СИСТЕМЫ» и типографию «Артес» связывает многолетнее сотрудничество. Сергей Хрущев подчеркнул, что компания-поставщик зарекомендовала себя только с положительной стороны, поэтому вопрос об оборудовании, которое дополнит уже имеющийся парк, не стоял. То же самое относится и к оборудованию Horizon, которое не один год успешно функционирует в условиях оперативной работы типографии.

По словам Сергея Хрущева, у типографии множество идей, которые начинают активно реализовываться благодаря положительным переменам парка оборудования. В планах типографии – освоение новых горизонтов, в том числе в сфере производства упаковки. Инсталляция RMGT 790ST-4 – ход конем, который приведет успешную компанию «Артес» к еще большему успеху.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

5 причин купить светодиоды



Совершенно сухой оттиск



Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по непитьвающим материалам



TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин
led@terrasystems.ru



SPECTRAL UV
A BALDWIN Technology Company

Особый подход: специальная бумага для цифровой лазерной печати



Бумага – это нечто большее, чем просто тонкий лист с гладкой поверхностью. Бумага может передавать определенные ощущения и добавлять новое измерение напечатанному посланию.

Для большинства людей бумага – не более чем носитель информации. Поэтому самой бумаге уделяют недостаточно внимания, ведь на роль носителя информации подойдет и обыкновенная писчая бумага. Но когда задача издателя – оказать на свою целевую аудиторию сильное влияние, бумага становится ключевой составляющей печатной продукции. Для достижения желаемого результата в бумаге все должно соответствовать наивысшим требованиям: и тактильные ощущения от прикосновения, и ее оттенок, и характеристики экологичности, и способность качественно передавать изображение.

Самой популярной бумагой для печати считается мелованная бумага, она позволяет увеличить иллюстративность и красочность таких изданий, как художественные репродукции, журналы, проспекты, каталоги, этикетки, книги, плакаты. Высокая гладкость мелованных бумаг позволяет вести печатание с хорошей пропечаткой при малых толщинах красочного слоя.

На потребительские свойства бумаги влияет лоск бумаги. Бумага с высоким лоском используется для воспроизведения иллюстраций, но вызывает утомление зрения при чтении. Матовая бумага также имеет недостаток: со временем контрастность печати на ней уменьшается.

Чаще всего мелованную бумагу используют для офсетной печати, но что делать, если у вас оборудование для цифровой печати? В этой статье остановимся на бумаге, которую можно и даже нужно использовать для цифровой лазерной печати.

Цифровая технология печати требует от бумаги совсем других характеристик, чем для офсетной печати. В первую очередь отличия заключаются в составе: чтобы улучшить качество покрытия материалов для цифровой печати, используется искусственно выращенный мел, специальные связующие и полимерные добавки. Кроме того, мелованные бумаги для офсетной печати обычно отличаются более высокой влажностью, поскольку эта технология строится на балансе краска-вода.

Мелованная бумага ARCTIC для цифровой печати

Сегодня фабрика Arctic Paper Grycksbo – ведущий европейский производитель мелованных бумаг с передовыми технологиями, основанными на непревзойденном многолетнем опыте. История фабрики началась, когда в 1740 году Йохан Мунктель получил королевское согласие на основании бумагоделательной фабрики, и уже в следующем году были произведены пробные партии бумаги вручную. В 1836 году на фа-

брике Grycksbo была установлена первая бумагоделательная машина.

Кроме того, фабрика стремится быть наиболее экологически чистым производителем бумаги в Европе. Arctic Paper Grycksbo имеет запатентованную технологию нанесения мелованного слоя. Технология MirroBlade впервые позволяет одновременно наносить шаберное мелование на обе стороны бумаги. Дополнительно производится мягкое мелование, образуя контурное мелование. Именно эта технология гарантирует, что мелованный слой не будет отслаиваться из-за частых изгибов, в отличие от бумаг многослойного мелования. Также благодаря технологии MirroBlade мелованный слой равномерно, с одинаковой толщиной распределен по всей поверхности бумаги. Этот эффект достигается благодаря использованию гибкого резинового наконечника. Контурное мелование также устраняет риск пятнистости изображения.

Особое мелование делает поверхность менее склонной к отмарыванию мелованного слоя и исключает пузырение, которое во многих случаях может возникать при печати на мелованных бумагах в лазерных печатных устройствах из-за высокой температуры. Бумага Arctic имеет высокую жесткость благодаря большому содержанию волокон и малому количеству меловального состава, что дает отличные результаты при подаче бумаги в принтер. Форматы бумаги подобраны таким образом, чтобы направление волокон было оптимальным для цифровой печати. Это придает бумаге прочность и стабильность в размерах. Благодаря этим свойствам мелованные бумаги Arctic используются как для производства картографической продукции (с использованием офсетной печати), так и для воплощения разнообразных идей заказчиков малых тиражей посредством лазерной печати, поскольку технология производства этих бумаг решает проблему деформации

Характерные особенности бумаг Arctic Volume:

- высокая непрозрачность
- повышенная пухлость
- высокая контрастность
- точная цветопередача
- великолепные результаты при многоцветной печати
- оптимальные свойства для фальцовки
- отличные результаты послепечатной обработки
- экологически чистое производство (сертификаты FSC и PEFC)
- базовые граммажи от 90 до 250 г/м²
- отсутствие бликов при чтении с листа
- тактильная мягкость

листа в лазерном принтере под воздействием высокой температуры.

Arctic Volume – это высококачественные пухлые чистоцеллюлозные дизайнерские бумаги, двухстороннего и двухслойного мелования, которые обеспечивают великолепные результаты для различных видов типографских работ. Эти бумаги идеально подойдут для 4-х цветной печати каталогов, книг, журналов, рекламных материалов, в случаях, когда восприя-

тие достигается не только от визуальной картинки, но и дополняется тактильными ощущениями. Бумаги Arctic Volume различаются между собой оттенком бумаги.

Arctic Volume White – матовая пухлая дизайнерская мелованная бумага. Матовая поверхность обеспечивает отличные печатные свойства и высококачественное воспроизведение изображения, подчеркивая естественное ощущение бумаги. Пухлость, непрозрачность

и жесткость бумаги делает ее идеальной для печати полноцветных книг, фотокниг, рекламных материалов, журналов, постеров и других материалов, требующих особого тактильного ощущения.

При производстве Arctic Volume Ivory не применяются оптические отбеливатели, бумага имеет теплый оттенок слоновой кости. Для лучшей подготовки к результатам печати основного тиража любым способом рекомендуем произвести тестовую печать. Бумага протестирована и одобрена HP Indigo.

Сам по себе выбор бумаги во многом определяет тот эффект, который печатные материалы производят на потребителя, и это следует непременно учитывать. Если вид бумаги выбран правильно, это усилит необходимый эффект. Используя бумаги Arctic Volume, вы получаете удовольствие как от процесса печати, так и от полученного результата.

*Дмитрий Смирнов, директор
Уральского филиала «Европапир»*

Уральский филиал
ООО «Европапир»
г. Екатеринбург,
ул. Хомякова, д.17
ural.info@europapier.ru
тел.: (343) 376-81-41
факс: (343) 376-81-41
www.europapier.ru

EUROPAPIER



FIRST OF ALL EUROPAPIER – символ многообразия ассортимента,
безупречного сервиса и стремления быть наиболее
клиентоориентированной компанией на рынке!

«ОктоПринт Сервис»: «Мы снимаем нагрузку с заказчика»

Кейс станции смешения «хубергруп РУС» в Екатеринбурге: как успешно изготавливать краску на протяжении 5 лет и увеличивать число благодарных заказчиков.

5 лет назад на площадке одного из крупнейших полиграфических предприятий региона – типографии «Фабрика цвета» – начала свою работу колористическая станция смешения «хубергруп РУС». Станция смешения расположена в Екатеринбурге, разместилась на площади 80 квадратных метров. Хранилище образцов изготовленного материала, библиотека рецептуры, паспорта заказов, банки с концентратами, веера Pantone, специальное оборудование и стол с компьютером – так выглядит рабочее пространство технолога. Прием заказов, определение рецептуры, процесс смешения материалов, тестирование на оборудовании, сверка результатов на компьютере – типичный активный рабочий день колориста. Сотрудники работают здесь практически с момента основания. Несмотря на то что колористы отлично справляются со своим делом, они продолжают повышать свой уровень квалификации, регулярно проходят внутренние обучения, изучают вебинары по смешению цветов. Колорист сравним с шеф-поваром: мастерски работает с материалами, знает, в какой момент и сколько ингредиентов нужно добавить, чтобы получить необходимый оттенок цвета.

Станция смешения Екатеринбурга седьмая в России. По словам Елены Лесуновой, руководителя фи-

лиала компании «ОктоПринт Сервис» и станции смешения «хубергруп РУС» на Урале, потребность в создании возникла в связи с желанием сделать работу региональных типографий оперативной. Доставка накладывает на себя определенные сложности, в то время как у клиента каждая минута на счету. Потребность регионального рынка в местном производстве краски была высока и остается таковой. При добавлении разных вспомогательных добавок доступно изготовление красок с различными свойствами: стойких к истиранию, под УФ-лакирование, фольговых, с пониженной липкостью, возможно изготовление смесевых красок для последующей печати по жести. Для замешивания краски на станции

рынка, объем заказов стабилен, пятилетний рубеж станция смешения переступила вместе с постоянными заказчиками. Основные клиенты станции смешения – производители упаковки и этикетки. Карта заказов: от Миасса и Челябинска до Кургана и Тюмени. В 2017 году станция отметила прирост количества заказов на 27% по сравнению с 2016 годом.

Залогом успеха станции смешения можно считать основательный подход к делу, в том числе внимательное отношение к каждому заказчику, индивидуальный подход. Специалисты прикладывают все усилия, чтобы обеспечить клиенту оперативность и комфорт. Например, хранят рецептуру, в которой указан год, номер заказа, подробные характеристики, концентраты, название картона и другие параметры. Это исключает сложности при повторном изготовлении заказа, клиенту всего лишь надо сообщить номер предыдущего заказа.

«Станция смешения оснащена программой Ink Formulation для компьютерного подбора цвета, которая дает возможность настройки на системы смешения красок Pantone»

смешения используются концентраты и другие компоненты фирмы Huber Group производства Германия. Процесс «готовки» от подбора ингредиентов до выдачи заказа происходит в течение дня. Готовая краска фасуется в одно- и двухкилограммовые банки, а также в пяти- и десятикилограммовые ведра. Несмотря на трудности

Еще один ключ к завоеванию сердца заказчика – умение на месте оперативно решать вопросы, которые возникают в процессе. Как отмечает Елена Лесунова, сложность заключается в том, чтобы убедить заказчиков, что на различных видах бумаг цвет будет выглядеть иначе, так как подложка играет огромную





роль в отражении цвета. Для того чтобы избежать несовпадений, станция смешения имеет в своей «библиотеке» образцы различных видов бумаги и картона, которые используют компании-заказчики. Если же необходимо согласовывать выкрас, специалисты типографии могут лично принять участие в подборе нужного цвета. Контроль цвета также осуществляется с помощью портативного спектрофотометра SpectroEye, в который включены колориметрические и денситометрические функции, необходимые для точного измерения и контроля печати основных и специальных цветов. Нажатием на клавишу цветовые отклонения могут быть отображены на дисплее прибора в графическом

или цифровом режиме. Для последующего быстрого анализа данных измеренные образцы могут быть автоматически объединены с ближайшим эталонным значением. Это важно, так как восприятие цвета у каждого человека разное, поэтому существует задача его объективной цифровой оценки.

После того как получен и проверен выкрас, соответствующий необходимому цвету, специалисты используют весы и устройства для замеса краски Collomix, изготавливают порцию краски, необходимую заказчику. Контроль качества полученной краски происходит с помощью панели управления программы. Станция смешения оснащена программой Ink Formulation для ком-

пьютерного подбора цвета, которая дает возможность настройки на системы смешения красок Pantone. Благодаря применению высокоточного оборудования и профессионализму колористов цветовое различие (дельта E) не превышает 3 единиц. Нередко компании останавливаются на эксклюзивности изготовленного для них материала – настолько цвет попал в яблочко.

«Станция смешения востребована и продолжает набирать обороты, мы снимаем нагрузку с заказчика», – подчеркивает Елена Лесунова.

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



huber
group
www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

Москва +7 (495) 789-80-81
Санкт-Петербург +7 (812) 407-38-78
Екатеринбург +7 (343) 243-52-16
Ростов-на-Дону +7 (863) 322-11-40
Новосибирск +7 (383) 383-50-58
Самара +7 (909) 370-67-89
Тверь +7 (964) 630-99-81
Нижний Новгород +7 (831) 260-14-25

ЛЕТНИЙ



**ПОЛИГРАФИЯ &
ПЕЧАТНЫЙ
БИЗНЕС РЕКЛАМА**

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

ЛАЙФХАКИНГ В ПОЛИГРАФИИ

Уважаемые коллеги, приглашаем вас принять участие в работе традиционного **IV Летнего Уральского полиграфического форума**. Форум пройдет **1 июня 2018 г.** на территории одного из загородных клубов вблизи Екатеринбурга.

В программе:

1 блок «Выбор ПО и лайфхакинг».
Рассматриваются вопросы, связанные с выбором технических и программных средств АСУ, web-to-print, print-on-demand.

2 блок «Технологический».
Выступления специалистов компаний-поставщиков материалов и оборудования для полиграфии.

Более подробную информацию по мероприятиям форума, выступающим, расписание вы найдете на нашей страничке в ФБ Уральский полиграфически форум или на сайте www.uralprintforum.ru

Стоимость участия 4000р (по б/н 6000р.).
По окончании форума будет организован банкет в этническом стиле «Грузия в Екатеринбурге» — блюда и напитки кавказской кухни.

Мы приглашаем все заинтересованные компании принять участие в докладах по тематике конференции, а также в организации 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.
Регистрация через нашу страницу в ФБ или по адресам: adi8@ya.ru / datarasov@ya.ru

Мимакс-Урал

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

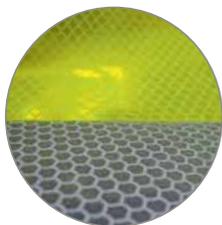
Тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: mimakiural@mimakiural.ru
www.mimakiural.ru



**ПЛАНШЕТНЫЕ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
С ШИРОКИМИ* ВОЗМОЖНОСТЯМИ**
ПРИЕЗЖАЙТЕ В НАШ ДЕМОЗАЛ НА ДЕМОНСТРАЦИЮ



Доступные размеры
рабочего стола:
от 610 x 815 мм
до 1230 x 2520 мм



Светоотражающие
материалы



Ткани, кожа



Вспененный ПВХ



Гофрокартон



Пенокартон

*Функции резки, перфорации, биговки, черчения за счет сменных режущих головок





Открой неизведанное. Versafire.

Цифровая печать становится более гибкой благодаря опыту, накопленному к настоящему времени. Машины Heidelberg Versafire позволяют не только печатать на самых разнообразных материалах, но и с помощью уникального программного обеспечения Prinect Digital Frontend обеспечивают 100-процентную цифровую интеграцию.

→ heidelberg.ru

Получите
образцы печати
бесплатно!

→ [www.heidelberg.com/
vf-ru](http://www.heidelberg.com/vf-ru)



Реклама

HEIDELBERG

Представительство ООО «Гейдельберг-СНГ» в г. Екатеринбург
620066, Екатеринбург, ул. Блюхера, 88, офис 304
Тел./факс: +7 (343) 271-24-44
HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru