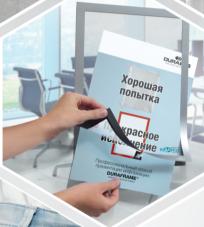
# ПЕЧАТНЫИ ПОЛИГРАФИЯ РЕКЛАМА В (127) СЕНТЯБРЬ-ОКТАБРЬ-ОКТАБ

Сувенирное время Обзор трендов Зарубежные эксперты на Урале

Внутренний портрет Валерий Балябин Опыт Новые технологии Новинки оборудования

















Первый сувенирный дистрибьютор на территории России

Приглашаем дилеров к сотрудничеству

durable.gift 8 800 500 07 81

# prin tech



6-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПЕЧАТНОГО И РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

15-18 2021 москва, мвц «крокус экспо»





### Свежее дыхание осени вдохновляет на свежие идеи.

Эксперты убеждены, что сила мысли работает. Настраивает на эффективность и правильный курс. Осень ассоциируется со стартом нового сезона, получением знаний. Кроме того, это время года наступает со своими правилами: не торопиться, больше анализировать, размышлять, делать выводы. «Очень важно уметь сохранять спокойствие и уверенность в своих силах. Вселенная имеет множество вариантов развития событий. Загадывайте желания и позвольте ей беспрепятственно совершать благо для вас».

Можно уверенно сказать, что осенний период в полиграфии начался бодро, начало нового сезона удалось на славу. Зарубежные эксперты, которые выступали на семинарах, задали правильный тон работы, вдохновили на эффективность. Одна из главных целей, которую подчеркнули спикеры: достичь максимального качества во всем. Работаем на полную мощность — и вселенная будет способствовать вашему успеху.

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

Учредитель: ООО «Цифровые решения». Главный редактор: Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). Журналист: Семейкина М.В. (semejkina.margo@mail.ru), Ушакова М.А. Дизайн и верстка: Садыкова К.В. Корректура: Власюк Т.Я., Семейкина М.В. Адрес редакции и издателя: 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. Телефон редакции: (343) 286-17-44. 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 № ТУб6-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №5 (127) сентябрь - октябрь 2019. Подписано в печать: 23.10.2019. Выход в свет: 28.10.2019. Печать: типография «Астер» (Екатеринбург, ул. Черкасская, 100). 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. © 2019 «Печатный бизнес. Полиграфия & оеклама».

16+

### Читайте в номере:

### новости

- 2 Представители компаний NBC, KIWO, MARABU на Урале
- 6 Семинар компаний «Графические системы», «ФортЛенд», Ricoh Rus
- **10** «Гейдельберг-СНГ» на WorldSkills Kazan 2019
- 12 Международная выставка «Реклама и Печатное Производство»
- 13 Упаковочный тур с «ЯМ Интернешнл»
- **14** Новинки оборудования от «ФОРТ ДИАЛОГ Исеть»
- 16 Новости компаний Konica Minolta, «Интернет-склад подарков»
- Форум «Уральский корпоративный подарок»

### ВНУТРЕННИЙ ПОРТРЕТ

**22** Валерий Балябин, генеральный директор ГК STAN

#### СУВЕНИРНОЕ ВРЕМЯ

- 24 Обзор сувенирной отрасли
- 27 VIP-подарки от A до Я

#### ОПЫТ

- 28 «Любавич»: сделано с любовью
- **30** Ricoh Ri 100: успех доказан
- 46 Дизайн столицы Урала

#### **OB30P**

- **32** Технология AMS LED-UV от «TEPPA C/C/TEMЫ»
- 35 Koenig & Bauer Rapida 75 PRO
- 36 Результаты работы ГК «ТЕРРА ПРИНТ»
- 38 MAMO Plasti 350 XP, Cyklos TriFold 360 от «ФортЛенд»

### **ДЕТАЛИ**

- **40** «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»: сервис и поставка клеевых систем
- 42 «Европапир»: бумага на любой вкус

### ВКЛАД В ПОЛИГРАФИЮ

**44** Главные выводы научной работы Д. А. Тарасова и О. Б. Мильдера



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
Деловой Партнер	ул. Титова, 19И, оф. 204	(343) 207-53-99
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, 7Ч, оф. 201	(343) 243-52-16
Папирус-Столица	ул. Черняховского, 106	(343) 310-20-81
Прагматика	ул. Бажова, 68	(343) 253-15-76
РеаЛайн	ул. Тургенева, 13, оф. 204	(343) 221-29-06
Ремэкс-Урал	ул. Вишневая, 1 (2Д)	(343) 204-77-20
Студия Черкасова	ул. Коминтерна, 16, оф. 315	(343) 379-47-58
Урал-Минольта	ул. Азина, 55	(343) 2-377-377
ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть	ул. Декабристов, 75	(343) 351-75-90
ЯМ Интернешнл (Урал)	ул. Московская, 54, оф. 101	(343) 312-12-10
POLIGRAF-PARTNER	пер. Автоматики, 3, к.3, оф. 6	(343) 361-67-75
Челябинск		
Дубль В	Комсомольский проспект, 10	(351) 217-50-23
Печатный мастер	ул. Энтузиастов, 12, оф. 601	8-952-500-79-22
РЕКПОЛ	ул. Лесопарковая, 7, к.2, оф. 301	8-950-734-66-44 8-964-244-34-34
Тюмень		
Полиграфмаркет	ул. Мельникайте, 106, оф. 106, 107	(3452) 61-83-05
Курган		
ДАММИ	пр. Машиностроителей, 13А	(3522) 25-55-40
Пермь		
Графические системы	ул. Барамзиной, 42 к.3	(342) 25-840-90

### Новости



## Графический дизайн



Компании «Графические системы» и «Дигл-Дизайн» смотрят в одном направлении. Практический семинар в начале сезона — классика жанра. Каждый раз семинары становятся все более информативными и актуальными. В этом году встреча стала событием мирового масштаба — и это не просто громкие слова. На Урале в рамках одного семинара выступили представители компаний NBC, KIWO и MARABU.

### Это искусство

Семинар «Искусство быть первым при любых обстоятельствах» состоялся 24 сентября. Организаторы подготовили для участников большой объем полезной информации для эффективного решения технологических вопросов трафаретной печати, в том числе печати по текстилю.

«Настоящий профессионал обращает внимание на детали». Именно поэтому семинар получился таким эффективным: эксперты не только предоставили общую информацию по нескольким направлениям печати, но и обсудили детали, которые влияют на организацию производственного процесса.

Сергей Бакшиш, генеральный директор компании «Графические системы», открыл семинар, выразил благодарность участникам мероприятия и представил компанию. «Графические системы» известна не только на Уральском рынке, но и за его пределами. Сергей Бакшиш отметил, что в этом году формат семинара нетипичный для компании. Если обычно это большое количество оборудования и демонстрация, то в этот раз упор делается на теорию. И неслучайно: это осознанный выбор, который позволяет не поверхностно изучить ассортимент, а максимально вникнуть в тему грамотного выбора расходных материалов с учетом особенностей рынка и работы каждой конкретной компании.

«Дигл-Дизайн» работает на рынке более 25 лет, история компании началась именно с сотрудничества

с брендами NBC, KIWO и MARABU. Максим Гудков, исполнительный директор компании «Дигл-Дизайн», подчеркнул значимость данных брендов и их роль в стратегическом развитии компаний-клиентов. «Наша основная задача — бесперебойное обеспечение расходными материалами, технологическая поддержка, организация лучших условий работы как для дилеров, так и для конечных клиентов», — отметил Максим Гудков и добавил, что компания «Графические системы» отлично знает потребности Уральского рынка, и это помогает предлагать клиентам только актуальные решения.

### NBC

Первым выступил Питер Фляйшер (Peter Fleischer), руководитель европейского представительства NBC, который познакомил участников семинара с историей компании NBC Meshtec, рассказал о том, как сетки NBC способствуют

высокому качеству производства во многих сегментах: солнечные батареи, медицина, панели приборов, OLEDдисплеи, электроника, графическая печать, реклама, деколь, керамика, стекло, текстиль и многое другое.

Для повышения производительности, тиражестойкости и точности многократного воспроизведения высокомодульная сетка NBC предлагает целый ряд преимуществ. Сетки NBC серии Alpha не требуют обезжиривания за счет специальной заводской поверхностной обработки.

Неоспоримым преимуществом работы с сеткой является экономия затрат за счет более быстрого процесса изготовления трафаретных печатных форм. Антистатическая обработка сеток гарантирует минимальное притяжение пыли во время натяжения и экспонирования. Это положительно сказывается на процессе печати, особенно если существенны проблемы со статическим электричеством, например, при печати по пластикам или синтетическим тканям.

Одним из неоспоримых преимуществ сеток NBC является минимальное изменение степени натяжения в течение всего процесса печати. Сетки NBC демонстрируют великолепную прочность волокон, деформация сетки незначительна, что в конечном итоге ведет к точной цветопередаче и стабильности печати.

Полиэфирная сетка NBC позволяет быстро произвести натяжение до высоких значений. Решающее преимущество сетки NBC заключается в том, что степень натяжения в течение всего процесса печати изменяется лишь минимально. Технологический зазор между сеткой и запечатываемым изделием может быть уменьшен. Срок службы трафарета при минимальном значении технологического зазора сильно увеличивается, при этом, что важно — уменьшается износ сетки.

За счет уникального волокна сетка NBC обеспечивает оптимальное поверхностное натяжение в течение длительного времени. Поэтому адгезия между сеткой и фотоэмульсией намного лучше, а срок службы трафаретной печатной формы намного дольше. Это положительно сказывается при печати полутонов в растровой печати, а также тонких пробельных линий и элементов в векторной печати.

Оптимальное поверхностное натяжение полиэфирной сетки NBC положительно влияет на прохождение краски через ячейки. Это позволяет улучшить разрешение мелких растровых точек и тонких линий, равномерность красочного слоя (особенно в плашках), а также значительно увеличить скорость печати.

Питер Фляйшер познакомил участников семинара с высокими стандартами качества NBC, рассказал о том, как нужно выбирать правильную сетку и о том, какие параметры будут влиять на этот выбор.

#### **KIWO**

Компания KIWO — мировой лидер в производстве материалов для изготовления и регенерации трафаретных печатных форм, печатных клеев, резистов и покрытий,



применяемых при выборочной защите поверхностей. В 2019 году компания отпраздновала свой 125-летний юбилей и представила несколько инновационных продуктов, в который раз подтвердив лидирующие позиции на рынке специальных видов печати.

«В трафаретной печати очень много переменных, которые необходимо контролировать для получения достойного результата», — объяснил Милан Веймерт (Milan Weimert), технолог компании KIWO, и в ходе

презентации наглядно продемонстрировал результат влияния переменных составляющих процесса изготовления трафаретной формы на результат печати в целом.

Многие ошибки, допущенные при печати, можно исправить, однако устранить последствия неправильного изготовления трафаретной формы в процессе печати практически невозможно. Вот почему так важно соблюдать правильную технологию на каждом из этапов формного процесса.

В рамках своего выступления Милан Веймерт описал все технологические процессы — от натяжения и приклеивания сетки к раме до выбора фотоэмульсии КІWО и окончательной очистки сеток от любых теневых изображений. Милан Веймерт подробно остановился на самом интересном для профессиональной аудитории — выборе правильных продуктов в зависимости от конкретных целей и задач.

Кроме традиционных для рынка изготовления ТПФ материалов компания KIWO разработала несколько по- истине уникальных продуктов: комплексное средство для подготовки сеток KIWO MESH X-CEL, новую универсальную эмульсию AZOCOL Z 140, обновленную версию популярной эмульсии для текстиля и керамики CERACOP 2302T, концентраты для удаления эмульсий и высокоэффективные средства для полной очистки сетки. Не будем пересказывать всю презентацию, отметим только, что она была максимально активной с точки зрения интереса аудитории, количества и качества задаваемых вопросов.

#### **MARABU**

Marabu делает ярче мир вокруг нас. С момента основания в 1859 году компания создает инновационные краски для самого широкого спектра применения.

Сегодня Магаbu является ведущим мировым производителем Hi-End красок для трафаретной и тампонной печати. Вместе со своими дочерними предприятиями и с помощью сертифицированных дистрибьюторов Магаbu поставляет свою продукцию и сервис на рынки более 80 стран мира. «Компетентность в мире красок» для Marabu не только девиз, но и результат многолетней интенсивной работы, стимул к инновационным разработкам, благодаря которым компания может предложить своим клиентам высококачественную, отвечающую самым современным запросам рынка, продукцию.



### Новости

«Мы работаем изо дня в день, чтобы быть уверенными в том, что наше имя и наш бренд являются синонимами качества» — гордятся сотрудники компании.



Владимир Комадей, технолог по применению красок компании Marabu,

представил краски и вспомогательные средства для трафаретной и тампонной печати.

Трафаретная печать весьма многогранна. Ни один другой спо-

соб печати не предоставляет такого количества возможностей для декорирования — будь то стекло или металл, ПВХ, полиэтилен (РЕТ), полипропилен (РР), текстиль, акриловое стекло или любой другой материал. Важно, чтобы краски обладали свойствами, соответствующими специальным областям применения: они должны иметь высокую кроющую способность, демонстрировать устойчивость, иметь хорошую адгезию, а в отдельных случаях быть эластичными.

В ходе своей презентации Владимир Комадей познакомил слушателей с основными сферами применения различных серий красок Marabu.

Печать по корпусам изделий — прямая печать по емкостям из PE, PP, PET или из других искусственных материалов — это важный промышленный сегмент. Идеальным и подчас единственным способом для такого декорирования является трафаретная печать.

Стекло — декорирование бутылок, стаканов для напитков и косметических флаконов постоянно требует новых, индивидуальных возможностей воплощения. В качестве эксперта по органическим краскам для стекла Marabu предлагает своим клиентам уникальные возможности, насыщенную цветовую палитру и возможность получения любого оттенка по вееру Pantone.



Этикетки — от прозрачной no-label-look до высококачественной фирменной этикетки с высокими характеристиками химической устойчивости: практически каждый продукт имеет сегодня свои индивидуальные характеристики. Хорошая кроющая способность, получение нужной степени глянца или матовости, высокая устойчивость в отношении наполнителей и механических нагрузок говорят в пользу трафаретного способа печати.

Функциональная надежность мембранных клавиатур предъявляет высочайшие требования к трафаретным краскам — это еще один сегмент печати, в котором Marabu является неоспоримым лидером. Такие же, а, возможно, более высокие требования предъявляют и производители автокомпонентов. Красочные системы Marabu однозначно соответствуют требованиям, которые ставит перед трафаретными красками современная автомобильная промышленность.

Решения Marabu для производства банковских, платежных и идентификационных пластиковых карт занимают ведущее положение среди крупнейших мировых и российских производителей такой продукции.

Типографии, специализирующиеся на трафаретной печати, производят самые различные продукты. Многообразие субстратов и поставленные печатные задачи

требуют очень высокого уровня специальных знаний, опыта, гибкости и инновационного мышления. Благодаря практически неограниченному выбору красочных систем у Marabu всегда есть на готове превосходные решения.

Отдельную презентацию Владимир Комадей посвятил обзору красок для тампонной печати как на основе растворителей, так и на базе УФотверждения, а также применение вспомогательных средств для этих красок.

От деревянных изделий до моделей автомобилей: для декорирования игрушек тампонную печать выбирают из-за гибкости, устойчивости и ве-



### Новости

ликолепного качества отпечатка на любых поверхностях. Магаbu разработала тампонные краски, отвечающие самым высоким требованиям и соответствующие предписаниям производителей и законодателей.

Реклама многоцветна, громко заявляет о себе и ее можно найти на различных носителях и бизнес-сувенирах. Широкий спектр различных материалов для печати предъявляет требования к адгезии краски, разнообразию оттенков и к устойчивости, которым Marabu отвечает своим большим ассортиментом, возможностью универсального использования и простотой в работе.

Для декорирования стекла Marabu предлагает красочные серии на основе растворителей и без содержания тяжелых металлов, которые характеризуются хорошей адгезией и устойчивостью к царапинам, большим разнообразием оттенков, многочисленными эффектами и лучшей устойчивостью к обработке в посудомоечной машине.

В косметической промышленности и в сегменте бытовой химии очень часто декорируются полые предметы, крышки или небольшие емкости, такие как баночки для кремов, футляры для губной помады или другие формованные поверхности. Тампонная печать оптимально подходит для декорирования объемной упаковки, потому что в результате получаются детальные изображения, яркие оттенки, большое разнообразие цветов и высокие характеристики устойчивости. Печатные краски Marabu убедительно заявляют о себе высокой кроющей способностью, яркими цветовыми оттенками на самых различных запечатываемых материалах.

Благодаря постоянному развитию и совершенствованию тампонная печать отвечает самым высоким требованиям и давно уже стала широко признанным способом печати. Своей универсальностью она убеждает в том, что с большим успехом может быть использована в декорировании разнообразных поверхностей и для нанесения различных обозначений и маркировки. На требования рынка компания Магаbu отвечает разработками красок, которые могут использоваться для печати на всех распространенных на рынке станках и широко используемых субстратах. Сегодня во всем мире Магаbu является синонимом высококачественной печатной краски, которая производится в соответствии с самыми высокими стандартами и требованиями.

### Ни дня без практики

После выступления каждого спикера следовала очередь вопросов — аудитория делилась жизненным опытом, ситуациями, возникающими на производстве и обсуждала с экспертами пути решения. Это показатель, что семинар — не рекламная презентация. Получился своего рода мастер-класс, после которого участники возвращаются к работе с реальными знаниями и результатами.

Заключительная — практическая часть — это возможность изучить в работе оборудование и продолжить общение в неформальной обстановке. «Кружки по интересам» разделились практически поровну. Это говорит о том, что организаторы попали

точно в цель. Высокий интерес вызвали машины Ricoh Ri 100 и Ri 1000, которые называют текстильными минифабриками. Текстиль предоставила ГК STAN — партнер компаний. «Мероприятие отлично организовано. Для середины рабочей недели было большое количество посетителей, которые приняли участие в данном мероприятии с совершенно конкретной целью — познакомиться с новыми продуктами и возможностями этих продуктов, — делится мнением Павел Мохначев, менеджер по продажам промышленных систем Ricoh Rus. — Участники интересовались



технологиями и оборудованием. В перерывах изучали технику, оценивали возможности оборудования, уточняли технические параметры. Многие клиенты интересовались, каким образом струйная печать может встраиваться в уже имеющееся производство, где успешно работает, например, шелкография.

Один из потенциальных рынков, где принтеры для прямой печати по текстилю могут быть актуальны и востребованы — это рынок печати по тканям методом шелкографии. Цифровая печать успешно справляется с короткими тиражами, а также с тиражами, где требуется полноцветная печать. При этом обе технологии прекрасно могут сосуществовать вместе, дополняя одна другую. Это может быть актуально как для розничных продаж, так и для печати тиражей. При этом, я уверен, что принтеры Ricoh будут отличным дополнением как для промопечати, так и для печати дизайнерских вещей.

Типография может существенно расширить варианты предлагаемой продукции за счет простоты работы и надежности оборудования, которое максимально удобно в работе».

Грамотный выбор оборудования и расходных материалов — это залог успеха, это искусство. Искусство быть первым при любых обстоятельствах.

### Зафиксировать результат Семинар по впечатляющей постпечати

Из печатного оттиска в произведение искусства — для превращения нужен не только талант, но и качественное постпечатное оборудование. «Искусство быть первым при любых обстоятельствах. Перезагрузка» — семинар по постпечати и печати по ткани состоялся 9 октября. Организаторами выступили компании «Графические системы» совместно с компаниями «ФортЛенд» и Ricoh Rus.

### Зарубежный опыт

Полиграфия была, есть и будет — с такой оптимистичной ноты началось мероприятие. «Оттиск — это просто оттиск, важна постпечатная обработка, — подчеркнула актуальность семинара Анна Иванова, директор дилерского отдела компании «ФортЛенд» (Москва). — Мы приготовили такие варианты оборудования, которые будут актуальными и интересными именно для вас. Из оттиска вы получите шикарный продукт, экземпляры, которыми будете гордиться».

Организаторы сделали правильный выбор формата мероприятия и спикеров: обмен опытом с зарубежными представителями, диалог ведущих поставщиков и полиграфистов.

Первым в качестве эксперта выступил Ян Чермак (Jan Cermak), коммерческий директор компании Cyklos (Чехия). В Чехии в свое время зарождалось много полиграфических направлений. Спикер представляет зарекомендовавший себя завод Cyklos, который специализируется на постпечатном оборудовании и является лидером по биговально-перфорационному и фальцевальному оборудованию для цифровых типографий малых и средних тиражей.



**Ян Чермак** представил краткую историю развития компании. Первый биговщик компания произвела в 1995 году и с тех пор продолжает инвестировать в свое развитие. Все механические части компания производит на своем заводе. **Ян Чермак** рассказал,

из каких этапов состоит этот процесс и отметил стандарты качества. Благодаря регулярному контролю качества компания имеет клиентов более чем в 60 странах мира. Основные рынки-потребители — Испания, Россия, Франция, Германия и Италия.

Бестселлер компании — биговщик Cyklos GPM 450 SA. Подача бумаги осуществляется вручную, далее машина захватывает лист и в автоматическом режиме производит биговку (или перфорацию) по заданной программе количества и отступов бигов. Имеется отдельная программа по определению середины листа, пять видов фальца и производства термообложки. Рабочая ширина (450 мм) позволяет биговать и перфорировать форматы бумаги до A2.

Анна Иванова подчеркнула, что в Уральском регионе данная модель известна и пользуется популярностью. Бумага — живой организм, реагирует на каждое действие, поэтому с ней нужно быть внимательным. Компания Cyklos поставила перед собой задачу — сделать программируемую компактную настольную самостоятельную машину, которая будет делать качественные биги с цифровыми оттисками без заломов и сколов.

Значимый проект 2017 года и высоко оцененная модель — фальцовщик Cyklos TriFold 360, который может фальцевать до 400 грамм бумаги. Максимальный формат SRA3.

Анна Иванова: «Мы работаем с компанией Cyklos достаточно давно. Появление модели GPM 315 в начале нашего сотрудничества можно считать революцией. Для нас было приятным сюрпризом, когда компания Cyklos изначально поставила перед собой задачу, что на ручных маленьких машинах должна быть система встречного марзана, смягчающего удар планки. Завод сделал возможным на маленькой ручной биговальной машине получать продукты качества профессиональных больших биговальных линий».

Большой процент сотрудников компании Cyklos составляют изобретатели и инженеры, которые постоянно совершенствуют продукцию компании. Благодаря компании «Графические системы» машина известна в Екатеринбурге и других городах Урала. Анна Иванова: «Недавно появившаяся модель GPM 450 AirSpeed с вакуумным самонакладом также стала революцион-

ной машиной для цифровых типографий. Представители Cyklos, учитывая наши пожелания, дооснастили машину многими опциональными тулами, такими как календарная и выборочная перфорация. Машина из простой биговальной-перфорационной становится машиной, которая работает в нескольких направлениях и объединяет в себе многие полиграфические процессы. Мы гордимся, что представляем данную машину».

Следующим выступил Андреа Росси (Andrea Rossi), управляющий менеджер компании MAMO Tosingraf (Италия), который представил свою компанию. Компания основана более 40 лет назад и специализируется на производстве постпечатного оборудования. Кредо компании — ориентир на потребности пользователей. Для компании важно создавать надежные машины, отвечающие потребностям рынка. Все оборудование сделано на совесть благодаря итальянскому дизайну и инжинирингу, а также европейским качественным комплектующим.



Марианна Маалауи, коммерческий директор компании «Опус РУС» (Москва), отметила, что продукция компании МАМО Tosingraf представлена на российском рынке уже 10 лет и за этот период компания зарекомендовала себя как отличный партнер и импортер качественной продукции. «Мы регулярно получаем положительные отзывы от клиентов о продуктах МАМО как качественных, надежных и удобных в работе».

В ассортименте компании машины для перфорации, буклетмейкеры, переплетчики, но ключевой продукт — машины для ламинирования. Топовые продукты, на которых Андреа Росси остановился подробнее: рулонный ламинатор MAMO Plasti 350 XP (новинка на российском рынке) и буклетмейкер с квадратированием корешка MAMO SQ-320 DIGIT. В рамках семинара участники ознакомились и оценили новую модель ламинатора в работе, отметили множество преимуществ. Презентация новой модели показала, что у нее есть большой шанс стать популярной в России. МАМО — один из лучших партнеров, когда нужна скорость и гибкость в постпечатном производстве.



Фрезеровальное оборудование — нечастая тема для обсуждения на семинарах, от этого выступление Бориса Погорельского, представителя компании VOLTER (Чехия), стало особенно долгожданным. Компания VOLTER основана в 2012 году и специализируется на производстве фрезерных станков. Оборудование компании установлено в 18 странах Европы. Станки обрабатывают все виды пластика, дерева и цветных металлов. Включают в себя такие процессы как резка, гравировка, фрезеровка, обработка. Борис Погорельский отметил, что компания изначально поставила себе высокую планку и продолжает развиваться. Одно из основных преимуществ станков VOLTER — удобство использования. «Мы создали простой в эксплуатации, эффективный и надежный станок. Оператор обучается работе на наших машинах за 1-2 дня», — подчеркнул Борис Погорельский. Сфера применения фрезеровального оборудования: рекламный рынок — резка рекламных конструкций, постпечатная обработка. Спикер отметил, что сейчас высокими темпами развивается УФпечать напрямую на жестких материалах. Как следствие, часто возникает задача обрезки по вырезанному изображению. Такая опция как камера на станках позволяет вырезать изображение точно по контуру. Опция ножа позволяет быстро и эффективно резать такие материалы как гофрокартон и легкий пластик. Имеются разные фрезы для разных материалов и типов обработки.

Вакуумный прижим повышает производительность работы, уменьшает отход материалов. Лазерный указатель точки позволяет оператору быстро указывать стартовую точку выполнения задания. Для удобства пользователя имеется сенсорный монитор и русский интерфейс. Важная функция — датчик длины инструмента.

«Мы представляем четыре версии станков и различные варианты комплектации станка. Обсуждая установку машины, мы в первую очередь интересуемся у клиента, каким будет размер рабочего поля и максимальный размер материала, чтобы предложить вариант, подходящий для работы в условиях конкретной компании», — объяснил Борис Погорельский.

### Новости



#### Будущее за текстилем

Тема печати по текстилю и текстиля как подарка пользуется сегодня особой популярностью. Современный мир диктует свои правила, которые нужно соблюдать, чтобы быть на волне. Мария Малыгина, ведущий маркетолог ГК STAN, рассказала о новой реальности на рынке промоиндустрии. Лидер промопродукции — США. Одежда составляет 30% от бизнес-подарков и сувениров. В России доля промопродукции на текстиль составляет примерно 20%, при этом 5 лет назад показатель был 15-17%. «Мы развиваемся согласно мировому тренду. Ключевые направления, для которых мы производим текстиль — униформа, мероприятия и текстиль как сувенир. Если вы еще не сотрудничаете с текстилем, задумайтесь, потому что потребность в нем очевидна», — поделилась мнением Мария Малыгина. Эксперт обратила внимание участников на такой сектор развития как форма для вузов и детских учреждений. Еще одна точка роста, на которую делает ставку ГК STAN — мероприятия, которые генерируют поток промопродукции. Следующая категория, которая только начинает развиваться в России и является мировым трендом — текстиль как подарок. Мария Малыгина обратила внимание участников на фан-коллекции. Компания видит развитие корпоративных фан-магазинов и мерч-коллекций.





После обсуждения промоодежды дискуссия логично перестроилась на оборудование для прямой печати по текстилю. Игорь Степанов, коммерческий директор компании «Графические системы», рассказал о текстильной и латексной печати. В 2018 году компания Ricoh анонсировала машины для прямой текстильной печати на натуральных тканях. Отметил, что это долгожданная новинка. Успех доказывают инсталляции Ri 100 и Ri 1 000 на Урале. Существует стереотип, что данные модели печатают только на футболках. В реальности спектр материалов зависит от фантазии человека: сумки, банданы, шарфы, толстовки и даже ветровки и мешковина. Практика показывает, что брендирование одежды востребовано. Ri 100 — компактная машина, имеет разрешение 1200 x 1200 dpi. Клиенты подтверждают, что машина производит даже очень тонкие линии. Высокий интерес вызвала старшая модель — Ri 1000. Новый праймер для предварительной пропитки ткани обеспечивает возможность печати на светлых материалах из 100% полиэстера, что существенно расширяет ассортимент декорируемой текстильной продукции, включая производство спортивных товаров.

Отдельное внимание уделили латексному принтеру Ricoh L5160. Весомые преимущества: работает на цветовых схемах с белым цветом, имеет три зоны нагрева машины. Температура закрепления чернил: 60 градусов. Понятный интерфейс. Удаленный webмониторинг: по IP-адресу можно посмотреть состояние с любого устройства. Латекс экологически безопасен (имеет все сертификаты безопасности), кроме того, печатает по очень широкому диапазону материалов.

### Мнение сторон

Мнение всех сторон — спикеров, организаторов, участников созвучно — семинар оказался эффективным, полезным, интересным. Мария Малыгина отметила, что ГК STAN впервые принимает участие в мероприятии такого формата: особенно ценно представлять свой подход к работе и позиционирование компании на одной площадке с поставщиками печатного и постпечатного оборудования.

### Новости



Анна Иванова: «На мероприятии у всех организаторов, а также у российских и зарубежных гостей слово «синергия» обрело «плоть и кровь», стало физически осязаемым. Настолько слаженным и эффективным получилось общение вендеров, представителей европейских заводов с посетителями семинара.

Мероприятие вдохновило участников на множество новых идей, связанных с тем, какими опциями можно дооснастить свое оборудование исходя из пожеланий конечных пользователей. Появилось более точное понимание, что именно необходимо производителям для получения более качественной продукции и расширения пакета производимых продуктов.

Одним из главных результатов семинара для меня стал тезис «Нет предела совершенству». Нельзя останавливаться на достигнутом, не достигнув возможного!

В течение всего мероприятия царила позитивная атмосфера, а это самый востребованный товар сегодня. Позитива — вот чего нам всем так не хватает в повседневной рутине».

Дмитрий Жуков, директор типографии «PE3OH» (Пермь): «Для любого участника рынка важно быть в курсе тенденций. Такие семинары позволяют не только в теории узнать о свойствах оборудования, но и «вживую» протестировать. Зачастую это является важным фактором при принятии решения о покупке.

Заинтересовали производители, заявленные в темах семинара. Удалось задать интересующие меня вопросы и оперативно получить полные ответы.

Формат, безусловно, интересен. Не так утомителен, как большие отраслевые выставки, но в тоже время по представленным маркам получаешь полный объем информации.

Интересными оказались все темы, обсуждаемые на семинаре. С оборудованием MAMO и VOLTER до этого не сталкивался, доклады показали, что производители серьезные, доверие к маркам повысилось.

Использую Cyklos на производстве — надежные аппараты. При необходимости расширения участков вполне готов рассматривать эту марку, так что стоит быть в курсе всей линейки. Особенно интересовал латексный принтер Ricoh. Информация для размышлений получена».

Иван Иванов, директор издательства УМЦ УПИ: «Для нас важно принимать участие в таких мероприятиях, потому что всегда интересно быть в курсе событий и тенденций. У нас была цель — узнать о новинках оборудования и технологиях. Формат мероприятия удобный, информативный. Для себя отметил биговальные машины и ламинаторы. Все понравилось. Хотелось бы больше таких презентаций».



Маргарита Семейкина

### WorldSkills Kazan 2019: победа!



В августе в России впервые состоялся мировой чемпионат по профессиональному мастерству по стандартам «Ворлдскиллс». WorldSkills Kazan 2019 стал 45-ым мировым чемпионатом в истории движения, в нем приняли участие 1354 молодых профессионала из 63-х стран и регионов. K WorldSkills наша страна присоединилась около 6 лет назад. и чемпионат в Казани подтвердил, что за относительно короткий срок молодым мастерам в России удалось добиться очень высоких результатов. Российская сборная выступила успешно и по итогам заняла 2-е место в общем зачете. Особенная гордость для отечественной полиграфической отрасли в том, что Россия получила золотую медаль в компетенции Print Media Technology («Печатные технологии в прессе»), главным партнером которой является Heidelberg. Елизавета Степанова, которая выступала за Россию в данной компетенции, разделила первое место с Кристофом Бабингером (Christof Babinger), участником из Австрии. Бронзовая медаль досталась Дарио Колуччи (Dario Colucci), представителю сборной Швейцарии.

### Heidelberg и WorldSkills: давнее партнерство

Компания Heidelberg выступает в качестве спонсора компетенции Print Media Technology с 2006 года, является поставщиком полиграфического оборудования и расходных материалов, а также содействует обучению участников чемпионатов. Благодаря этому лучшие печатни-

ки во всех странах мира соревнуются на самых современных машинах производства Heidelberg и компаний-партнеров концерна. В рамках чемпионата WorldSkills Kazan 2019 Heidelberg выступила платиновым партнером мероприятия и спонсором компетенции «Печатные технологии в прессе». Участие в подготовке к чемпионату принимала и компания Ricoh Rus, которая получила статус официального партнера Союза «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)».

### Наш чемпион!

По итогам чемпионата WorldSkills Казап 2019 Елизавета Степанова, участница российской сборной в компетенции «Печатные технологии в прессе», завоевала золотую медаль. Елизавета получила среднее профессиональное образование в МИПК им. И.Федорова по специальности «Производство изделий из бумаги и картона». Сегодня она про-



должает обучение в Высшей школе печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета (бывший МГУП). По словам Елизаветы, участие в движении WorldSkills и победа в соревновании дали ей очень многое: уникальные навыки общения, новые профессиональные знания, широкий круг друзей, а еще — уверенность в себе. «Теперь я знаю, что обладаю силой духа и навыками, которые позволяют мне бороться до конца и побеждать», — говорит Елизавета. Кроме того, после чемпионата она получила предложение о работе в должности «Мастер учебного производства». Елизавета с гордостью рассказала, что остается в WorldSkills Russia в качестве тренера и будет принимать участие в подготовке будущих конкурсантов мирового чемпионата, который в 2021 году пройдет в городе Шанхай (Китай).

Мы спросили у Елизаветы о тех эмоциях, которые она пережила во время тренировок и на соревнованиях, и также о планах на будущее. «Во время тренировок самым сложным для меня было ожидание назначения того участника, который поедет на мировой чемпионат от России. Не зная, кто будет выбран, мне нужно было тренироваться, работать, верить в свой успех. Если говорить непосредственно о четырех днях соревнований, то порой было очень тяжело не сдаваться в те сложные моменты, когда чтото не получалось: требовалось собрать всю силу воли и убедить себя, что завтра будет новый день, и я все сделаю правильно».

«Самыми приятными событиями, — продолжает делиться своими впечатлениями Елизавета, — стал, во-первых, момент во время открытия чемпионата, когда мы в составе сборной России ждали своего выхода на стадион «Казань Арена». Это непередаваемые ощущения, когда ты слышишь аплодисменты и чувствуешь энергию тысяч людей, которые приветствуют нашу команду. И, конечно, потрясающие эмоции я испытала за секунды ожидания объяв-

ления окончательных результатов и в момент, когда узнала, что получила золотую медаль».

### WorldSkills в России: только вперед!

Эса Сааринен, генеральный директор «Гейдельберг-СНГ», руководитель Heidelberg Балтика и Финляндия, принял участие в награждении победителей в блоке компетенций «Информационные и коммуникационные технологии», в том числе вручил медали победителям среди печатников. По итогам г-н Сааринен рассказал о событии: «В первую очередь, я был впечатлен тем, что все объекты для проведения соревнований были построены непосредственно для мероприятия за очень короткие сроки. Во-вторых, по моей информации локальная и международная организации WorldSkills paботали на высоком уровне, и все мероприятие прошло без сложностей. Это очень значимое достижение! Чемпионат действительно как Олимпийские игры, и было очень приятно видеть, что и участники вели себя как на спортивных состязаниях». «Очень интересно было посмотреть на разнообразные профессии, представленные в том формате, который наглядно демонстрирует их для широкой аудитории, продолжает г-н Сааринен. — Показать молодым людям, что им доступно интересное будущее во многих профессиях, использующих ручной труд, — очень актуально для промышленности и сферы услуг. Это тем более важно, что сегодня средства массовой информации фокусируют свое внимание «только» на IT и смежных с ним сегментах».

Сегодня движение WorldSkills в России имеет поддержку на уровне государства. Чемпионат в Казани посетили Президент России Владимир Путин; Председатель Правительства Российской Федерации Дмитрий Медведев; Заместитель Председателя Правительства Татьяна Голикова; Президент Республики Татарстан Рустам Минниханов. По словам Президента России, цели, которые ставит перед собой движение WorldSkills, актуальны для российского профессионального об-

разования. Первый канал цитирует выступление Владимира Путина на чемпионате в Казани: «Не знаю ничего более важного и интересного, особенно для молодых людей, чем организация соревнований подобного рода. Мы в России стараемся перестроить нашу профессиональную систему подготовки. Именно таким образом, чтобы она отвечала требованиям сегодняшнего и завтрашнего дня».

### О движении WorldSkills и сотрудничестве с Heidelberg

WorldSkills International (WSI) — это международное некоммерческое движение, основная цель которого — «популяризация рабочих профессий через проведение международных соревнований по всему миру, а также повышение статуса и стандартов профессиональной подготовки и квалификации».

Концерн Heidelberg в течение многих лет сотрудничает с WorldSkills International и является одним из основателей движения WorldSkills в Германии. В рамках чемпионата в Казани компания Heidelberg стала платиновым партнером всего мероприятия, а также спонсором и главным партнером компетенции Print Media Technology («Печатные технологии в прессе»). Heidelberg поставила оборудование и расходные материалы для проведения соревнований в компетенции «Печатные технологии в прессе».

Участники соревнования под руководством экспертов WorldSkills занимались на офсетных машинах Speedmaster SX 52, которые установлены компанией «Гейдельберг-СНГ» в профильных учебных заведениях (ГБПОУ «Московский многопрофильный техникум им. Л.Б. Красина» и «Московский издательскополиграфический колледж им. И.Федорова»). Тренировки на цифровой машине Versafire EV (Ricoh C7200X) проходили в офисе российского представительства Ricoh Rus.

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ» Часть фотографий предоставлены WorldSkills Russia



### Международная выставка «Реклама и Печатное Производство»



С 12 по 14 сентября в Boulevard Hotel Baku проходила 2-я Азербайджанская Международная выставка «Реклама и Печатное Производство» AdPrint. Единственное специализированное мероприятие в стране и регионе собрало на своей площадке 43 компании из 6 стран мира.

Экспонентами выступили как производители собственной продукции, так и дистрибьюторы крупнейших немецких, итальянских и французских брендов в области рекламного бизнеса и полиграфии. Товары и услуги были представлены в таких сегментах индустрии, как: визуальные рекламные технологии, рекламные услуги, рекламная упаковка и этикетки, типографские и полиграфические услуги, все виды печатного оборудования и так далее. Выставка сопровождалась программой дополнительных мероприятий: встречи, панельные дискуссии, конкурсы, мастер-классы, дефиле.

В первый день выставки состоялась панельная дискуссия Promo Talks с участием приглашенных специалистов индустрии — ведущих маркетологов крупных компаний, участников и профессиональных посетителей выставки. В ходе «живого» диалога между ключевыми звеньями цепочки спрос-предложение-реализация были обсуждены имеющиеся на рынке актуальные задачи и выдвинуты варианты решения. Были организованы двусторонние В2В встречи между представителями индустрии с потенциальными



заказчиками, где можно с глазу на глаз обсудить пути сотрудничества. Эти встречи создали благоприятную почву для расширения горизонта продаж и партнерства.

Большой интерес вызвало промо-дефиле, где наглядно, во всем своем разнообразии, на моделях были продемонстрированы промо-одежда и продукции от компаний-участниц.

В рамках конкурса «Выбери лучшее!» свою эксклюзивную продукцию представили более 10 участников выставки. Каждая витрина содержала подробную информацию о продукте. Гости голосовали за лучший, по их мнению, экспонат.

Выставка состоялась с большим успехом, о чем говорят как посетители, так и участники. За 3 дня работы выставки 2282 посетителя познакомились с новинками и тенденциями развития индустрии.

Выставка поддерживается Агентством развития малого и среднего бизнеса Азербайджанской Республики, Национальной Конфедерацией Организаций Предпринимателей (Работодателей) Азербайджанской Республики (ASK), Фондом Поощрения Экспорта и Инвестиций в Азербайджане (Azpromo). Организатором выставки выступает компания Caspian Event Organisers (CEO). В 2020 году выставка состоится с 18 по 19 сентября.

По материалам дирекции выставки



# Маргарита Семейкина

### Держим курс на упаковку

Три кита, на которых держится успешный полиграфический бизнес: грамотно отстроенные процессы, качественное оборудование и непрерывное развитие. Кругозор расширяется на семинарах, конференциях, через книги, тренинги и общение. Еще один вариант гарантированного развития — обмен опытом, тур по зарубежным типографиям. Компания «ЯМ Интернешнл» уделяет расширению горизонтов повышенное внимание. С 23 по 26 сентября компания «ЯМ Интернешнл» организовала упаковочный тур Brausse & KOMORI в Нидерланды и Германию. В поездке приняло участие 40 человек. Участники тура — типографии из разных регионов: от Сибири и Урала до центральной России и Беларуси.

Каждый город имеет свои особенности развития и организации производства. Тур — возможность свежим взглядом оценить принципы работы коллег, обсудить особенности и пути решения вопросов. Упаковочный тур подразумевает обмен опытом в области постпечати, отдельное внимание уделили особенностям изготовления упаковки.

Участники познакомились с опытом типографий, которые успешно работают, используя на своем производстве оборудование BRAUSSE для изготовления упаковки. Полиграфисты увидели в работе оборудование для производства картонной упаковки BRAUSSE: машины для высечки, тиснения, а также фальцевально-склеивающие линии. Дистрибьютор данной марки — компания «ЯМ Интернешнл».

Обязательная часть тура — деловая программа, которая включала в себя презентацию, технологический семинар и дискуссию с представителями бренда и типографии.

В рамках тура участники посетили демозал КОМОRI. Нина Светличная, генеральный директор компании «ЯМ Интернешнл (Урал)», отметила, что бренд не перестает удивлять инновациями, подходом к работе и внимательностью к деталям.

По отзывам участников, особое впечатление произвела типография под Кельном, где установлен пресс с секцией удаления облоя, а также впечатлила организация работы типографии и возможности оборудования.

«В подобных турах особенно ценно, что полиграфисты общаются, обсуждают рабочие моменты. Это дорогого стоит. Одна из наших основных задач помимо демонстрации оборудования — это именно выстраивание диалога и дискуссии о перспективах полиграфической отрасли», — подчеркнула Нина Светличная.



Наталья Иоффе, заместитель директора по производству типографии «АСТРА»: «Поездка получилась интересной и насыщенной. Ценно увидеть работу оборудования в условиях настоящего производства, оценить реальную производительность и сложность выполняемой работы. Увиденное впечатлило. Кроме того, это отличный шанс взглянуть на организацию производственного процесса в целом. Некоторые идеи могут быть реализованы нами уже сейчас, а воз-







можности представленного оборудования будут ориентиром для модернизации собственного парка в будущем. С компанией «ЯМ Интернешнл» нас связывает многолетнее сотрудничество. Это очень профессиональный и чуткий партнер».

Антон Осипов, заместитель директора по производству типографии «Полиграф» (Миасс): «Полиграфия и производство упаковки специфично, наполнено технологическими нюансами. Сухой теории и технических данных недостаточно для того, чтобы получить представление о том или ином оборудовании — надо смотреть в работе, а в условиях и особенностях европейского производства это еще интереснее. Поездка насыщена полезной информацией и общением. Именно общение является весомым плюсом подобных мероприятий.

От увиденных машин впечатлений много — это и производительность высекальных прессов, и скорость перехода с тиража на тираж печатных машин. Различные технологические мелочи будут адаптированы на нашем производстве. Оборудование оценивать сложно — мы увидели его возможности и перспективу использования, а для оценки нужен опыт работы с ним.

С «ЯМ Интернешнл» знакомы со дня открытия офиса на Урале. Нас связывают как теплые дружеские отношения, так и прочные деловые связи в вопросах приобретения оборудования и расходных материалов. Благодарю «ЯМ Интернешнл» за интересную и полезную поездку».



### Презентабельный вид

# Новинки оборудования для оптимизации производства от «ФОРТ ДИАЛОГ – Исеть»

«Высокое качество не достигается случайно, это всегда результат осмысленных стараний» (Джон Рескин). Выбор постпечатного оборудования — результат тщательного изучения технических характеристик и работы машин. Компания «ФОРТ ДИАЛОГ – Исеть» организовала для полиграфистов презентацию новинок оборудования в формате «открытый офис». Личное знакомство с техникой — залог верного выбора. Презентация состоялась 9 и 10 октября. Экспертом выступил Дмитрий Сафронов, руководитель дилерского отдела «НИССА Дистрибьюция» (Москва).



### Встречают по обложке

Первым состоялось знакомство с крышкоделательной линией для твердого переплета Schmedt Prazibind (Германия). Дмитрий Сафронов рассказал о процессе изготовления книжных блоков. Перед нанесением клея необходимо выровнять блок, чтобы сделать поверхность идеально ровной. В таком случае клей будет распределяться равномерно. Вместо привычных торшонирующего ножа или фрезы данная модель использует нечто вроде круглого напильника, который делает очень частую мелкую надсечку блока, раскрывая волокна. Так выглядит подготовка поверхности для сложных материалов, таких как мелованная или дизайнерская бумага. Уникальность технологии изготовления книжного блока Schmedt Prazibind заключается в использовании холодного клея Prazibind. Эта технология позволяет изготовить книги и фотоальбомы без использования PUR клея. Технология Layflat



от Schmedt подразумевает изготовление фотокниг с панорамными изображениями, раскрытие на 180 градусов и низкие эксплуатационные расходы, а также использование веществ на водной основе и безотходное производство. Данная методика, не имеющая аналогов в мире, отлично подходит для изготовления коротких и оперативных тиражей.

Оборудование Prazibind состоит из 3 модулей — для полуавтоматического расщепления волокон, для нанесения клея и активатора, обжима и просушивания книжных блоков. Подходит для работы с любым типом бумаги, в том числе мелованной, лакированной, после печати тонером и чернилами. Prazibind позволяет обработать бумаги любой плотности (с учетом толщины блока до 30 мм) и создает минимальное натяжение по корешку книги.

Prazibind отлично подходит для изготовления книг малыми тиражами и даже по требованию, а использование холодного клея при приклеивании позволяет свести негативное воздействие на окружающую среду до минимума. Для работы машины Prazibind ведущий производитель оборудования из Германии, компания Schmedt, предлагает использовать специально разработанные клей и активатор Ribler GreenFlow, служащие для повышения адгезии между волокнами бумаги и клеем.

### Прочные отношения

Следующий шаг — тестирование термоклеевой машины Rigo LamiBind 2000 EVA (Венгрия). Модель доступна в конфигурациях как для мягкого, так и для твердого переплета.

Lamibind 2000 EVA — удобная и простая в обращении полуавтоматическая клеевая машина, которая отлично проявит себя в оперативной полиграфии для производства небольших тиражей книгформата A4—A5.

Для изготовления блока требуется меньше минуты, соответственно, система позволяет изготавливать до 290 изделий в час.

Lamibind 2000 EVA имеет отключаемую секцию фрезерования, секция обжима оснащена датчиком наличия обложки. Кроме того, машину можно оснастить устройством для приклейки узких полосок (бумага, ткань).

Конструкция клеевой ванны дает возможность использовать одновременно два различных типа клея — один более «сильный», но медленный для проклейки корешка, а второй быстрый и деликатный для боковой проклейки (которая может быть отключена).

Благодаря удобной цветной сенсорной панели управления пользователь может быстро и точно настроить положение блока относительно обложки. Клеевая машина Lamibind 2000 EVA позволит даже начинающему операто-

### Новости



ру уверенно изготавливать книги профессионального качества.

«Мы считаем данную модель флагманом для оперативной полиграфии. В ней сочетаются достоинства старших машин: фреза, сборник пыли, боковая проклейка, скорость. И обратите внимание на компактность», — прокомментировал Дмитрий Сафронов. Эксперт рассказал о популярной тенденции среди уже установленных в России машин: Print on demand, то есть печать (например, книг) по запросу. Сейчас популярен онлайн-заказ учебников и фотоальбомов.

### Ощутимый результат

В центре внимания участников презентации — цифровой лакировщик Duplo DuSense DDC-810. Машина впервые демонстрируется на Урале, и это значимое событие. Модель представляет собой решение для цифровой отделки лаком и фольгой, тем самым повышая ценность печатной продукции, особенно выпускаемой малыми и персонализированными тиражами. Открытки, пригласительные, брошюры — на высококонкурентном полиграфическом рынке правит бал «вау-эффект». Благодаря данной технологии возможности типографии выходят на новый уровень.

Цифровая струйная однопроходная система УФ-лакирования формата 364 × 740 мм работает со скоростью 1080 отп./ч. Машина выборочно наносит слой лака с высотой подъема в диапазоне от 20 до 80 мкм на материалы плотностью от 160 до 450 г/м². Отличительной особенностью DuSense является возможность создания на одном листе и за один проход

рельефа разной высоты (параметры наглядно настраиваются в управляющей программе на мониторе операторского компьютера). Duplo DuSense позволяет «облагораживать» как цифровые, так и офсетные оттиски, а также любые ламинированные поверхности. Выборочное лакирование привлекает не только блеском, но и фактурой. Каждый экземпляр может быть уникальным. Участники оценили тактильный эффект образцы становятся интересными, особенными и надолго удерживают внимание.

#### Шаг вперед

Дмитрий Сафронов представил следующий этап финишной обработки оттиска. Цифровая машина Duplo DC-646, которую на первый взгляд можно счесть нарезчиком, по сути является полноценным постпечатным МФУ. Аппарат имеет модули «на все случаи жизни» — продольной и поперечной резки, поперечной биговки и дополнительный блок, позволяющий выполнить продольную биговку, перфорацию и надсечку. Автоматическая постпечатная машина DC-646 PRO является наиболее универсальной системой финишной обработки печатной продукции, доступной на существующем мировом рынке.

DC-646 PRO сконструирована по результатам анализа текущих тенденций рынка, который вклю-

чает все больше цифровых тиражей. Именно поэтому МФУ от DUPLO автоматически считывает с листа метки для автоматической компенсации возможных при цифровой печати искажений и никогда не «зарежет» важный тираж. Также, учитывая сверхзагруженность операторов современного постпечатного участка, DC-646 может работать частично автономно. Аппарат индивидуально считывает штрихкод с каждого листа, читает заложенный в штрихкоде номер задания и применяет настройки этого задания из «памяти». В памяти сохраняется до 80 программ.

DC-646 PRO является интеллектуальным и многофункциональным устройством. Гильотина, биговщик и перфоратор в одной машине гарантируют высокую эффективность производства.

Дмитрий Сафронов отметил, что машина экономит трудовые затраты, время, пространство и расходы на приобретение трех отдельных устройств. Благодаря автоматизации работы аппарата снижаются требования к квалификации оператора. Также снижены и требования к вниманию инженера — машина не прихотлива и не имеет как таковых расходных материалов. Визитка, открытка, обложка за 5 минут. Срочные заказы, разнокалиберные тиражи и свободные руки постпечатника именно таков рецепт успеха бизнеса с Duplo DC-646.



Маргарита Семейкина

# Konica Minolta: 11 новых контрактов на поставку оборудования

Стенд Konica Minolta на выставке Labelexpo стал центром притяжения для посетителей и доказательством успеха компании, которая заключила еще 11 контрактов на поставку оборудования. При этом количество потенциальных клиентов удвоилось по сравнению с последней европейской выставкой в бельгийском Брюсселе два года назад. Невероятный интерес к технологии AccurioPress от Konica Minolta также подкреплен отзывами потребителей, благодаря которым удастся разработать в будущем еще более качественные продукты и решения.

Впервые в мире Konica Minolta презентовала две версии новой рулонной машины AccurioLabel 230 (AL230) в качестве центрального элемента своего стенда. Компания впервые продемонстрировала одну из машин AccurioLabel 230 с опциональной флексосекцией для предварительной запечатки белилами прозрачных и металлизированных материалов. Это решение, которое скоро появится на рынке, предложено датской компанией Grafisk Maskinfabrik (GM) европейским партнером Konica Minolta по разработке и производству. Рулонная печатная машина на основе тонера AccurioLabel идеально подойдет для небольших и средних тиражей. Она заменила Accurio Label 190, мировой успех которой обеспечил Konica Minolta второе место по объему рыночной доли в Европе (InfoSource, апрель 2018-март 2019 года).

Огромный стенд компании (зал 8) привлекал большое число посетителей каждый день. Его площадь удвоилась по сравнению с 2017 годом и составила 380 м². Это был совместный стенд Konica Minolta и стратегического партнера — компании MGI Digital Technology, которая представила оборудование для цифрового облагораживания и высечки рулонных материалов. Особого внимания удостоилось устройство MGI JETvarnish 3D Web Color+. Это новая рулонная машина с модулями печати на основе тонера и цифрового облагораживания (выборочное 2D/3D лакирование и горячее тиснение фольгой), предназначенная для выпуска этикеток и созданная совместно с Konica Minolta.





Следует также упомянуть струйный модуль для печати этикеток, представленный Industrial Inkjet Ltd (IIJ) — официальным центром продаж и технического обслуживания промышленных струйных печатающих голов Konica Minolta за пределами Азии. IIJ доработала конструкцию своей системы печати, добавив в нее стандартные адаптеры для интеграции с наиболее распространенными моделями флексографских машин. Во время выставки были продемонстрированы важные разработки в программном обеспечении на основе технологии дополненной реальности — приложение genARate от Konica Minolta и другие решения.

Использование цифровой технологии печати Копіса Міпоltа на основе тонера для рулонной печати — это не только воплощение истории успеха на рынке печати этикеток, которая началась после успешного тестирования менее четырех лет назад. Это означает также техническую поддержку мирового класса и поставку запасных частей и расходных материалов, которые осуществляются на локальном уровне. Свое оборудование на Labelexpo Europe 2019 компания представила под общим девизом «Печать в любом месте в любое время» (Around the world, around the clock). Он отражает то, как машины AccurioLabel от Konica Minolta помогают сотням поставщиков услуг печати во всем мире развивать свой бизнес.

На Labelexpo компания рассказала и о других успешных сделках по продажам, объявив об установке 450-й печатной машины от Konica Minolta. Первой стала сделка с компанией Graphic Druck, расположенной рядом с городом Кобленц в Германии, которая подписала контракт на приобретение AccurioLabel 230. Как поставщик услуг традиционной офсетной и струйной печати компания Graphic Druck нуждалась в надежной системе, отвечающей растущим потребностям клиентов, особенно для печати небольших тиражей в сжатые сроки.

По материалам компании Konica Minolta

### Инновации в классике

Агентство Маркетинговых Коммуникаций «День РА» — рекламно-производственная фирма, входит в группу компаний «Интернет-склад подарков». Первый дистрибьютор немецкой торговой марки DURABLE в России на сувенирном рынке.

2019 год для нас оказался плодотворным. Совместно с партнерами разработали проекты, которыми гордимся, они по праву займут свою нишу на сувенирном рынке.

Подробнее расскажем вам о том, как в классических и исторических пространствах можно смело менять стереотипы, не затрагивая и не разрушая, а подчеркивая исторический смысл предприятия и корпоративный стиль современного завода. Как история и современность пересекаются и как удачно проектируются в сувенирах.

В Северской домне состоялись два проекта: в Ночь музеев «Демиурги Урала» и юбилейный праздник «ДОМнаВЕ-КА». Демиургами называют созидателей, творцов. В новом понимании — это Демидовские металлурги. Главный идеолог проектов — директор музея «Северская домна» Анна Трепалова. Проекты реализованы нами с партнерами Алексеем Рыжковым и Алексеем Потоскуевым. Для мероприятий были изготовлены ростовые фигуры Демиургов и сувенирная продукция. Современная инсталляция «Саунд» погрузила в историю создания завода. На мероприятиях было много мастер-классов.

Когда мы впервые были в Домне, приметили крепления у балок здания. Родился сувенир «СКРЕПА». Оказывается, у каждого завода своя форма скрепы. Скрепа — сплав силы и духа. Благодаря Скрепе до сих пор стоят заводские стены XVIII века. Она оказалась в тему с панно «Богатства Урала», которая символизирует каменное озеро, источник времени, олицетворяет богатство страны, опору Российской державы.

В последнее время по-другому стали позиционировать музеи. На наш взгляд — это кладезь идей, отличная площадка для воплощения творческих проектов. С удовольствием такие места посещают семьи и молодежь.

История гравюр в нашей компании началась 3 года назад. Для Екатеринбурга мы изготовили 4 вида медных гравюр методом литья. Современные технологии позволяют делать гравюры полноцветными. К 280-летию Северского трубного завода мы изготовили гравюру с видами завода XIX века. Так





родилась идея рельефного шоколада. Наша уникальность — в индивидуальном подходе. Ценим творческий тандем с клиентом. Для создания разнообразных проектов мы регулярно дополняем парк оборудования разноплановыми машинами.

Вы обратили внимаете на обложку журнала? Да — мы стали дистрибьюторами немецкой марки DURABLE, в следующем году ей исполняется 100 лет. Посмотрите на продукцию глазами маркетолога. Это же кладезь надежных и качественных продуктов, которые создадут ваш фирменный стиль в офисе. На обложке представлены лидеры продаж под персонализацию.

В октябре мы выступили партнерами Педагогического форума в Сургуте и Тюмени. Продукция DURABLE вызвала у публики огромный интерес. Удобные ретракторы для ключей и пропусков, практичные информационные рамки DURAFRAME, эмоциональные аксессуары VARICOLOR — все это притягивало взгляд наших гостей и никого не оставило равнодушным. Это был драйв от общения с 1000 посетителями в каждом городе.

Наряду с разнообразными решениями DURABLE папка DURASWING произвела настоящий фурор. Этот продукт завладел сердцами гостей не только своим стильным дизайном, но и способностью быстро сшивать документы без применения степлера и дырокола. Качество материала этого продукта очень высокое, это позволяет оперативно нанести символику компании или напечатать имя выпускника или название конференции.

Рамка DURAFRAME прижилась не только в офисном пространстве, но и в образовательных учреждениях. Так, в Уральском Федеральном университете мы заменили старые стенды на новые — с рамками DURAFRAME. Теперь для изменения расписания не нужно открывать громоздкие конструкции, достаточно разомкнуть магнит. Для этой цели мы использовали форматы A4, A3 и A1. Можно воспользоваться DURAFIX, который мгновенно фиксирует бумагу на стенде, двери, легко разместится на мониторе. По мнению педагогов, это отличный инструмент для изучения иностранного языка, размещения схем и «шпаргалок».

Мы — команда смелых и отчаянных рекламщиков. Принципы нашей работы — качество, индивидуальный подход к клиенту, профессионализм и, конечно, творчество! Мы готовы предложить вам интересные решения — от идеи до воплощения.

По материалам компании «Интернет-склад подарков»

### Подарок с Уральским характером



10-11 сентября Уральском развития дизайна центре «Уральский состоялся мудоф корпоративный подарок». Данный мудоф это комплексный разносторонний подход бизнес-сувениров. Уральский брендинг и настроение отражаются даже в неочевидных вещах. За два дня форум посетило больше 360 человек не только из Екатеринбурга и области, но и из Челябинска, Тюмени и других городов.

#### Опытный подход

2019 год — юбилейный. Организация профессиональной среды вокруг себя — характерная черта уральского характера компании. 15 лет исполняется выставкам и форумам, которые проводит «Прагматика», кроме того, компания отмечает 25-летний юбилей. В этом году форум проводился совместно с Уральским архитектурным университетом при поддержке Союза оборонных отраслей промышленности Свердловской области. Компания объединила не только своих основных поставщиков, но и пригласила тех, с кем раньше практически не сотрудничала. В итоге получились насыщенные выставочная и деловая программы.

Игорь Чижов, генеральный директор компании «Прагматика»: «Форум «Уральский корпоративный подарок» значительно отличается от классических выставок бизнессувениров. Главное на форуме — не сама выставка, а деловая программа, где обсуждаются отраслевые вопросы, начиная с разработки и производства бизнес-сувениров и заканчивая региональной айдентикой, которая должна быть отражена в продукции. Например, на последнем форуме совместно с УрГАХУ мы провели конкурс студенческих

клаузур по разработке талисмана Универсиады 2023. Также мы делаем большой упор на работу с конечными заказчиками, которые могут обсудить все нюансы по продукции непосредственно с производителями/поставщиками».

#### Ежедневная практика

Первый день форума запомнился мастер-классом по выбору и подготовке корпоративных ежедневников «Ежедневник успешной компании». Первые лица ведущих поставщиков продукции для бизнес-планирования рассказали, как сделать из простого ежедневника эффективный сувенир для делового планирования и яркий рекламный носитель.

Александр Гладышев, генеральный директор компании Happy Gifts, обсудил с участниками форума современные европейские тенденции на рынке продукции для делового планирования. «Мир изменился и продолжает меняться, поэтому традиционный ежедневник имеет право на жизнь, но при этом большую долю в пакете каждого корпоративного клиента занимают именно бизнес-блокноты», — отметил эксперт. Самый глобальный тренд — цифровизация. В приоритете мобильность, возможность работать в любом месте. Еще один тренд — социальная ответственность. Бизнес под влиянием ответственных потребителей старается тоже быть максимально безвредным. Актуальны минимализм в потреблении и ЗОЖ.

Наша жизнь практически полностью окружена цифровым пространством. Таким же современным должен быть продукт для записи. Критерии современного ежедневника: приятная тактильность, эргономичность, высокая персональная ценность, экологичность.

Спикер назвал продукт нового века — бизнес-блокнот для свободного письма с минималистичным дизайном. Современный мир диктует свои правила, поэтому в эпоху цифровизации больше всего ценится концепция диджитал-детокса.

Мария Жданкина, тренер-эксперт компании Portobello, рассказала об эффективной маркетинговой коммуникации с клиентами и сотрудниками через образ жизни.



Колонка, смарт-браслет, настольная лампа с беспроводной зарядкой, термокружки, спортивные бутылки — отличный выбор нового сезона. Спикер отметила внедрение уникальных методов персонализации: УФ-печать золотом и серебром, УФ-печать с подъемом, а также совмещение нескольких способов персонализации.

Александр Разумовский, менеджер по развитию дилерской сети «Адъютант», выступил с презентацией «Апгрейт стандартных ежедневников для бизнес-целей». По данным компании, годовой объем продаж изделий для записи составляет 4-5 миллионов штук, плюс под заказ 1,5 миллионов изделий. Спикер представил коллекции ежедневников: Brand, Nebraska, Basis mini, Brand Tone, Flex New Brand. «Тюнинг на готовых изделиях» — возможности персонализации — центральная тема обсуждения. Представил образец тиснения белой матовой фольгой и гравировку, УФ-печать на шильде.

Борис Поляков, коммерческий директор компании Alt, подошел к выбору корпоративного ежедневника как к инструменту решения маркетинговых задач. Представил ежедневники серии Senate, Oxford, Marseille, Waltz, Mercury, Chelsea, Megapolis Flex и другие. Разобрался с аудиторией в характеристиках цветов и эмоциональных принтах. «Сегодня мы не будем больше говорить о ежедневниках. Все, что можно посмотреть — лучше изучить именно на выставке», — считает Борис Поляков. Во время выступления разобрали особенности и грамотный выбор Welcome Kit. Обсудили, какие методы персонализации сделают продукт дешевле.

### Канцелярия со знаком плюс

Почему важно креативное решение офисного пространства? Этот вопрос обсудили во время второго дня форума на конференции «Канцелярия со знаком плюс». Игорь Чижов: «Мы впервые решили конференцией начать разговаривать о канцелярской продукции. Она отвечает в том числе за креативное оформление офисного простран-

ства. Об этом лучше расскажут люди, которые живут в этом бизнесе и в этом продукте. Канцелярия и сувенирная продукция — два близких направления работы, и на конференции мы показали, что в этих двух направлениях гораздо больше сходств, чем различий».

Максим Селезнев. генеральный директор компании DEVENTE. объяснил. почему качественно не значит дорого. Обсудили классическую схему производитель-импортер-дистрибьютор. Основная идея, как минимизировать затраты — работа под заказ, так компании избавляются от складских затрат. Благодаря такому подходу модель бизнеса DEVENTE отличается от классической схемы, и это экономит порядка 20-30% от стоимости.

Александр Воробьев, руководитель проектов регионального развития Erich Krause, рассказал о подходе к работе и ключевым тенденциям. Неизменный принцип Erich Krause — коллекционность. В линейке есть креативные коллекции, «Новая классика» и классическая коллекция, жизненный цикл которой бесконечен. Новая классика актуальна более 5 лет, а креативные лишь 1–2 года.

Деревянные украшения на протяжении нескольких лет в тренде. Обязательным критерием качества изделий из дерева является измерение влажности. Каждое изделие, изготовленное на фабрике, проходит обязательную проверку игольчатым влагомером. Изделие не должно быть сырым или пересушенным, потому допустимая влажность — 10–13%.

Один из трендов 2019 года сформулирован как «Яркое наследие». В основе этнические узоры и мотивы разных культур. Отличается классическими цветовыми комбинациями красного и зеленого, насыщенным горчичным и синими цветами. Характерные детали — геометрические орнаменты и роспись.

Актуален баланс совершенства и простоты. Это тренд, вдохновленный японской эстетикой, привлекает спокойным и гармоничным стилем. Основные черты — схожесть

с натуральными материалами: камень, дерево; приветствуется сочетание матовых и блестящих поверхностей. Цветовая палитра отличается сдержанными естественными цветами, от чистого белого до розового золота, прохладного серого и оттенков древесины.

Противоположный тренд: эклектика. Новый тренд объединяет в себе контрастные цвета и эффекты. Хрустальная прозрачность, оттенки перламутра, блестящая фольга — все это дополняется сочетаниями различных форм и узоров. Преобладающие цвета — лазурный в сочетании с нежным розовым, лимонный и золотой.

Гамзат Ахмедов. ведущий компании бренд-менеджер **HATBER**, во время своего выступления объяснил, почему важна каждая мелочь. Эксперт отметил, что канцелярия в меньшей степени подвержена быстрым изменениям. Многие позиции актуальны и востребованы на протяжении многих лет. Это обусловлено в первую очередь прагматизмом и умеренной консервативностью конечных пользователей. Многие не обращают внимания на то, чем пользуются при работе в офисе или дома.

Тем не менее, тенденции заметны: интуитивность освоения и простота использования, эмоциональный прагматизм, связь с образованием, развлечениями, самообучением, играми и творчеством. Популярны технологии нанесения 3D-фольга и 3D-лак. Набирает популярность уникальная технология специальной «секретной» запечатки пластика, которая делает нечитаемыми листы внутри папки. И, конечно, выигрышно смотрится покрытие soft touch.

ГК «Деловой стиль» — постоянный участник выставок и форумов. Андрей Геймбух, генеральный директор ГК «Деловой стиль», рассказал историю компании, озвучил главные тренды Уральского канцелярского рынка: простота в использовании, экостиль, soft touch, алое вера в составе. В диалоге с участниками обсудили, что важно корпоративному клиенту при выборе поставщика: удобство в

### Новости

работе с компанией, интернет-магазин, личный менеджер, полка в магазине Cash and Carry.

Борис Поляков, коммерческий директор компании Alt, выступил с темой «Пирамида канцелярских потребностей современного офиса». «Вы бы хотели, чтобы ваше рабочее место было красивым, аккуратным, удобным?» — обратился спикер к участникам форума и предложил практичные и визуально красивые предметы для офиса. «Компании стараются повышать эффективность труда через удобство», — объяснил эксперт и рассказал о значении и влиянии цвета.

Андрей Ильин, менеджер по развитию бизнеса компании DURABLE, выделил детали, которые влияют на стиль офисного пространства. Представил современные решения для бизнеса. Рассказал реальные кейсы использования магнитной рамки DURAFRAME.

«В этом году впервые на форуме подняли тему офисных продуктов — удобный, стильный, современный офис — идеи, проекты, тренды, это действительно интересно и актуально, да и по большому счету близко каждому из нас. Тему мне предложили организаторы: «Стиль офисного пространства: современные решения для бизнеса». Это то, чем, собственно и занимается DURABLE с 1920 года», — объяснил Андрей Ильин.

Эксперт отметил, что стабильно высокий интерес у гостей вызывает возможность размещения информации практически на любой поверхности благодаря магнитным рамкам DURAFRAME. Удивляет то, что папки с клипом компания производит уже 60 лет, и качество клипа позволяет удерживать даже один лист бумаги. «Многих «цепляет» скрепкошина — еще один продукт для скрепления листов без перфорации, который мы делаем не первый год, с логотипом клиента она вмиг превращается в хороший рекламный носитель. Это и яркие подставки для зарядки телефонов, и стойки для планшетов, огромный ассор-



тимент аксессуаров для магнитных пропусков... Плюс ежегодные новинки, к примеру, магнитные зажимы Durafix, ставшие в этом году «бомбой» для канцелярских компаний и серьезным промо-продуктом для рекламщиков», — прокомментировал Андрей Ильин.

### Ставки на выставку

Выставка 2019 года — самая большая за все время: более 25 поставщиков и производителей корпоративных подарков России и Европы. На стендах были представлены новогодние подарки, новинки сезона, подготовка к 75-летию Победы в Великой Отечественной войне, эксклюзивные подарки с региональным акцентом, тематические подарочные наборы, гастрономические подарки, корпоративные и спортивные призы, награды, текстиль, протокольные и VIP-подарки. Впечатления у участников положительные, представители компаний из других городов отмечают важность таких событий именно в столице Урала. Например, Павел Филимонов, директор рекламного агентства «РЕСПЕКТ» (Омск), подчеркивает. что «впечатления фантастические». Отмечает, что данный формат мероприятия удобный и актуальный. Узнал для себя много нового. Мастер-классы от ведущих поставщиков действительно имеют практическую пользу. Павел Филимонов: «Полученные знания буду активно применять в дальнейшей работе. Отмечу выступления представителей компаний Hatber, Bruno Viskonti, Portobello и Happy Gifts».

Валентина Белкина, коммерческий директор компании «РОССИМВОЛ»: «Мы многие годы плодотворно сотрудничаем с компанией «Прагматика», поэтому стараемся посещать мероприятия наших коллег. Мы не первый раз учувствуем в форумах «Прагматики» и всегда довольны результатом. Компания дает возможность посетить выставки и мастер-классы, где можно узнать новые тренды рынка. Участие в форуме перспективно для нас, в первую очередь это новые знакомства и связи.

Формат достаточно популярен, у человека есть возможность посмотреть, подумать, а затем уже сделать свой выбор. Это возможность напрямую задать представителям компаний все интересующие вопросы о продукции.

Мы можем предложить действительно качественные награды на любой вкус. Важна уникальность, мы достигаем этого за счет нанесения или гравировки. Мы представляем большой ассортимент сувенирной продукции для любого мероприятия, здесь ваша фантазия безгранична. Многие удивлялись, что мы работаем в таком широком диапазоне и можем подобрать кубок от 146 рублей до десятков тысяч, все зависит от предпочтений. Кроме того, посетители интересовались возможностями нанесений и изготовления индивидуальных подарков.

Наши медали вызвали особый интерес из всего представленного ассортимента. Варианты на любой вкус: от простых и универсальных медалей до штампованных и резных пластиковых. С персонализацией и без».

Андрей Ильин, менеджер по развитию бизнеса компании DURABLE: «В форуме мы участвуем далеко не первый год, поддерживаем компанию «Прагматика» в проведении этого важного для Урала мероприятия. Организация, как всегда, на высоком уровне. Формат форума я обозначу как выставка-презентация, такой формат крайне удобен и в плане коммуникации, и в плане охвата аудитории.

Если участвуем не первый год, значит, перспективы есть. Важно потому, что компания «Прагмати-ка» с 25-летним опытом работы на

Уральском рынке любит и умеет продавать хорошие качественные продукты, решения, бренды. Нам по пути.

DURABLE — это прежде всего продукция для офиса. Но уже не первый год мы предлагаем взглянуть на некоторую часть нашего ассортимента под другим углом: часть корпоративного бизнес-стиля, полезный бизнес-сувенир, нужный промо-продукт... достаточно нанести логотип. Это работает, этим пользуются.

Активно знакомились с посетителями: в какой сфере они работают, знакомы ли с нашей маркой. Ответы на эти вопросы позволяли мне давать уже готовые кейсы по тем или иным видам бизнеса, акцентируя внимание на то, что в них чаще используется по нашей продукции».

Гамзат Ахмедов, ведущий бренд-менеджер компании НАТВЕЯ: «Для нашей компании это первый опыт участия в форуме компании «Прагматика». В целом формат выставки, совмещенной с презентационной частью и непосредственным общением между менеджерами и клиентами — это едва ли не самый удачный формат для подобных мероприятий.

Для нас участие в форуме — это «проба пера». В силу специфики работы производственной компании мы мало соприкасаемся с этим сегментом рынка, хотя и можем многое предложить из нашего ассортимента.

Учитывая, что тема нашего выступления была обозначена как «Инновации и дизайн на канцелярском рынке», мы постарались предложить что-то связанное с тематикой выступления. Это и «умные» точилки для карандашей, и настольный пылесос и ручки с симпатическими чернилами. Хотя самое главное — это наш опыт и умение производить все эти уникальные вещи.

Покупатель становится требовательнее год от года, и посетители выставки — не исключение из правил. Вопросов масса. Да, они были подчас по-детски наивны, но это и немудрено — ведь у нас получалось искренне удивлять.

Наверное, самым «восторгательным» из того, что мы привезли, стали наши настольные точилки для карандашей с системой контроля уровня заточки и настольный пылесос. Внезапно оказалось, что это жизненно необходимые вещи на каждом рабочем столе. Также было интересно наблюдать за реакцией посетителей на папки уголки с «секретной» запечаткой, делающей нечитаемым содержимое папки».

Игорь Чижов: «Все наши стендисты, эксперты и спикеры говорят о двух моментах. Первый — участники начали подходить к посещению выставок более обдуманно. Если несколько лет назад основная задача на выставке — пробежать за час все стенды и мельком все посмотреть, то сейчас многие проводят по часу у

целевых стендов. Второй момент, который отметили наши поставщики — это повышение уровня экспертности участников. Конечные заказчики подходят к выбору подарков как профессионалы, задают интересные вопросы и глубоко прорабатывают каждую идею. Для посетителей форума главный результат — это огромное количество идей, большинство из которых, мы уверены, превратится в очень яркие, красивые проекты. Для нас это главный результат».

#### Региональное оригинальное

В рамках форума состоялся круглый стол «Уральский подарок вчера, сегодня, завтра». Эксперты рассмотрели вопросы отражения истории Урала в подарке: уральская айдентика, история Урала в подарках, традиционные уральские ремесла и региональный деловой подарок, современный протокольный подарок и этикет дарения.

**Игорь Чижов:** «Круглый стол региональным подаркам показал, что эта тема давно интересует наших заказчиков. Действительно, многие считают, пора что представлять только малахитовые шкатулки и ящерицы, которые до сих пор часто считаются единственным вариантом уральского подарка. Во время работы круглого стола эксперты из разных областей обменялись опытом и попытались выработать некий вектор для дальнейшего развития».

Во время форума на площадке состоялся конкурс студенческих клаузур, идеологом которого выступил Уральский государственный архитектурно-художественный университет. Во время конкурса посетители форума могли в режиме реального времени видеть, как художники и дизайнеры реализовывают свои идеи на темы «талисман Универсиады 2023» и «Урал промышленный». Поразила не только широта идей, но и глубина проработки, оригинальное видение поставленной темы. По итогу конкурса шесть работ студентов заняли призовые места и получили подарки.



### Валерий Балябин:

### «Чудес не бывает. Бери и делай!»



Валерий Балябин, генеральный директор ГК STAN

Провинциальный рабочий город Сухой Лог — место моего детства. Я из простой рабочей семьи, пример родителей стал залогом моего трудолюбия. Мама — крановщица в цехе горячего металла, папа — токарь. Благодаря воспитанию у меня с детства активная жизненная позиция. В школе занимался не столько учебой, сколько общественной работой: в роли комсомольского организатора класса вел один из отделов приема в члены ВЛКСМ. Когда поступил в ГПТУ, не боялся брать ответственность на себя: никто не хочет быть старостой? Значит, буду я.

В 7 классе меня взяли в поход — тогда это было не так просто. В детстве много времени летом проводил с дедом в лесу. В походе многое умел и быстро делал: ставил палатку, разжигал костер... В результате меня назначили старшим. Такие маленькие шаги дают внутреннюю уверенность. Это подкрепляло уровень доверия ко мне со стороны одноклассников и взрослых.



«Любой может быть любым» — цитата точно отражает историю генерального директора ГК STAN. Валерий Балябин — личность многогранная, список интересов не пересчитать. Желание менять мир вокруг себя приводит к успеху. История успеха Валерия Владимировича похожа на мотивационную речь для выпускников: понимаешь, что с каждым днем жизнь становится только интереснее.

В военное училище не поступил и закончил с отличием ГПТУ №43, получил специальность «газоэлектросварщик 4 разряда». Работая на предприятии «Уралметаллургмонтаж», сделал вывод, что нужны перемены в жизни. В армии это убеждение укрепилось. Написал огромное количество писем в мореходные училища. Мне ответили с разных концов мира: Новороссийск, Владивосток, Таллин. Так сложилось, что я выбрал Екатеринбург и поступил в педагогический институт. Вернулся из армии с уверенностью, что буду заниматься общественной работой. С командой единомышленников организовали микро-бизнес и улучшали работу института.

Предпринимательство — это внутренний дух, желание менять себя и мир вокруг. Уверен: предпринимателями становятся. Это внутреннее ощущение, которое подкрепляется трудолюбием и умением взять на себя ответственность. Возможности есть у всех. Бери и делай.

В жизни самое главное — не бояться общаться. Нужно просто прийти и сказать, что ты хочешь, что умеешь и каким будет результат. Главное, чтобы воздушные замки стали реальными.

Я не всегда был общительным, жизнь научила. Школа комсомола обязывала: надо собрать класс, донести информацию, обсудить вопросы. Мой дед любил общаться с людьми, в том числе незнакомыми. Неважно, кто перед ним стоит. У меня в жизни отразились эти примеры, поэтому не было страха зайти в любой кабинет.

Я продолжаю учиться. Уверен, для развития личности это необходимо. Окончил президентскую программу переподготовки управленческих кадров, учился на факультете психологии и организации бизнеса в Новосибирском государственном университете. Это образование помогло мне понять, как устроен бизнес. Читаю профессиональную литературу и с удовольствием посещаю различные курсы и семинары. Это возможность встретиться с неравнодушными людьми, которые хотят что-то изменить, им важен личностный рост, развитие компании. На такие мероприятия приходят за общением и материалом. Порой важнее не то, что говорят, а как передают информацию. Может быть ты это сто раз слышал, но только в этот момент внутри загорается лампочка.

Самый главный ресурс в бизнесе — это люди. Нужно уметь выстроить с ними коммуникации, подобрать команду. В педагогическом институте учился на преподавателя начальной военной подготовки физического воспитания. Это совершенно далеко от бизнеса. В бизнесе надо стратегически думать, планировать, управлять людьми. Финансы, закуп-

### Внутренний портрет

ки, логистика, международные правила... Набирались опыта во время работы. Пробовали, двигались дальше, анализировали, что не получилось и вновь стремились вперед.

Плюс российского менталитета — для нас нет нерешаемых задач. Самое любимое в работе — это когда делаешь невозможное. Буквально 5 месяцев назад перед нами была задача с нуля создать производственное помещение. Многие не верили.

Есть предприниматели, а есть бизнесмены. Я по духу предприниматель. Иногда мне проще самому что-то показать, объяснить. Долгое время в компании Sela мы с партнером сами встречали грузы, развозили по магазинам, выписывали накладные и делали аналитику.

Интересы и хобби зависят от времени года и настроения. Много лет занимаюсь парусным спортом. Самый ценный кубок мы получили в составе команды: выиграли регату во Франции в своем дивизионе. Парусный спорт — это целый пласт жизни. Как в бизнесе идея подхватывает, точно также в парусном спорте важно, когда правильно выбираешь направление ветра. Успех зависит и от слаженности действий команды. В зимнее время катаюсь на лыжах и коньках. Горы, леса — это место силы. Интересует все новое, так я оказался в гольф-клубе.

Ежедневный спорт помогает отключаться от рабочих дел. Чтобы быть в тонусе, надо себя постоянно подзаряжать. Занимаюсь плаванием, хожу в тренажерный зал и практикую йогу.

Йога привела меня в Тибет и Непал. В Тибете на высоте 5 550 метров прошли 63 километра на самую высокую гору Кайлас, это великое место силы для буддистов. В это знаковое место я взял один из наших каталогов. Во время восхождения возникали мысли о бизнесе и о том, что хочется большего. Но нужно не забывать, что мечта просто так не исполняется. Помню, как вышел в Тибете из

холодного спального дома и искал, где розетка. А она в голове и в сердце. Заметил, что у людей от этого места очень много ожиданий волшебства. Так не бывает. Надо что-то делать и находиться в той среде, о которой думаешь. Нужно визуализировать. Мы изначально с Владимиром Пашкиным, моим другом и партнером, часто детально представляли наш бизнес в будущем.

Байкал, Алтай, Камчатка, Бразилия. Россия, Европа, Америка... Из каждой поездки возникают нестандартные идеи, заряжаешься энергетикой.

Недавно был на рыбалке. Это тоже своего рода переключение. Хотя мы совершенно далеки от рыбалки, раз в год полезно сменить деятельность на совершенно непривычную. В прошлом году я поймал щуку весом 9,7 килограмм. Этими эмоциями можно жить годами. Людям нужна эмоциональная подпитка. Нужно ценить природу, солнце, небо, луну, чувствовать ветер, радоваться мелочам. Это умение мобилизует человека, делает сильным, уверенным, целеустремленным.

В нашей семье двое сыновей и дочь. Старшему 17 лет, среднему 14, дочке 3 года. Для меня важно, чтобы они сами всего добились. Финансы, отношения, бизнес — любую тему можем обсудить. Нужно много общаться и быть примером.

Дружба очень важна в жизни. Мы с Владимиром познакомились в 1988 году во время зачисления на рабочий факультет. С первых дней общение переросло в дружбу. Уже через месяц это превратилось в небольшой бизнес: мы ездили на Шувакиш, были фарцовщиками. В итоге студенческая дружба переросла в бизнес на 32 года. Да, не всегда легко, мы совершенно разные по психотипу, темпераменту, выбору в жизни. Но у нас есть общая задача и интересы. Мы неравнодушны к своему делу.

Друзей много не бывает. Я поддерживаю общение с одноклассниками и однокурсниками. Провожу время с друзьями по интересам, и это не только бизнесмены. Интересы и внутренние качества позволяют нам быть вместе и дополнять друг друга.

Мои цели связаны с внутренним развитием. Жизнь настолько интересна, многогранна, увлекательна. Нравится цитата: «Есть мечта? Беги к ней! Не получается? Иди к своей мечте. Не можешь идти — ползи. Не можешь ползти? Ляг и лежи в направлении мечты!». Мечты необязательно должны быть глобальными. Часто перебороть внутренний страх сложнее, чем отправиться на другой континент. Например, я играю на гитаре и мечтаю научиться играть не только для себя, но и для большой компании.



Маргарита Семейкина

## Персональный подход







Елена КОРНИЛОВА



Александр АЛЕКСЕЕВ



Владимир ВАСЮХИН



Алексей БЕЛОВ

Технологии, оборудование, кейсы и открытки — продолжаем исследовать кипящую жизнь сувенирной отрасли.

#### Быть в курсе

Знания сегодня доступны на каждом шагу и на любой вкус. Это касается всего, от науки и искусства до рекламного рынка. Стали ли клиенты требовательнее, разбираются ли они в технологиях? Александр Зейтц: «Заказчики не обязаны разбираться в технологиях. Их работа — заниматься своими бизнесзадачами. Типография или агентство должны предложить готовое решение, а не погружать заказчика в нюансы технологий. Подрядчик предоставляет заказчику модель расчета эффективности затрат на тот или иной вид коммуникации. Если по модели персонализация более эффективна, то не нужно никого убеждать в необходимости использования, все и так понятно».

Компания «АдверСтайл Мск» снимает видеоролики. в которых подробно показывает, как именно происходит процесс, какие возможны методы нанесения, приглашает посетить производство. Елена Корнилова: «Как правило, заказчики в итоге начинают больше ценить труд, связанный с нанесением логотипов, когда узнают, сколько в этих процессах ручной работы. После этого легче объяснять, почему тот или иной процесс стоит дороже. Методы персонализации становятся разнообразнее. В основном предлагаем стандартные виды нанесения: тампопечать, шелкография, тиснение, гравировка. Благодаря УФпечати мы предлагаем полноцветное нанесение на блокноты и ежедневники. хотя раньше это было в основном тиснение. Этот универсальный метод быстро набирает популярность. Главное, дает возможность нанести любое полноцветное изображение». Елена Корнилова

объясняет, что есть много известных методов, но редко применяемых. Например, шелкография со вспенкой — метод не новый, но эффектный, при сушке краска становится объемной. Часто нестандартный эффект получается в результате сочетания технологий. Например, УФпечать с тиснением.

Сталкиваются ли производители со стереотипами, связанными с персонализацией? «Такое случается через одного клиента, — объясняет Александр Алексеев. — В основном заказчики знают способы нанесения, цвет, материал, бренд и другое, к которым они привыкли. С такими заказчиками проще работать, они знают, что хотят». Александр Алексеев отмечает, что лидируют УФпечать, тампопечать, шелкография, тиснение, сублимация на посуде и футболках, гравировка (дерево, металл, стекло). Из материалов популярны стекло, пластик, фаянс, полиэстер.

Алексей Белов считает, что заказчики редко разбираются в технологиях нанесения: «Заказчик желает получить готовое решение. Мы стараемся предложить ему максимально удобный и креативный вариант. Технологии позволяют персонализировать практически любой материал. Все зависит напрямую от идей и пожеланий заказчика. С ним согласна Ольга Олдвен: «Заказчики/начальники редко бывают в курсе технологий, тем более современных. Зачем им знать технологии? Они ставят задачу мы уточняем возможный бюджет, показываем примеры и реализуем согласованный вариант.

Все решается на уровне «покрыть ли это лаком или сделать шершавым?». Мы же не спрашиваем в ресторане, ка-

**Александр Зейтц,** генеральный директор рекламно-производственного агентства Zeytz Project (Москва)

**Елена Корнилова,** генеральный директор компании «Адвер-Стайл Мск» (Москва)

**Александр Алексеев**, генеральный директор компании King-Gifts.ru (Москва)

Владимир Васюхин, основатель, идейный вдохновитель и генеральный директор компании «Арт-Грани» (Златоуст)

**Алексей Белов,** менеджер по развитию проекта Putin Design (Нижний Тагил)

Ольга Олдвен, старший дворецкий, руководитель сервиса персональных ассистентов «Олдвен» (Санкт-Петербург)

ким ножом будут резать стейк, на сковороде какой марки будут жарить. Мы просто хотим стейк medium или well done». Стереотипов — хоть отбавляй, делится Ольга Олдвен. Многие до сих пор считают, что огромный или яркий, очень заметный логотип компании придает особую ценность. До сих пор популярно «нанесите мне это золотом, чтобы сверкало», а также «без кружки с нашим лого заказчик дальше работать не сможет». В этом случае нужно или закрыть глаза на все это и без эмоций выполнить заказ или предложить что-то новое, постараться мягко убедить заказчика работы, что он хотел именно это, что эта новинка — его идея. Стереотипы не зависят от возраста, пола, места рождения или нахождения заказчика, но если клиент прислушивается к мнению окружающих, осмысливает его, открыт новому, то стереотипы легко разрушаются.

### Производство

«Мы наблюдаем, как бизнес переходит к персональному маркетингу. Сетевые ритейлеры или рестораны проводят различные рекламные кампании в разных точках в зависимости от место-



расположения, окружения, качества трафика. Рекламные материалы становятся персональными, а значит уменьшаются тиражи при печати разных макетов. И само оборудование меняется под нужды заказчиков, все чаще типографии переходят на цифровую печать», — отмечает тенденцию Александр Зейтц. Эту тенденцию поддерживают и производители печатного оборудования. «Приведу в пример решения Hewlett-Packard по персонализации интерьерной печати. Наши сотрудники посетили исследовательский центр Hewlett-Packard в Барселоне и были поражены подходом компании к задачам с персонализацией. Теперь на цифровом принтере можно распечатать любые интерьерные печатные изделия, включая обои. Одна из сетей магазинов для дома принимает заказы на персонализированные обои. Такой переход от сугубо профессиональной сферы в область массового потребления — это настоящий прорыв!» — делится **Алек**сандр Зейтц. У агентства Zeytz Project собственный парк оборудования в Москве. Часть заказов, особенно в регионах, размещается у партнеров. Это более 30 предприятий, отобранных по определенным параметрам на основе нашей собственной системы критериев оценки.

Putin Design использует собственное оборудование и сотрудничает с многочисленными партнерами. Все зависит от сложности проекта и поставленных задач. В выборе типографии или иного производства **Алексей Белов** рекомендует обращать внимание на умение и готовность менеджеров оперативно решать поставленные задачи вне зависимости от сложности.

«Олдвен» не имеет собственное производство, в штате свои дизайнеры и круг типографий и производств, с которыми компания работает на постоянной основе. Ольга Олдвен: «Для нас важна отзывчивость менеджера, тщательность и высочайшее качество работы производства, неуклонное соблюдение сроков, возможность сверх-срочного исполнения заказов с неизменным качеством.

### Сувенирное время

возможность изготовить от одного экземпляра до большого тиража, а также гибкость и терпеливость персонала на всех позициях». Ольга Олдвен добавляет, что несмотря на универсальность большинства из типографий, каждый раз производство выбирается под конкретную задачу.

«Самое важное в работе с типографиями — предоставлять макеты в точном соответствии с требованиями и контролировать работу. Обязательны образцы, цветопроба и т.п. Остальное — индивидуальный подход к менеджеру и производству, как и к любому человеку», — подчеркивает Ольга Олдвен.

#### Истории успеха

Александр Зейтц: «Расскажу интересный кейс американской типографии, которая заключила контракт с туристическим агентством. Покупатель тура выбирает на туристическом портале детали своего путешествия: экскурсии, сервисы, место проживания. Затем в течение суток ему по почте приходит индивидуальный буклет, где указаны все подробности поездки, хотя тур еще не оплачен. Количество покупателей, оплативших тур после такого предложения, сильно выросло по сравнению с обычным письмом на e-mail. Типография в день изготавливает несколько тысяч таких буклетов, исключительно индивидуальных. Это прекрасный пример, когда готовое решение, предложенное типографией, значительно увеличило конверсию туристической компании. При этом полиграфическая компания получила стабильный постоянный заказ, причем по цене выше средней, так как программное решение для этой задачи также подготовлено исполнителем. За таким комплексным подходом по слиянию оффлайн и онлайн платформ будущее. Для нас будущее, а для тех, у кого оно уже наступило — это источник высокой рентабельности».

Елена Корнилова: «Я очень горжусь теми случаями, когда клиент обратился в компанию с одним запросом, а получил совсем другое решение. Например, клиенту нужно рассчитать 20 000 фонариков. Мы анализируем, чем он занимается, какой у него слоган, какая продукция и предлагаем совсем другое, более точное решение: 20 000 фоторамок».

**Александр Алексеев:** «Мы долго думали, что подарить сотрудникам РЖД,

перебрали сотни товаров. Какой шок у нас был, когда клиент сам выбрал из нашего каталога набор точилок и карандашей. Точилка была в виде металлического локомотива, к которой как груз прилагались карандаши. Все, конечно, в красивой упаковке и с персонализацией компании».

Владимир Васюхин: «На юбилей крупной компании нужно было разработать серию уникальных подарков для ключевых партнеров. Основой бизнесподарков послужила идея с пазлами. На мероприятии руководитель презентовал по одному пазлу из собранного панно/картины и тем самым подчеркивал вклад партнера в развитие компании. Мы дополнили пазлы и подставку индивидуальными символами, близкими именно данной группе партнеров. На панно и индивидуальной подставке выгравированы нефтяные качалки компании и другое узнаваемое партнерами и руководителями оборудование. На каждом пазле выгравировано название всех партнеров юбиляра. Так мы подчеркнули единство партнеров, важное для заказчика. Все детали влияют на восприятие ценности подарка. Особенно если слова в открытке еще больше раскрывают «зашитый» в подарок смысл/идею.

Еще один пример: нужно разработать подарок к 60-летию партнера — генерального директора одного из нефтеперерабатывающих заводов. Презент должен отражать тесную связь двух компаний, богатую совместную историю и годы непрерывного взаимодействия. В итоге за основу клиент выбрал идею вечного календаря.

Слоган компании-юбиляра «60 лет непрерывного движения» идеально дополнил идею вечного календаря. Фоновый орнамент в виде капель нефти подчеркнул вклад партнеров в развитие своей отрасли. Чтобы подчеркнуть тесную вза-



### Сувенирное время

имосвязь компаний, логотипы партнеров сделали равной величины и расположили на одном уровне. Финальным штрихом стала поздравительная надпись «С пожеланиями процветания, развития и роста».

Алексей Белов: «Одним из самых интересных наших заказов был декоративный набор рюмок из титана. Комплект упаковки включал в себя деревянную коробку в форме цилиндра и защитный мешочек с вышивкой инициалов получателя подарка».

Ольга Олдвен: «Вспоминается эксклюзивный подарок ручной работы на рождение ребенка одного из ключевых сотрудников компании. Взяв в руки коробку и увидев подарок, клиент, как нам послышалось, тихо ахнул. Это был альбом, обложка усеяна россыпью пуговиц пастельных тонов. Цвета пуговиц гармонично дополняли цвета обложки. Идеальные швейные строчки надежно соединяли все элементы в единый ансамбль.

Приведу в пример «Черный чемоданчик спецагента» — полезный подарок. Все мы агенты и время от времени попадаем в сложные ситуации, когда нам требуется специальное оборудование. Следовательно, хорошим подарком будут: плитка специального шоколада, по-

зволяющая повысить на 16,4% производительность головного мозга; внешний аккумулятор для мобильного телефона; значок — атрибут, позволяющий узнать своих. И — послание из Центра (поздравление). В работе над таким набором у нас возникли некоторые сложности: потребовалась ручная работа, чтобы изготовить чемоданчики для подарков. Было непросто найти в свободной продаже качественные внешние аккумуляторы. Кроме того, заказчик сдвинул дедлайн, нужно было в одночасье перестроить производство и логистику.

Однажды мы столкнулись с задачей: нужен «стандартный, но необычный ежедневник». Взаимоисключающие характеристики, не правда ли? Выяснилось. что персона любит датированные ежедневники, коричневый цвет и трепетно относится к истории своей семьи. Ежедневник получился таким: датированный блок на хорошей бумаге цвета слоновой кости с ляссе в тон обложки, обложка из коричневой «состаренной» кожи. бесцветное тиснение на обложке семейного герба. По традиции ежедневник был упакован в коробку (из коричневого дизайнерского картона, внутри — под цвет датированного блока) и обернут в бумагу тишью».

### Открытки

Нужны ли бумажные открытки в эпоху цифровизации — вопрос спорный. Елена Корнилова: «Как дополнение к подарку — открытки актуальны, но они уже не играют такой роли, как раньше. Несколько лет назад с открытками клиенты «заморачивались» больше. Сейчас я не наблюдаю моду на открытки». Александр Алексеев уверен, что открытки очень актуальны: тем самым вы подчеркиваете значимость и передаете пожелание конкретному лицу, получившему подарок. Ольга Олдвен считает, что «подарок бизнес-партнерам и т.п., достаточно обернуть в бумагу с лого компании или, что интереснее, завязать лентой с логотипом дарителя. Разумно положить внутрь открытку с небольшим лого вашей компании внизу с краю, обязательно подписанную от руки. Проверено такие открытки хранят долго. Актуальны ли открытки как дополнение к подарку? «Да, надеемся, что это вернется в моду. Совершенно точно — это признак хорошего вкуса и воспитания. Пожелания на открытки наши заказчики сами пишут от руки или, как минимум, сами расписываются (не факсимиле, именно подпись. Чаще — перьевой ручкой). Уже несколько лет подарки без открыток даже не рассматриваются».





### Сувенирное время

### VIP-подарки от A до Я

Промо-сувениры, подарки коллегам, партнерам, VIP-подарки... Умение грамотно выбрать презент — это целая наука. О каждом направлении следует говорить отдельно, тогда обсуждение будет более углубленным. «VIP-подарки. А что вы дарите директорам?». Так называется мастер-класс в Уральском салоне бизнес-сувениров компании «Прагматика», который провел Владимир Слуцкий, президент ГК OASIS.

#### Место притяжения

С приветственным словом выступил Игорь Чижов, генеральный директор компании «Прагматика», представил спикера и познакомил новых гостей с компанией. «Прагматику» можно назвать консалтинговым агентством, потому что она оказывает услуги корпоративным заказчикам по решению задач с помощью бизнес-сувениров и наград. Игорь Чижов отметил, что бумажных каталогов становится меньше. Главная причина — каталоги становятся неактуальными за 2-3 месяца. В этом информационном потоке надо правильно презентовать продукцию. Именно поэтому полтора года «Прагматика» приглашает экспертов сувенирного рынка проводить мастер-классы. Главные вопросы, на которые ответил Владимир Слуцкий, связаны с реальным бенчмаркетингом в бизнес-подарках. Какие подарки работают? Что дарят другие? Зачем тратить деньги на VIPподарки? Это уникальная тема, о которой говорят мало, при этом, как оказалось, сказать есть что.



### Креативный класс

Владимир Слуцкий убежден, что подарки в корпоративной жизни — мощное средство рекламы. Главная цель — добиться лояльности получателя. Подарок должен выиграть так называемый «тендер» на столе или в кармане получателя. И это не так просто, как кажется на первый взгляд.

Владимир Слуцкий: «Какими должны быть подарки? Нужно учитывать «Правило трех П»: подарок должен быть престижным, полезным и персонализированным. Престижность — значит бренд. При этом необязательно бренд должен быть на слуху, но он должен быть качественным. Кроме того, желательно, чтобы подарок можно было использовать. Спикер отметил, что в случае с VIP-подарками персонализация означает не гравировку, а персональность: подарок, подобранный для конкретного человека с учетом его интересов. В престижных подарках тренды имеют значение и в том числе символизируют престижность. Например, сегодня актуален тренд на электронику.

Важно обсудить, какими не должны быть подарки. В этом случае работает «Правило трех Б»: подарок не должен быть банальным, бесполезным и бестактным. Звучит просто, но на деле все оказывается гораздо сложнее. Подарок не должен «тащить на себя одеяло». Так, нанесение лого-дарителя на предмет сводит на нет все усилия. Нанесение можно сделать — но аккуратно — на плакетке, открытке, шильде.

Важно не только в теории, но и на практике проанализировать сувениры, подходящие для VIP-сегмента, для этого Владимир Слуцкий представил ассортимент компании и подробно разобрал, почему это достойный вариант. «Это должно быть неожиданно и интересно. При этом VIP-сувенир может иметь любую стоимость» — объяснил эксперт. В точку будут такие варианты как оригинальная рамка для фотографий, подарочный комплект «генератор удачи» с подковой победите-



ля скачек, точная миниатюра меча на подставке, садовый набор «Первая леди», предметы в стиле «стимпанк», сервис эмоций, который носит философский характер и непохож на то, что можно найти в каталоге. Культовый подарок — трубка из лабораторного белого стекла — рюмка для коньяка. В заключение спикер продемонстрировал ручки из уникальных материалов, которые впечатляют: из кожи ящерицы или панциря черепахи в сочетании с серебром.

«Уральский рынок отличается высоким профессионализмом. В рейтинге российских городов с хорошо поставленным бизнесом бизнессувениров Екатеринбург с Санкт-Петербургом делит второе место после Москвы. Это заслуга требовательности Екатеринбурга, Урал всегда требовал высокий уровень во всем, в том числе и в сувенирной отрасли. Подарок — это выражение вкуса и креативности», — отметил Владимир Слуцкий.

Практическая часть получила свое продолжение и после мастеркласса. Представители ведущих поставщиков бизнес-сувениров провели экспресс-презентации и рассказали о новинках компаний. Среди спикеров Маргарита Лалетина, региональный представитель компании «Проект 111» в Уральском федеральном округе, Юрий Сараев, региональный менеджер ГК STAN, Валерия Стрельникова, руководитель офиса продаж Нарру Gifts, Марина Банных, региональный менеджер ГК OASIS.

### «Любавич»: сделано с любовью



Максим Румянцев, основатель типографии «Любавич»

Одна из значимых новостей сентября — слияние типографий «Астер» и «Любавич». Начинается новая глава жизни крупного общероссийского полиграфического холдинга «Астер» с производственными площадями в Санкт-Петербурге, Перми, Екатеринбурге. Максим Румянцев, основатель и владелец типографии «Любавич» — о развитии компании, миссии и перспективах нового холдинга.

### ■ Какое главное достижение типографии «Любавич»?

Я учредил типографию «Любавич» в 1992 году. Даже сам не верю — 27 лет прошло! Как с куста! За эти годы я сам менялся, менялись и цели бизнеса. Когда-то я считал достижением, что типография «заработала» мне на автомобиль. Любимая «копейка», на которой ездил десять лет. Потом типография принесла мне прибыль, чтобы купить квартиру. Но это все было для личного потребления. Еще через несколько лет цели сместились сугубо на развитие производства, приобретение современных печатных машин. В дальнейшем я определил миссию «Любавича» — создание российского предприятия, которое регулярно выпускает продукцию европейского качества. Весь мир знает, что Россия может создать нечто грандиозное, но в единичном экземпляре (продукцию для широкого потребления на высоком технологическом уровне). Планета в курсе, что мы можем делать шедевры. Вот хорошую обувь на потоке делать - не наш конек. Мне хотелось опровергнуть это мнение. Судьба забросила в печатное дело, попытался в этой отрасли выполнить миссию. В общем, считаю, получилось. Некоторыми книгами, календарями, буклетами, изготовленными в нашей типографии, горжусь.

### ■ Как вы оцениваете позиционирование и подход к работе руководителей типографии «Астер»?

Мы с Дмитрием Степановым, генеральным директором и Василием Дудкиным, директором по производству, познакомились еще в 1999 году, когда они у «Любавича» купили двухкрасочную Polly-266. Тогда и началась наша взаимная симпатия как коллег по цеху. Мне очень нравится научный подход ребят к управлению предприятием. Системность, дотошность — чувствуется, что они получили математическое образование. Успехам, которых добился «Астер» на жестком Уральском рынке, можно позавидовать: Пермь, потом Екатеринбург... У нас в Питере не так все шкварчит и пенится, как в Москве. «Астер» и «Любавич» на сегодняшний день — это две похожие по размерам типографии.

### Насколько перспективно решение о сделке?

Любое объединение предприятий дает экономический эффект. Особенно если это сделать грамотно. У меня был опыт в 2005 году, когда «Любавич» объединился с питерской типографией «Моби Дик». Тогда это скорее было поглощение, чем слияние. Несмотря на то, что все я провел достаточно бездарно, по-детски, без учета мировых наработок, результат появился. Наша объединенная полиграфическая база укрупнилась, мы перешли из типографии В2-го формата в типографию В1-го формата. Так что «Астер» + «Любавич» в любом случае даст свечку. Тем более, что Дмитрий и Василий имеют положительный опыт таких объединений.

Почему я сейчас решил отойти в сторону и отдать управление «Любавичем» ребятам из «Астера»?

"

«Мы с Дмитрием Степановым, генеральным директором и Василием Дудкиным, директором по производству, познакомились еще в 1999 году, когда они у «Любавича» купили двухкрасочную Polly-266. Тогда и началась наша взаимная симпатия как коллег по цеху. Мне очень нравится научный подход ребят к управлению предприятием. Системность, дотошность — чувствуется, что они получили математическое образование».

Это сугубо личностное решение. В бизнесе год считается за два. У слов «устал», «достало» и «остановка» один корень. Больше четверти века я занимаюсь одним и тем же. Это совершенно удивительно для такого непоседы, как я. В своей трудовой биографии, особенно в начале, я с радостью менял профессии: инженер, журналист, издатель, а последние 27 лет — директор типографии. Ну, сколько можно? Уже и другим доказал, и даже себе самому, что могу быть специалистом, который достигает результатов. Хочется попробовать себя на новом поприще. Только не бизнес. Вот, например, освоить писательскую профессию и написать книгу: осмыслить то, что с нами произошло в девяностые годы. Сначала, правда, надо подучиться.

"

«Как изменится работа обеих типографий — ужасно любопытно. Буду наблюдать «из зрительного зала». «Любавич» более раскрученный в медиа-пространстве бренд, в «Астере» более сильная учетноадминистративная сторона бизнеса. Думаю, что взаимное обогащение только этих сторон даст пользу обеим компаниям».

Другой момент, что в жизненном цикле предприятия наступил новый этап. По классификации гуру менеджмента Ицхака Адизеса все руководители имеют четыре ипостаси в том или ином соотношении: предприниматель, производитель, интегратор и администратор. Я — ярко выраженный предприниматель. Мне интересно приобретать новое оборудо-



вание, строить здания, захватывать новые рынки. А текущий этап для «Любавича» требует налаживания бизнес-процессов, регламентов, стандартов и прочих умных дел. Этим с удовольствием займется руководитель-администратор. Я пробовал себя переломить — внедрил систему управления типографией A-system, начал внедрять Битрикс-24. Чувствую, не мое. Устал.

Типографии, как организму, без разницы — устал «папаша» или нет. Конкуренция не дремлет. Молодые вытеснят с рынка, если не двигаться вперед. Я понимаю, что при мне, таком директоре-предпринимателе, типография сделает остановку или вообще пойдет не туда. Жалко птичку!

Как изменится работа обеих типографий — ужасно любопытно. Буду наблюдать «из зрительного зала». «Любавич» более раскрученный в медиа-пространстве бренд, в «Астере» более сильная учетно-административная сторона бизнеса. Думаю, что взаимное обогащение только этих сторон даст пользу обеим компаниям.

### ■ Как сотрудники типографии и ваши клиенты приняли новость?

Для персонала, конечно, это стресс. Я создал патерналистскую модель управления предприятием. От латинского слова Pater — Отец. Естественно, когда отец уходит из семьи — это трагедия. Но с другой стороны, если ребенку уже тридцать, а папаша все еще оплачивает шалости, это вредно для ребенка.

Надеюсь, что кризис смены руководства пройдет, типография будет развиваться в лучшую сторону, персонал приободрится, заказчики это почувствуют и еще больше будут лояльны к бренду.

#### ■ Как сделка отразится на отрасли?

Мне тоже любопытно, что будет. Одно время мне казалось, что у нас в Питере все конкуренты смотрят на меня и пытаются повторить мои шаги. Я стал покупать новые, а не б/у машины — все стали покупать новое. Я купил здание под типографию другие стали покупать недвижимость. Я перешел в первый формат — многие туда ломанулись. Я к офсету прикупил цифровую машину — за мной устремились толпы. Но потом я понял, что это просто рыночные тренды, а я их, в силу своего чутья, внедрял первыми. Думаю, что уход предпринимателей первой волны с подмостков бизнеса — естественный процесс. В девяностые годы нам было по тридцать лет, и мы полны энтузиазма и энергии, сейчас мы все на тех же должностях, но нам уже идет шестой десяток. Та самая усталость подкралась незаметно. Опять даю всем пример для подражания?

Ну и первый признак империализма еще не отменили — концентрация производства в одних руках. Думаю, что для нашей зрелой отрасли этот процесс будет нарастать. На пользу отрасли!

### Ricoh Ri 100: успех доказан

Новый уровень развития производства благодаря Ricoh Ri 100? Вопрос риторический. Лучшее доказательство — обратная связь от компаний, которые на себе испытали работу машины и убедились в эффективности «мини фабрики». Екатеринбург, Тюмень, Пермь — текстильные изделия, напечатанные на Ricoh Ri 100, встречаются по всей России. Каждый месяц количество ценителей оперативной и качественной печати по текстилю растет. Компании не только с Урала, но и со всего мира могут с гордостью заявлять: «Печатаем с любовью и с Ricoh Rus».



Ирина
Новоселова,
директор
рекламнопроизводственной
компании
«БагиРА»

«БагиРА» на рынке более 7 лет. Специализируемся на производстве полиграфии, наружной рекламы брендирования сувенирной продукции. Предлагаем клиентам полный комплекс услуг. Любимые задачи — нестандартные заказы. очень важно развитие компании и возможность еще больше творить создавать И уникальный продукт для наших клиентов. Радуем качественной печатью, отвечающей

последним трендам дизайна и технологии нанесения.

Растем и развиваемся каждый год. 2019 год для нас особенный. делаем упор развитие на «сувенирного мира», направили силы на развитие брендирования текстильной продукции. Для большинства наших клиентов остро стоял вопрос в оперативной печати на текстильной продукции коротких тиражах. необходимо выручить постоянных клиентов и оперативно сделать печать 1-10 полноцветную футболок или сумок.

Ежегодно мы дополняем парк оборудования современными моделями, которые радуют нас и особенно наших дорогих клиентов. Выбор Ricoh Ri 100 неслучайный. Уникальность модели заключается в передаче ярких красок и скорости

печати. Важно, что управление интуитивно понятное. Теперь мы можем оперативно изготавливать для любого клиента как единичные заказы на текстиле, так и большие тиражи. Недавно выполнили заказ на 50 футболок для соревнований и справились за пару часов. Заказчик высоко оценил качество цвета и оперативность исполнения заказа. Клиент счастлив, а мы вместе с ним. Спасибо Ricoh Ri 100, мы не ошиблись, что выбрали именно тебя.

Мы в восторге от Ricoh Ri и продолжаем изучать возможности машины, экспериментируем. Идей для проектов много, и все можно легко исполнить на данной модели. Готовим интересные подарки для любимых клиентов и рассматриваем дальнейшее сотрудничество с Ricoh Rus.



Борис Беккер, руководитель сети фотоцентров ВВ Photo (Тюмень)

Сеть фотоцентров BB Photo, пожалуй, крупнейшая сеть в сфере фотоуслуг в Тюмени. Мы специализируемся на печати фотографий. изготовлении холстов, печати фотообоев. Наш девиз: «Воплощение любой идеи». BB Photo печатной стремится не только постоянно открывать новые точки продаж, но и расширять предоставляемые услуги. Для нас важно, чтобы клиенты могли получить все виды услуг нашей сферы в одном месте, чтобы мы могли удовлетворить любые желания и предоставить выбор.

Сейчас мы активно развиваем печать на футболках на оборудовании Ricoh Ri 100. Данное направление только набирает популярность среди наших клиентов, но уже получает положительные отзывы и повторные заказы.

Наши заказчики — не только жители Тюмени, но и гости города, так как мы одни из немногих в фотосфере, кто предоставляет качественные услуги за максимально короткие сроки.

Клиенты ценят наш подход и то, что наши товары соответствуют нормам безопасности для здоровья.

Я посещаю международные фотовыставки несколько раз в год, чтобы быть в курсе новинок индустрии. В первую очередь для меня имеет значение качество товаров, безопасность для здоровья, которые я буду производить на этом оборудовании, второе важное условие — себестоимость продукции.

В сентябре 2019 года на фотовыставке познакомился с Ricoh Ri 100 и брендом Ricoh Rus в целом. Меня заинтересовала эта модель тем, что за короткое время я получаю качественный товар по

адекватной стоимости. Оценил яркие цвета, простоту в использовании, различные варианты нанесения изображения. Наши клиенты с удовольствием и интересом пользуются услугами печати на текстиле, оценили по достоинству выполненные заказы на оборудовании Ricoh Ri 100. Экспериментируем вместе с заказчиками: печатаем на скатертях, шторах. Наши постоянные клиенты возвращаются с новыми заказами, так как проверили на себе и оценили износостойкость изделий.

Пользуется популярностью и изготовление футболок с печатью для тематических вечеринок. Для всех клиентов вне зависимости от сферы работы, важны качество и яркость изображения, стойкость цвета после неоднократных стирок, доступная цена. Ricoh Ri 100 отвечает всем пунктам.

Каждый заказ, выполненный на Ricoh Ri 100, для нашего фотоцентра важный и особенный. Мы с трепетом и уважением относимся к каждому, проявляем

индивидуальный подход. Одно из главных направлений, которое мы сейчас развиваем — печать изображений на экосумках. Наша компания обеспокоена экологической ситуацией, поэтому в наших руках сделать шаг навстречу разумному потреблению и отказу от пластиковых пакетов.

Выражаем благодарность компании Ricoh Rus за поставку оборудования и лояльное отношение к заказчикам. Надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество!



### Игорь Степанов, коммерческий директор компании «Графические системы»:

«Компания Ricoh представила новый текстильный принтер, полностью отвечающий запросам клиентов. Как показывает обратная связь, особенно ценно, что при создании принтера производитель реализовал простоту использования данного устройства. На принтере Ricoh Ri 100 может работать любой сотрудник типографии или копировального салона. Ri 100 — это решение для печати на текстильных изделиях на натуральных тканях. В комплект принтера включен программный комплекс для создания эскизов для принтов, принтер и узел термозакрепления для

фиксации изображения на изделиях. Ricoh Ri 100 — лучший друг на выездных мероприятиях, мобильных промо-акциях. При соблюдении технологии печати закрепление обеспечивает довольно устойчивое изображение при стирке, позволяет выдержать порядка 30 стирок при температуре 30 градусов в деликатном режиме. Печатать можно на большом ассортименте (футболки, толстовки, тенниски, сумки и т.д.), опционально можно приобрести дополнительные столы и специальный стол для печати на рукавах и носках.



### Вечное сияние чистого разума Уникальная технология AMS LED-UV в типографии «Борус»

Типография «Борус» (Тула) — яркий пример современной успешной типографии. Для достижения успеха нужно быть на волне, следить за тенденциями рынка и инвестировать в современные технологии. Одно из главных преимуществ типографии — сушка AMS LED-UV XP9i Next Generation (США). 5 сентября типография стала площадкой для проведения IV отраслевой конференции PRINT UV. Центральная тема обсуждения — внедрение передовых технологий светодиодного LED-UV отверждения в офсетной печати. Организатор конференции — компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ» — эксклюзивный представитель компании AMS Spectral UV в России.



#### Технология от А до Я

Конференция в этом году состоялась в закрытом формате с участием отраслевых СМИ. Представители компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ» и типографии «Борус» поделились результатами сотрудничества. В феврале 2019 года в типографии «Борус» установлена сушка AMS LED-UV XP9i Next Generation производства компании AMS Spectral UV Baldwin Technology — это первая инсталляция сушки нового поколения в России.

Открыл конференцию Стефан Валуйский, генеральный директор компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ»: «Наша цель — познакомить с типографией «Борус», которая завоевала

известность пределами за Тульской области, и технологией светодиодной UV-печати. Это наш первый совместный опыт применения данной технологии cdepe печати картонной Компания «TEPPA упаковки. СИСТЕМЫ» поставляет печатные машины RMGT и занимается LED-UV по двум направлениям:



установка новых печатных машин с предустановленными светодиодными сушками и модернизация уже работающих машин на новую технологию LED-UV. Кейс с типографией «Борус» — самый яркий и интересный».

#### Типография без границ

Основатели типографии Михаил Тенцер и Александр Тенцер более 30 лет в полиграфии и продолжают развиваться вместе с компанией. Название «Борус» неслучайное. Так называется горный хребет на юге Красноярского края, именно в этом месте появилась идея зарождения новой компании. С 1991 года команда типографии покоряет все новые вершины. Можно сказать, что «Борус» выступает трендсеттером в полиграфии — типография одна из немногих, кто предлагает новый уровень качества печати на невпитывающих материалах, фольге, ламинатах, синтетических материалах, пластике, использует дизайнерские сорта бумаги и картона.

Во многом приобретение сушки задало траекторию дальнейшего развития. Выбор в пользу технологии светодиодного LED-UV отверждения — это стопроцентное попадание в потребность клиента.

Михаил Тенцер представил типографию, которой в 2019 году исполняется 28 лет. «Борус» постепенно наращивает выпуск картонной упаковки, доля которой сейчас достигла 50% от общего оборота компании.

#### Подготовительные работы

Технология LED-UV привлекла руководителей типографии 3 года назад. Первое очное знакомство с технологией состоялось во время посещения завода AMS в США. Желание внедрить систему закрепилось после демонстрации технологии в работе на производствах в Америке.

По возвращению в Россию руководители типографии анализировали ситуацию на рынке, изучали преимущества и особенности высокореактивной печати, проводили тесты и консультировались со специалистами. В результате выбор был сделан в пользу светодиодной печати производства AMS, так как именно эта технология полностью удовлетворяет запросы руководства и стремление двигаться вперед и реализовывать стратегию по развитию в сторону малых тиражей высокомаржинальных заказов. Светодиодная УФ-технология печати — перспективное направление, которое активно завоевывает доверие компаний по всему миру.

Михаил Тенцер, руководитель типографии «Борус»: «Так сложилось, что у нас появилась возможность экспериментировать с одной из офсетных машин. Мы долго присматривались к

различным УФ-технологиям, в результате пришли к выводу, что технология LED-UV лидирует, наиболее перспективна».

Осенью 2018 года типография заключила контракт с компанией «ТЕРРА СИСТЕМЫ», в феврале 2019 года машину успешно внедрили. Благодаря наличию темперирования валов на монтаж системы потребовалось два дня. Спустя неделю типография отпечатала первый коммерческий тираж.

### От идеи до блестящей упаковки один шаг

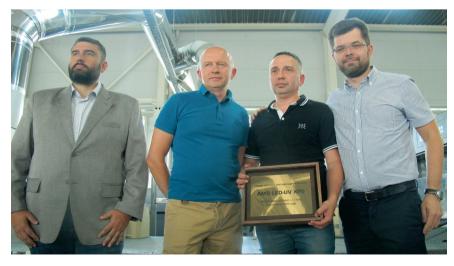
2018 год — год десятилетнего юбилея лидерства RMGT в разработке технологии LED-UV для листовых офсетных машин. Только за 2018 год в Чикаго установили 5 новых машин RMGT со светодиодными УФ-сушками, активные инсталляции и в России. Высокореактивная технология считается наиболее эффективным и перспективным направлением в офсетной полиграфии.

Светодиодное УФ-отверждение позволяет работать с широким спектром материалов и получать полностью сухие оттиски на приемном стапеле машин. Инвестирование в LED-UV уменьшает загрязняющее воздействие на окружающую среду, значительно сокращает потребление электроэнергии благодаря отсутствию необходимости в больших ИК-сушках для закрепления красок и лаков.

LED-UV обладает внушительным набором преимуществ: нет теплового воздействия на оборудова-

ние, потребляется на 80% меньше электроэнергии. Диоды служат до 30 000 часов. Высокий краскоперенос до 355%, отсутствует противоотмарывающий порошок в процессе, широкий выбор красок (H-UV, LED-UV, UV). Универсальные крепления позволяют установить сушки AMS в офсетную печатную машину любого производителя. Новая технология УФ-отверждения улучшает цветопередачу и устойчивость к истиранию оттисков. При этом не нужно ждать до 48 часов, чтобы отправить оттиски в послепечатную обработку.

Данная система непрерывно находится на мониторинге у инженеров завода-производителя. Благодаря оперативной работе специалистов за сутки русифицирован интерфейс системы управления. По словам специалистов компании «TEPPA CИСТЕМЫ». это совершенно новое слово тех-Алексей Искоростинники. ский. технический директор компании «TEPPA CUCTEMЫ», объяснил и продемонстрировал на производстве технологические особенности системы: «Каждая группа диодов находится под собственным стеклом и имеет собственный микроклимат. Так производителю удалось полностью устранить проблемы конденсата. Представлено новое поколение интеллектуальных чипов. Каждый чип размером 5 х 5 сантиметров снабжен микросхемой, защищающей от перегрузки. Чип может достигать максимально 32 ватт, но, как правило, 17 ватт уже достаточно. Контрольная система следит за потоком и температурой жидкости для охлаждения. В электрическом шкафу замкнутый цикл оборота воздуха. Внутри находится холодильник, через который прогоняется воздух, в результате чего нет проблемы скопления пыли. На горизонтальном участке сушка подвешена за балку и расположена над проходящими листами. Это уникальная особенность решения AMS, обеспечивающего фокусировку лучей и надежное отверждение оттисков на расстоянии до 15 сантиметров без потери мощности».



### Обзор



Сушка AMS Spectral UV имеет запатентованную конструкцию. Она обеспечивает требуемый уровень мощности, позволяющий надежно высушивать даже толстые слои красок и лака на высоких скоростях. Алексей Искоростинский подчеркнул, что это особенная и неповторимая история. На данный момент в России установлено 10 таких систем.

#### Блестящее исполнение

Благодаря сушке AMS Spectral UV машина заиграла новыми красками как в прямом, так и в переносном смысле. Среди бестселлеров типографии стикеры, которые не боятся погоды. Наклейки печатают на металлизированной пленке, голографические, для уличного применения, стойкие к УФ-лучам и погодному воздействию. И, конечно, в центре внимания упаковка в блестящем исполнении. Изделия с УФ-печатью отличаются ярким дизайном, прочностью и долговечностью. Блестящая, переливающаяся поверхность с яркой красочной печатью неизменно привлекает к себе внимание и смотрится роскошно. Слоган типографии «Борус» — «Блестящее исполнение» доказан не только блестящей упаковкой, но и спецэффектами на книгах и календарях. Типография освоила печать высокохудожественных изданий на пухлых немелованных бумагах, которые не позволяют получить яркие насыщенные цвета с использованием масляных красок.

Специалисты типографии активно знакомят клиентов с уникальными возможностями печати, многие московские компании заинтересованы в эксклюзивной технологии и обращаются именно в «Борус». Александр Тенцер, руководитель типографии «Борус»: «Сейчас мы продолжаем печатать стандартные заказы, но при этом мы отмечаем рост коммерческих специализированных заказов именно на AMS LED-UV XP9i. Один из недавних заказов — коллекционное книжное издание для УФ-печати на бумаге Munken. Очень интересная и сложная работа». Специально к новогодней кампании типография «Борус» подготовила уникальный календарь с тульскими мотивами и всевозможными спецэффектами. «Сотрудничество с компанией «ТЕРРА СИСТЕМЫ» успешное, результат отличный» — подводят итог руководители типографии.





## Koenig & Bauer Rapida 75 PRO в «ВМС-Принт»

12 сентября в типографии «ВМС-Принт» состоялась презентация шестикрасочной листовой офсетной машины Коепід & Bauer Rapida 75 PRO. Типография «ВМС-Принт», расположенная в подмосковном Подольске и основанная в 2001 году, начинала с флексографской печати самоклеющейся этикетки. В 2003 году в типографии появилась первая листовая офсетная машина Man Roland 200, которая до сих пор работает. Далее типография продолжила свой путь в листовом офсете первого формата на машинах другого немецкого производителя.

Сегодня типография работает в трех основных направлениях: офсетная печать картонной упаковки, флексопечать самоклеющихся этикеток, а также производство упаковки из микрогофрокартона (профили В, Е, F). В типографии работает 260 сотрудников, производственные площади составляют 12 000 квадратных метров. Значительную долю выпускаемой продукции составляет фармацевтическая упаковка. «ВМС-Принт» входит в пятерку крупнейших типографий, выпускающих фармацевтическую упаковку, является членом Ассоциации производителей фармацевтической упаковки.

Проект по приобретению листовой офсетной печатной машины Koenig & Bauer Rapida 75 PRO стартовал в 2017 году. Машина установлена в оснащении для УФ-

печати — Rapida 75 PRO 6+L FAPC ALV2 UV. Модель оснащена УФ-сушками, камер-ракельной лакировальной секцией, имеет двойное удлинение приемки, оснащена пакетом СХ для печати на картоне, автоматической сменой форм и системой контроля качества QualiTronic ColorControl. Данная система позволяет измерять каждый отпечатанный лист и регулировать каждый десятый отпечатанный лист — это самая быстрая система на рынке.

Это первая машина в типографии с ультрафиолетовым оснащением. Покупка обусловлена ростом спроса на продукцию на невпитывающих материалах и с разнообразными тактильными эффектами. В рамках презентации на машине была выполнена печать на металлизированном картоне с использованием TWIN пары лаков. Гости презентации оценили вкладку в журнал «Курсив», отпечатанную на самоклеющейся бумаге.

Для компании Koenig & Bauer эта инсталляция имеет большое значение. Это третья Rapida 75 PRO, установленная в России за последние два года и первая машина Koenig & Bauer в типографии «ВМС-Принт».

По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»



## Новое назначение в компании «Терра Партнер» (ГК «ТЕРРА ПРИНТ»)



Александр Сурсяков возглавил компанию «Терра Партнер», входящую в состав ГК «ТЕРРА ПРИНТ». В сферу деятельности «Терра Партнер» традиционно входят предложения для цифровой печати и оперативной полиграфии. Александр имеет 13-летний опыт работы в компании RISO, заметные достижения в стратегическом планировании и продвижении продуктов на рынке полиграфии. Получил в компании должность главы Уральского представительства благодаря коммуникативным и организаторским способностям, высоким результатам

продаж и сформированной им команде, последние пять лет эффективно руководил Восточным дивизионом, Центральным регионом и Крымом.

Новое назначение усиливает позиции в одном из важных для нас направлений, открывает новые возможности ПО расширению нашего присутствия в регионах, отметил Алексей Ерохин, владелец ГК «ТЕРРА ПРИНТ». — Компания «Teppa Партнер» сегодня ответственный поставщик оборудования технологий с одним из лучших на рынке ассортиментов товарных позиций конкурентным соотношением цены и качества. Я уверен, что высокий профессионализм компетенции Александра помогут нам активизировать работу с партнерами, как с существующими, так и с новыми. Желаем Александру успехов на новой должности!».

Говоря о новом назначении, Александр Сурсяков добавил: «Одна из

первостепенных задач — расширение регионального присутствия компании, это позволит значительно повысить уровень оперативного реагирования и стать ближе ко многим клиентам. Наша цель — предоставить партнерам в различных городах России больше возможностей, увеличить привлекательность этого направления бизнеса и увеличить продажи соответственно. Новая стратегия позволит обеспечить российские типографии новым уровнем сервиса как в области продаж, так и в области послепродажного обслуживания и укрепит позиции «Терра Партнер» на рынке решений для оперативной полиграфии и цифровой печати. Накопленный мной опыт, в том числе успешная работа в отделениях RISO, уверен, позволит создать эффективную дилерскую сеть и ответить на актуальные вызовы рынка полиграфии».

> По материалам ГК «TEPPA ПРИНТ»

# Uchida AeroCut Prime сокращает потери рабочего времени

Производительный универсальный финишный модуль для резки, биговки и перфорации AeroCut Prime имеет возможность перфорировать заготовки как вдоль, так и поперек за счет дополнительных перфорирующих устройств. AeroCut Prime — идеальное решение для отделки, особенно коротких тиражей, отпечатанных цифровой печатью, таких как визитки, открытки, приглашения, листовки, билеты и многое другое. Машина заменяет несколько отдельных машин, сокращая ручной труд и время производства готовой продукции.

Степень автоматизации финишных модулей Uchida AeroCut Prime повышается за счет использования сканера штрих-кодов. Суть работы заключается в возможности заранее запрограммировать оборудование на будущую работу и сохранить задание в

энергонезависимой памяти машины. Таким образом, можно создать библиотеку часто используемых работ и хранить до 150 различных пользовательских заданий с индивидуальными настройками. После получения этой информации машина без участия оператора настроится на данное задание и автоматически начнет работу после нажатия кнопки подтверждения на панели управления. Модели Uchida AeroCut Prime автоматически



проверяют каждый лист на соответствие заданию, и если обнаруживают листы другого тиража, останавливаются и автоматически готовятся к выполнению. Время, необходимое на настройку машины и выполнение работ, значительно сокращается. Система штрих-кодирования — одно из существенных преимуществ моделей AeroCut, делающих работу операторов проще и значительно сокращающее потери рабочего времени.

Для получения более подробной информации о других эффективных постпечатных решениях Uchida обращайтесь к специалистам «ТЕРРА ПРИНТ» — эксклюзивного дистрибьютора оборудования Uchida в России.

По материалам ГК «ТЕРРА ПРИНТ»

# «Высшая школа экономики» выбирает цифровую машину Konica Minolta

В начале августа 2019 года специалисты ГК «ТЕРРА ПРИНТ» ввели в эксплуатацию цветную ЦПМ Konica Minolta Accurio PRESS C6085 в типографии НИУ «Высшая школа экономики».

Промышленная цветная машина Konica Minolta AccurioPress C6085 считается топовой моделью оборудования Konica Minolta. Машина оснащена модулем Color Care для сканирования оттисков в процессе печати тиража и автоматической подстройкой параметров печатной системы. Это обеспечивает превосходное качество продукции, снижает затраты на подготовку печати.

Заместитель директора Екатерина Суетина отметила: «В типографии ВШЭ в общей сложности эксплуатируется два десятка цифровых печатных машин, из которых большинство Копіса Minolta. Только за последние два года мы инсталлировали четы-

ре цветные (bizhub PRESS C1085 и Accurio Print C3070L) и одна ч/б ЦПМ bizhub PRO 958. Прекрасные функциональные параметры, надежность, себестоимость и качество печати, а также безупречное сервисное обслуживание от «ТЕРРА ПРИНТ» обусловили наш выбор еще одной машины от проверенного поставщика. Accurio PRESS C6085 впечатлила своей мощностью и производительностью до 85 цветных копий в минуту, совмещением «лицо-оборот» листов в пределах 0.4 мм. стабильностью печати на материалах плотностью от 52 до 400 г/м<sup>2</sup> и возможностью работы с баннерным форматом».

Директор типографии Марсель Шарифуллин добавил: «Отдельное печатное подразделение в НИУ ВШЭ создано в 2010 году и пару лет назад вышло на рынок платных услуг. За период модернизации внедрена автоматизированная система управления



всеми производственными процессами на базе ПО «Принт-Эксперт» и прогрессивный web-to-print сайт типографии с онлайн-расчетом и оформлением заказов. Происходит совершенствование производственной базы и внедрение новых технологий для соответствия ожиданиям наших клиентов».

Компания «TEPPA ПРИНТ» является элит-партнером Konica Minolta Business Solutions в России.

По материалам ГК «ТЕРРА ПРИНТ»



## ВПЕРВЫЕ В РОССИИ!

## **MAMO PLASTI 350 XP**



- √ Максимальный размер листа: 350 x 1000 мм
- √ Возможность работы с ламинирующей пленкой до 3 км (опция)
- ✓ Одностороннее и двустороннее ламинирование
- ✓ Автоотрыв при одностороннем и двустороннем ламинировании
- √ Наличие выпрямителя заламинированного листа
- √ Низкий уровень шума
- ✓ Интуитивно простое управление с помощью сенсорного дисплея
- ✓ Возможность дополнительных механических настроек
- ✓ Возможность фольгирования
- ✓ Бесконтактный оптический датчик контроля температуры, обеспечивающий равномерное распределение нагрева по всему валу
- Самодиагностика всех узлов ламинатора

## Закрепляем успех с «ФортЛенд»

Талант, профессионализм, активность, синергия — слагаемые успеха компании «ФортЛенд». Компанией накоплен большой опыт индивидуальных и комплексных решений для полиграфии. Более 20 лет клиенты доверяют свой успех «ФортЛенд». Компания внимательно анализирует тенденции отрасли и предлагает клиентам самые актуальные модели. На пике популярности сегодня рулонный ламинатор MAMO Plasti 350 XP и фальцовщик Cyklos TriFold 360.

#### MAMO Plasti 350 XP

Автоматический рулонный ламинатор с высокостапельным вакуумным самонакладом, с односторонним или двусторонним ламинированием. Это идеальное решение для ламинирования обложек и пакетного ламинирования пленками толщиной от 25 до 250 микрон.

Автоматическое разделение листов выполняется как при одно-, так и при двустороннем ламинировании пленкой ВОРР листов, идущих после приклеивания пленки внахлест благодаря мощной встроенной системе отделения листов.

Рулоны с ВОРР пленкой длиной 1000 метров устанавливаются как на верхнем, так и на нижнем держателе рулонов. Съемная пластина подачи упрощает вывод первого листа при двустороннем ламинировании.

Ламинирующие валы диаметром 75 мм обеспечивают прекрасный результат даже при максимальной скорости. Верхний вал — стальной с тефлоновым покрытием, нижний вал — силиконовый.



Независимая регулировка температуры двух ламинирующих валов сохраняют качество печати на обороте листа при одностороннем ламинировании.

Автоматический высокостапельный вакуумный самонаклад, управляемый блоком PLC ламинатора, подстраивает скорость подачи листов в соответствии со скоростью ламинирования для поддержания постоянного нахлеста между листами.

Регулируемая разглаживающая планка обеспечивает вывод плоских листов при одностороннем ламинировании.

Все регулировки и настройки при работе машины управляются через единый сенсорный экран для того, чтобы сделать настройку машины быстрой и простой. В качестве опции доступно использование фольгирования.

Качественные валы равномерный нагрев позволяют при любых тиражах полностью запечатывать пленку, которая не отслаивается. Принципиальная деталь — оптический датчик контролирует температуру поверхности вала, что позволяет работать на достаточно большом тираже с одинаковой температурой без изменения. Компания МАМО пожелания учла заказчиков: компактность, практически бесшумная система Возможность работы с ламинирующей пленкой до 3 км уменьшает себестоимость конечного продукта в 3-4 раза. Машина работает с большими тиражами. Имеются дополнительные функции механической настройки. МАМО Plasti 350 XP — умная машина, легкая в управлении, которая делает большие тиражи с высоким качеством.

#### Cyklos TriFold 360

Фальцевальный аппарат Cyklos TriFold 360 предназначен для работы в линию с биговщиками Cyklos GPM 450 Speed и Airspeed 450. Оборудование используется для фальцевания предварительно бигованных листов плотностью до 350 г/м<sup>2</sup>. Машину отличают простые настройки для исполнения пяти стандартных видов фальца для наиболее популярных форматов бумаги, включая SRA3 и высокое качество сгиба с использованием простой технологии кассетного фальца. Разновидности сгибаний фальцовщика Cyklos TriFold 360:

- гармошкой;
- параллельный двухсгибный;
- ✓ одинарный;
- 🖊 калиткой;
- двойной параллельный.

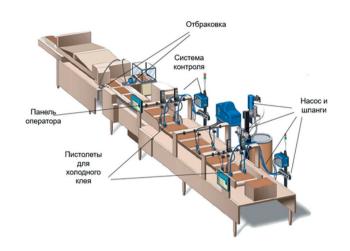
www.fortland.ru



## «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»: сервис и поставка клеевых систем



Роман Третьяк, руководитель направления запасных частей и оборудования компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»



«ОКТОПРИНТ СЕРВИС» предлагает надежные клеевые решения от ведущих производителей оборудования для нанесения адгезивов, опираясь на богатый опыт взаимодействия с партнерами, обслуживания, поставки техники и обеспечения клиентов комплектующими и запасными частями.

Работа с заказчиками из всех регионов России основана на комплексном подходе:

- эффективное современное оборудование для нанесения клея (как для автоматического нанесения холодного и горячего клея, так и для ручного нанесения клеев-расплавов);
- сервисная и технологическая поддержка для клиентов, начиная с рекомендаций по правильному выбору оборудования и клея под конкретную задачу и заканчивая обслуживанием клеевых станций;
- поставка запасных частей, комплектующих и расходных материалов.

# Оборудование Nordson для автоматизированного нанесения термоклея

Подразделение Adhesive Dispensing Systems корпорации Nordson — глобальный лидер в области технологий дозировки, расплавленных связующих и герметизирующих составов, ис-

пользуемых при производстве широкого ассортимента потребительских товаров и промышленной продукции.

Оборудование Nordson устанавливается и обслуживается сертифицированными специалистами «ОКТОПРИНТ СЕРВИС», которые имеют доступ к круглосуточной технической поддержке Nordson.

Линейка оборудования для автоматизированного нанесения термоклея включает в себя расплавители серий AltaBlue TT, DuraBlue L, ProBlue $^{\rm TM}$  и ProBlue $^{\rm TM}$ .



Промышленным стандартом дефакто стали системы ProBlue® Liberty™. Это безрезервуарные клеевые аппараты, которые плавят клей только в том объеме, который нужен, и только тогда, когда это нужно. Интегрированные в единую систему аппараты плавки и наполнения увели-

чивают время безотказной работы и уменьшают расход электроэнергии для повышения эффективности работы и снижения затрат на упаковку. Датчик контролирует уровень расплавленного клея в бункере. Закрытая система помогает поддерживать прочность клеевого соединения, сводя к минимуму деградацию клея, возникающую в результате длительного нагрева, нестабильности температуры и воздействия загрязняющих веществ.

Основные особенности ProBlue® Liberty $^{TM}$ :

- эргономичная и герметичная конструкция крышки бункера обеспечивает легкий доступ и защищает клей от загрязнений;
- быстросъемные разъемы питания и ввода-вывода в сочетании с запатентованной конструкцией аппаратов помогают упростить настройку системы;
- сервисное обслуживание и управление работой могут выполняться с одной стороны расплавителя;
- легко подключаемые модули позволяют добавлять или отключать шланги и пистолеты с учетом меняющихся производственных потребностей;
- контейнер для клея это самостоятельный модуль системы.

# Оборудование Nordson для автоматизированного нанесения холодного клея

Системы Nordson для нанесения холодного клея отлично зарекомендовали себя при производстве упаковки, конвертов и другой продукции на фальцевально-склеивающих линиях, оснащенных оборудованием BOBST, DURAN MAKINA, HEIDELBERG, INRAMIK, SBL, VEGA и других марок.

Такая система в общем случае представляет собой комплекс оборудования, включающий в себя следующие модули:

- базовая система, конфигурируемая в соответствии с поставленными задачами;
- насосы высокого или низкого давления;
- регуляторы давления;
- высокоточные автоматические пистолеты, обеспечивающие чистоту производства;
- система управления подачей клея;
- система контроля нанесения.

Параметры технологического процесса и режимы работы клеевого оборудования контролируются системой управления Nordson LogiComm. Это мощная система, осуществляющая управление работой до 64 клеевых пистолетов.

#### Оборудование Nordson и Reka для ручного нанесения термоклея

Большинство промышленных систем горячего плавления используется для длительных процессов. Их применение в течение коротких промежутков времени нерентабельно. Клеевые пистолеты компании Reka Klebetechnik — оптимальное и универсальное решение для производства опытных партий и пилотных образцов продукции, мелкосерийной упаковки и различных применений в быту. Использование аппликаторов Reka позволяет работать с термоклеем гибко, быстро, выгодно и практично. В сочетании с большим ассортиментом форсунок термоклеевые пистолеты Reka решают любую задачу по нанесению клея-расплава.

Клеевой пистолет Reka MS 200.2 может работать с термоплавкими клеями в форме гранул, подушечек или стержней 43 мм. Не требу-

ет сжатого воздуха и благодаря потребляемой мощности 500 ватт готов к работе через



5 минут после включения. Интегрированное магнитное крепление помогает сэкономить время при установке аппликатора на магнитных поверхностях, проволочное крепление обеспечивает надежную установку на немагнитных поверхностях.



Пневматический клеевой пистолет Reka TR50.5 может работать с термоплавкими клеями в форме гранул, по-

душечек или стержней 43 мм. Клей наносится точечно или с помощью валика. Электронная регулировка температуры защищает клей от деградации и коксования и обеспечивает лучший результат склеивания.

Система Nordson DuraBlue L — комплексное высокотехнологичное надежное и простое в эксплуатации ре-



шение для нанесения клея-расплава вручную. Модели пистолетов, которыми комплектуется система, подходят для применения практически в любых ручных или полуавтоматических производственных процессах. Оператор системы может управлять процессом нанесения клея как рукой, так и ногой в зависимости от выбранной модели пистолета. Возможность выбора дли-

ны шланга позволяет успешно использовать систему в рабочих зонах различной плошади.

## Пуско-наладка, сервис, ремонт и запасные части

Для выбора оптимального решения (модернизация установленной линии или поставка клеевых систем для нового открывающегося производства) специалисты «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» предварительно изучают специфические условия применения клеевого оборудования и клея, а также требования, которые предъявляют к ним задачи заказчика.

Наряду с грамотным подбором клеевых материалов и оборудования компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» придает не меньшее значение соблюдению сроков запуска проектов. Для этого с проверенными партнерами максимально оптимизируются логистические процедуры, в том числе и по стоимости.

Как при совершенствовании имеющихся систем, так и при запуске новых специалисты «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» оперативно настроят параметры установленного оборудования и проведут тестирование в процессе пуско-наладочных работ. В дальнейшем при необходимости осуществляется сервисное обслуживание систем, поставка запчастей и техническая поддержка заказчика.

По всем вопросам обращайтесь к специалистам по клеевым решениям «ОКТОПРИНТ СЕРВИС».



## Бумага на любой вкус: 500 вариантов

Наступила осень, уральская, с дождями, ветрами и серостью. Осень — благодатное время для полиграфистов — это сезон предновогодних работ и подготовка к праздникам. Новые проекты, интересные решения, новые клиенты. Поэтому именно сейчас предлагаем вам интересные новинки. В ассортименте «Европапир» около 500 вариантов дизайнерской бумаги на любой вкус.

#### **Mohawk Options Smooth**

Может ли дизайнерская немелованная бумага сочетать тактильные ощущения как от бумаги без покрытия с гладкостью и печатными свойствами, присущими мелованным материалам? Может, если это Mohawk Options Smooth. Это премиальная немелованная бумага и великолепное качество печати, как на мелованной бумаге. Создана с использованием уникальной технологии обработки поверхности InxWell, которая в корне меняет способ печати на немелованной бумаге. Запатентованная технология от Mohawk служит для экономии чернил в офсетной печати. InxWell обеспечивает улучшенное поглощение чернил, сохраняет тактильные ощущения так же, как у немелованной премиумбумаги, обеспечивает точность передачи при печати, производительность мелованной бумаги. Гладкая дизайнерская бумага Options с InxWell технологией требует на 20% меньше чернил, чем традиционная немелованная бумага. Заостренные элементы на изображениях трудно сохранить при печати на традиционных непокрытых бумагах из-за свойственной им особенности поглощать чернила. Благодаря Inxwell, которая не дает чернильным точкам увеличиться, будут видны даже крошечные детали.

Пожалуй, Mohawk Options Smooth можно назвать самой гладкой из всех бумаг без покрытия. Более того,



если не читать спецификацию, ее легко можно принять за мелованную бумагу. При этом создана на 100% из переработанного сырья. Диапазон плотностей от 148 до 350г/м² позволяет использовать ее для изготовления красочных каталогов, книг, открыток, приглашений, годовых отчетов.

#### Пухлые бумаги

В ожидании зимы, холодов хочется повышенной пухлости: фуфайка и варежки... Как насчет бумаги, которая придает солидности вашим годовым отчетам, ласкает пальцы тактильными ощущениями, а глаза — красивыми оттенками белого?

Факторы, влияющие на повышение пухлости бумаги — применение минерального наполнителя или добавление в состав большого количества волокон целлюлозы. При равном граммаже, чем пухлее бумага, тем более она непрозрачна. Бумага с высоким показателем пухлости имеет меньший объемный вес квадратного метра, что приводит к экономии.

Пухлые бумаги вобрали в себя лучшие качества, в том числе непрозрачность, белизна, яркость, толщина. Комбинация данных свойств предоставляет возможность для полноцветной и черно-белой печати книг, каталогов, журналов, блокнотов, дорогой и высококачественной продукции, создания корпоративного стиля. Использование пухлой бумаги придает изделию более привлекательный вид, бумага выглядит солиднее и объемнее. Благодаря превосходной цветопередаче при печати на пухлых бумагах создается эффект натуральности покрытия.

«Европапир» работает с лучшими производителями. В каталоге представлены пухлые бумаги ведущих брендов Arctic Volume и Munken, имеющих различные показатели пухлости для цифровой, офсетной, струйной и флексопечати.

Пухлые бумаги Munken имеют сертификаты: FSC, PFSC, Ecolabel, безопасность игрушек, контакт с пищей, возрастная стойкость (ISO 9706). Подходят для печати книг, журналов, буклетов, каталогов, открыток, приглашений, визиток, папок и не только.

Бумаги Arctic Volume и Munken произведены из целлюлозы высочайшего качества, а повышенная пухлость этих бумаг обеспечивает непрозрачность и жесткость.

Морозный белый оттенок дизайнерской бумаги **Munken Polar** великолепно передает сказочные образы датского писателя: парящий лебедь, спящая Дюймовочка, волшебный поезд, кареты, зимние пейзажи и фасады старинных домов. Сквозь изготовленные из бумаги Glama Basic окна проникает мягкий свет.

Еще одна пухлая бумага — **BioTop 3 Next.** Стильная, современная, немелованная пухлая дизайнерская бумага идеально подходящая для офсетной, цифровой печати и пре-принта. Это уникальная бумага, отвечает самым высоким стандартам экологичности. Обла-

## **Детали**

дает превосходными техническими характеристиками для печати. Главное уникальное свойство — оптимальная для человеческих глаз белизна листа. Цвет бумаги — натуральный белый (близок к сливочному). Этот оттенок украшает любое полиграфическое изделие, придавая ему элегантность, оптимален для чтения. Бумага **BioTop 3 Next** рекомендована для печати детской литературы. Доступна в формате SRA3 и фолио форматах.

#### Экобумаги

Особое внимание следует уделить экобумаге из органических материалов. Изысканный микс фруктов и орехов — идеальная основа для создания новой коллекции бумаг ультрамодных натуральных оттенков, а мельчайшие вкрапления подчеркивают особый состав бумаги.

Экобумага из органических материалов — это дизайнерская бумага, произведенная по уникальной запатентованной технологии с использованием переработанных остатков органических материалов: вишни, оливок, киви, миндаля, фундука, кофейных зерен и других (производство Favini, Италия).

Цветовую гамму коллекции экобумаг из органических материалов составляют спокойные природные тона, поверхность бумаг без выраженной фактуры с едва заметными вкраплениями и приятным теплым тактильным ощущением.

Бумаги из этой коллекции хорошо проявляют себя в проектах с индивидуальным дизайном, подчеркивающим ценность бумаги и проекта.



«CRUSH» — это дизайнерские бумаги для самого изысканного вкуса. Линейка состоит из 10 цветовых вариантов и плотностей 120, 200, 250 и 350 г/м². Экобумага из органических материалов имеет сертификацию FSC, на 15% состоит из органических материалов и содержит 30% волокна вторичной переработки. Постпечатная обработка: тиснение фольгой, блинтовое тиснение, конгрев, вырубка, биговка, ламинация, фальцовка, высечка, УФ-лакирование.

Мода непостоянна, но тяга к красивым и с душой сделанным вещам вечна. Хороший дизайн — это хорошие продажи, представительский вид, яркие впечатления. Создавайте запоминающиеся, привлекательные и актуальные дизайны.

По материалам компании «Европапир»



## Вклад в полиграфию

# Градационная траектория как аналог градационной кривой в цветовом пространстве Lab и специальный алгоритм для быстрой линеаризации печатных устройств (продолжение)



Тарасов Д. А., канд. техн. наук, доцент кафедры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ



Мильдер О. Б., канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ

## Промер шкалы и получение спектральных данных

Предлагаемый метод градационных траекторий основан на интерполяции экспериментальных данных полиномами различных степеней. Для того, чтобы минимизировать погрешности, связанные со стохастическим характером нанесения краски на запечатываемый материал, нестабильностью работы измерительных приборов и для исключения человеческого фактора было принято решение использовать для измерений автоматический измерительный комплекс *i1 iSis*, а также усреднить экспериментальные результаты относительно различных направлений печати. Для этого необходимо произвести калибровку прибора с помощью программного обеспечения *MeasureTool ProfileMaker*.

Оттиск помещается в автоматический измеритель. При помощи функции Measuring производится измерение следующих характеристик отдельных полей градационной шкалы: координаты цвета в системах CIE XYZ 1931 (относительно источника D50) и CIE Lab 1976, а также 36 значений спектрального коэффициента отражения. После окончания измерений данные сохраняются в виде текстового файла с Lab-координатами.

В программе *MeasureTool ProfileMaker* в *Averaging* импортируются данные, сохраненные в виде текстового документа. Открываются четыре файла, с помощью кнопки Average происходит усреднение данных. Затем необходимо сохранить эти данные в виде текстового файла.

#### Получение новой рецептуры

Для того, чтобы усреднить данные, вычисляется среднее арифметическое по двум переменным. Для усреднения двух полученных текстовых файлов необходимо использовать программное обеспечение MS Excel.

Программа *max\_kriv94.m.* Входные данные: *res* — содержит рецептуру цветов в процентах, *crd* — *Lab*-координаты. Выходные данные: *out* — таблица, в которой в левом столбце находится доля заливки в макете, а в правом — новая рецептура с учетом линеаризации. Блок-схема программы изображена на рис. 12.

Переменная res содержит следующие значения (1).

Формула кривизны (2).

По первому максимуму кривизны ограничиваем график (то есть подачу краски). Теперь эта доля процента будет принята за 100%. Следует разбить этот промежуток от 0 до условного выбранного процента на 20 шагов.

Программа строит градационную кривую, описывает ее полиномом 4 степени, вычисляет длину дуги как интеграл от входной рецептуры от 0 до 100% (от 0 до 1) (3.1,3.2).

Формула цветового отличия была преобразована из конечных разностей в дифференциальную форму.

Эта длина S делится на равные промежутки через 5% (21 интервал) (4).

После этого получаем линеаризованную градационную кривую. Листинг программы можно посмотреть в приложении.

## Введение калибровочных данных в RIP печатной машины

После линеаризации мы получаем таблицу с новыми рецептурами чистых цветов по сепарациям. В RIP во вкладку «Цветовая коррекция» вводим значения в поля через 5%. Ввод более подробных данных (чаще 5%) программой не предусмотрен.

#### Генерация и печать новой шкалы

В программном обеспечении *Argyll CMS* генерируем шкалу с 14644 патчей (все цвета во всех

## Вклад в полиграфию

комбинациях друг с другом через 10%), на формат  $60 \times 27$  см. Команда в программе Argyll для генерации нашей шкалы:

Создался генеральный план в виде текстового файла расширения \*.ti1.

После этого генерируем шкалы в виде изображений для печати. Для этого загружаем полученный файл в программное обеспечение Measure Tools в раздел Test Chart Generator. Задали размер шкалы под спектрофотометр —  $60 \times 27$  см, после чего получили 5 файлов с расширением \*.tif.

Печатаем эту шкалу на *Mimaki CJV30-160BS* с такими же настройками, как и предыдущую шкалу. Для этого устанавливаем лист на печатной маши-

не, прижимаем ролики, придвигаем упоры, опускаем рычаг прижима бумаги и проводим тестовую печать, чтобы убедиться в исправности всех печатающих головок.

В RIP загружается 5 файлов в формате \*.tif. С использованием функции «Свойство задания» выставляются необходимые параметры на печать.

- 1. Устанавливается формат листа.
- 2. Разрешение печати 1440 × 1440 dpi.
- 3. Тип растровой точки: small dot.
- 4. Количество проходов печатающей головки: 16.
- 5. Общий процент подачи чернил 65%.

С помощью RIP а машины меняется расположение шкал так, что три шкалы получаются на одном листе и две другие — на втором. Затем на отпечатанном листе необходимо вырезать все градационные шкалы.

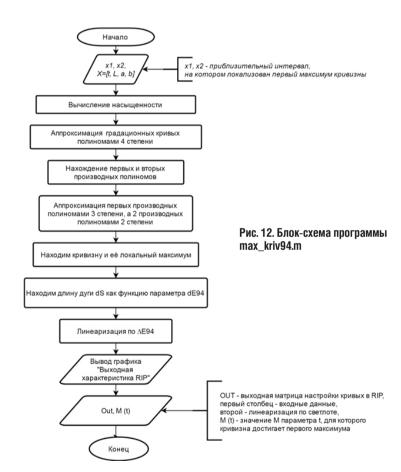
Продолжение следует

(1) 
$$\begin{cases} & t \in [0;1] \\ & L = L(t) \\ & a = a(t) \\ & b = b(t) \\ & r(t) = [a(t),b(t),L(t)] \end{cases}$$

(2) 
$$k = \frac{|[r'(t), r''(t)]|}{|r'(t)|^3};$$

$$\int_0^{tx} dE_{94} = \frac{s}{n}$$

(3.1) 
$$\begin{cases} t \in [0; 1] \\ L(t) = poly(t) \\ a(t) = poly(t) \\ b(t) = poly(t) \end{cases}$$



$$(3.2) \quad S = \int_0^1 dE_{94} = \int_0^1 \left( (L_1 - L_2)^2 + \left( \frac{\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}}{\left( (1 + 0.045 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}{\left( (1 + 0.015 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}{\left( (1 + 0.015 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}{\left( (1 + 0.015 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}{\left( (1 + 0.015 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}{\left( (1 + 0.015 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}{\left( (1 + 0.015 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}{\left( (1 + 0.015 \times \sqrt{a_1^2 + b_1^2}) \right)^2} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}}{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}} \right)^2 + \left( \frac{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}}}{\sqrt{(a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2 - \left(\sqrt{a_1^2 + b_1^2} - \sqrt{a_2^2 + b_2^2}\right)^2}} \right)^2} \right)^2$$

## Дизайн столицы Урала

Наружная реклама, интерьерная печать, витражи — элементы рекламы и имиджа становятся лицом города. Дизайн и внешний вид города зависит от идеи дизайнера и качества исполнения объекта. Профессиональные дизайнеры сегодня нарасхват: грамотный специалист должен сочетать в себе чувство стиля, владение правилами дизайна, знание особенностей полиграфии, умение слышать заказчика и понимание урбанистики. Дизайнеров в Екатеринбурге готовят в нескольких учебных заведениях, в том числе Свердловском училище имени И.Д. Шадра. Меняют облик города в лучшую сторону выпускники еще во время подготовки дипломной работы.

#### Художественное образование

С 1902 года Свердловское училище имени И.Д. Шадра готовит студентов и делает упор на художественном образовании. Сегодня учреждение имеет несколько отделений, в том числе «Графический дизайн» и «Дизайн среды», которые отлично сочетаются с работой в полиграфической и рекламной отрасли. Профессиональные навыки студенты закрепляют во время производственной и преддипломной практики на предприятиях города. Студенты принима-



ют активное участие в художественных акциях города, конкурсах, просветительских проектах. По заявкам администрации города и района студенты выполняют дизайн-проекты по оформлению административных помещений и офисов. Дипломные проекты выпускников зачастую имеют реального заказчика и отвечают требованиям времени, отличаются новизной решений и актуальностью.

### Масштаб работы

Один из интересных и значимых проектов 2019 года — дипломная работа «Оформление конференц-зала Министерства культуры Свердловской области». Автор работы — Андрей Коробицын, студент отделения «Графический дизайн». Руководитель проекта — Мак-

сим Крюков, художник, дизайнер, руководитель отделения «Графический дизайн» Свердловского художественного училища им. И.Д. Шадра.

Основная цель проекта — создание привлекательного образа Урала в интерьере конференц-зала, используя известные памятники архитектуры. Задача дизайнера — разработать серию витражей, раскрывающих историю региона, используя изображения наиболее характерных объектов культуры.

Помещению, выбранному для проекта, требовалась определенная модернизация, чтобы задать деловую и менее официальную атмосферу. Автору важно было передать через серию витражей культуру и наследие Свердловской области.

#### Жизнь в роскоши

Начало истории русского витража можно отнести к концу XVIII века. Доступ к дорогим материалам, таким как цветное стекло, был ограничен. По этой причине мастера, которые пытались повторить технику витража, чаще обращались к имитации, используя более доступную слюду, роспись, подложки из пропитанной жирной бумаги. Витражи считались предметом роскоши и были неактуальны в архитектуре из-за особенностей холодного и влажного климата. В период XVIII-IXX века начался расцвет технологии изготовления витражей благодаря появлению множества стекольных фабрик.

В реализации проекта важно передать самобытность и особенные черты сооружений Свердловской области. В качестве основных мотивов композиции выбраны объекты из списка культурного наследия ЮНЕСКО: Ирбит, Верхотурье, Екатеринбург. В числе объектов Усадьба Железнова, Невьянская Башня, Харитоновский парк и ротонда, Дом Севастьянова, Городская Администрация Екатеринбурга, Храм на крови...

В процессе создания эскизов к витражам разрабатывалась однородная, общая палитра и набор текстур. Подбирались нужные формы, графика и пластика. Определялась и масштабировалась толщина линии протяжки, общая стилистика витражей и насыщенность деталями. Все эти этапы выполнялись, чтобы сохранить идентичность и целостность серии витражей.

Интерьер в Министерстве культуры имеет определенные ограничения глубины и размера арок. Вертикальный формат витражей в пропорциях 1:3 определен существующей формой ниш. Сами изображения носят пейзажный характер, чтобы придать пространству живость и пластику. В центре композиции архитектурное сооружение, отражающее его особенности и стилистику, соответствующие оригиналу. Динамику в изображение вносят элементы растительности, облаков, неба.

В работах сливаются графические и живописные начала. Четкие линии и жесткие границы выделяют силуэты архитектурных сооружений, общие цветовые пятна определяют положение пейзажных мотивов изображения. Пейзажные мотивы имеют более насыщенное цветовое, живописное решение. Сочетания живописных и графический решений придают изображению выразительную контрастность. Колорит выдержан в спокойных цветах с соблюдением теп-

ло-холодных соотношений с преобладанием светлого тона.

План работы состоял из определения решения оформления конференц-зала, обработки информации по памятникам архитектуры и способа реализации витражей. Затем эскизирование с учетом собранной информации, отбор эскизов, приведение эскизов к единообразию и доработка. Пробная печать и декорация фрагмента. Заключительный этап — финальная печать и оформление «полотна».

Технологии оригинальных витражей довольно разнообразны, начиная от классического цветного стекла с протяжкой свинцовым каркасом, заканчивая подкрашенной или простой слюдяной пластинкой, сшитой жестяными полосами на заклепках. В проекте использована УФ-печать и имитация протяжки с помощью двухкомпонетного состава.

Витраж представляет из себя конструкцию из оргстекла для лучшего светового рассеивания. Поверхности декорируются под витраж с помощью «холодной сварки». Это придает ему завершенный, рельефный вид.

#### Правильная установка

В процессе монтажа устанавливается подсветка на основе неона и выводятся электрические компоненты, элементы сцепления рамы и стены. Монтируется брус-профиль, чтобы скрыть прямой свет неона. Витраж устанавливается в арку, где в стену встроены крепления. Установленное полотно декорируется финальным «плинтусом» для придания завершенного вида.

#### Станет всем светлей

Витражи обладают искусственной задней подсветкой. Выбор материала в виде оргстекла или монолитного поликарбоната молочного ипи белого цвета позволяют сохранить даже декоративные свойства выключенной подсветке. Подсветка витража — это набор неоновых трубок теплого или холодного света. Благодаря электротехническому оснащению степень освещенности, яркости регулируется удаленно или со встроенных реостатов.





#### Максим Крюков, художник, дизайнер, руководитель отделения «Графический дизайн» Свердловского художественного училища им. И. Д. Шадра

Задача отделения «Графический дизайн» — не просто развиваться в отдельной узкой специализации, ориентируясь на требования времени. Мы стараемся касаться смежных областей, искать способы применения полученных учащимися навыков в порой неочевидных задачах, задействовать фантазию и умение ориентироваться в технологиях. Графический дизайнер в современном мире должен быть (как минимум, в процессе обучения) максимально

полифункциональным. Главное — понимать и применять на практике процессы реализации своих замыслов. Витражи в зале для конференций Министерства культуры стали отличным примером в этом направлении. Очень приятно слышать множество положительных отзывов от работников, для которых наша работа стала знаковой в антураже трудовых будней.



#### Андрей Коробицын, автор проекта

Возможность выполнить конкретный заказ такого уровня выпадает не всегда. Мне повезло, характер работы соответствовал моим профессиональным навыкам. В процессе работы над проектом мы часто вносили правки, добавляли и меняли детали, чтобы придать витражам более цельный вид.

Самое интересное — практическая часть на объекте. Именно практическая часть показалась самой трудо- и времязатратной. Ручной труд, работа с инструментом, осторожность и тщательность выполнения...

Работа над проектом заняла несколько месяцев. Значительную часть работы занимает именно проверка изображений, текстур и постоянная доработка эскиза перед печатью, нежели обработка изделия.

Витраж — это специфический элемент монументализма в интерьере или экстерьере. Такое решение подойдет не для каждого объекта, не всегда можно с помощью графики вписать витражи. Иногда лучше выбирать что-то смежное, необычное, с печатью, оргстеклом и монолитным поликарбонатом. Советую использовать не только цвет и графику. Рельеф, матовость, строгость линий и гравировка могут в разной комбинации изменить восприятие цвета и света в помещении, несмотря на то что материалы одни и те же и выполняют одинаковую функцию.

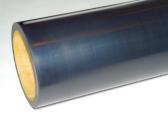
Есть ощущение, что с точки зрения оформления города наблюдается положительная тенденция. Все чаще простые объекты заменяются интересными решениями. Все больше внимания уделяется идентичности в одной компании, филиалов магазинов. Город меняется в лучшую сторону. Даже среди новых зданий зачастую можно заметить визуальное разнообразие.

# 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

формные флексовалы и шестерни





Формный флексовал

Флексогильза Sleeves на «основе» производства «Формат»





Пассевационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными

Вал для полиграфических машин



(силикон)

#### 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







## maxima

## Бумагорезательные машины

# ADAST MAXIMA

## ADAST MAXIMA MS 80 BP

Производитель: CZECH REPUBLIC

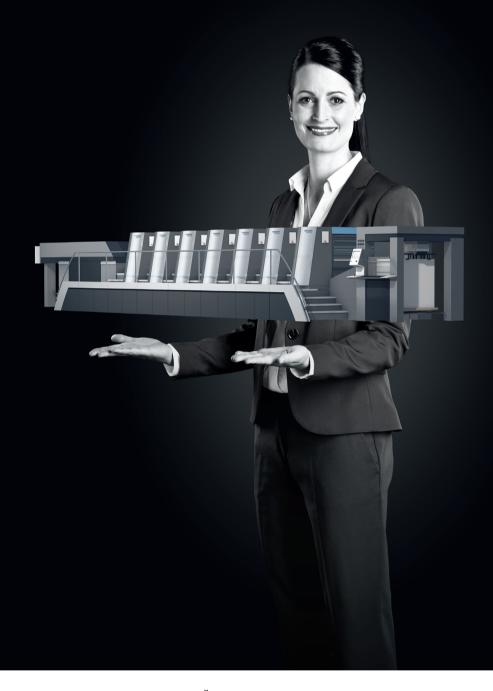




## ADAST MAXIMA MS 115 BP

Производитель: CZECH REPUBLIC

## Speedmaster. Создан вдохновлять.



Секрет успеха наших клиентов – идеальное взаимодействие между людьми, машинами, материалами и процессами. Печатные машины Speedmaster позволяют реализовать впечатляющие бизнес-модели, что, в свою очередь, дает важное конкурентное преимущество.



Раскрывайте новые возможности, которые предлагают печатные машины Speedmaster, и ищите вдохновение! www.SpeedmasterGetInspired.com

