

Печатный БИЗНЕС

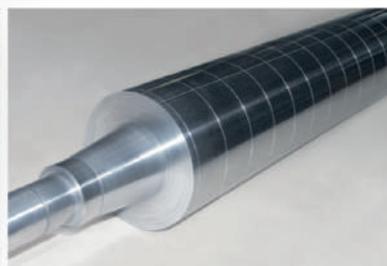
ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№4 (150) июль-август 2023

Внутренний портрет: Елена Емельянова
Виктория Ручка: маркетинг для типографий
Александр Руденко: точность Duotone
Зара Мусс: дизайн в эпоху нейросети
Печать металлизированными и фляш-красками
Российское производство

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

- ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ
- ДЛЯ ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ
- ДЛЯ УВЛАЖНЕНИЯ ЛЮБОГО ТИПА
- ДЛЯ УФ-ПЕЧАТИ И ЛАКОВ
- ДЛЯ ФАЛЬЦОВОК И ЛАМИНАТОРОВ (СИЛИКОН)
- ВАЛЫ С РИЛЬСАНОВЫМ ПОКРЫТИЕМ И НАСЕЧКОЙ
- РАЗГОННЫЕ (ШИРИТЕЛЬНЫЕ) ВАЛЫ



ФОРМНЫЙ ФЛЕКСОВАЛ



РАЗГОННЫЙ ВАЛ



ПАССЕВАЦИОННЫЙ ВАЛ



РИЛЬСАНОВЫЕ ВАЛЫ



ООО «ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ»
152900, РОССИЯ, ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛ.,
Г. РЫБИНСК, УЛ. ЛУГОВАЯ, 7
ТЕЛ.: 8 800 250 02 12
REZINA@FORMATLTD.RU

МОСКОВСКИЙ СКЛАД
141069, РОССИЯ, МОСКОВСКАЯ ОБЛ.,
Г. КОРОЛЁВ, ПОС. ПЕРВОМАЙСКИЙ,
УЛ. СОВЕТСКАЯ, 39В
ТЕЛ/ФАКС: 8 (495) 223-64-47

WWW.FORMATLTD.RU



ПОЛИГРАФ КЛУБ
расходные материалы

СУПЕРМАРКЕТ
ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛОВ



www.poligraph.club
8 800 301 84 64
inform@poli-mat.ru

Москва Санкт-Петербург Казань Тула Тверь





Дорогие полиграфисты!

Встречаем август на позитиве! Мир вокруг меняется невообразимо быстро, время летит с невероятной скоростью, будущее совершенно неожиданно становится прошлым... И только август продолжает дарить летнее тепло и любовь еще зеленых листьев.

Каждому из нас нужна эта природная открытость и искренность. Потому как каждый из нас — это своеобразный барометр, от колебаний которого зависит жизнь команды. И мы, полиграфисты, понимаем это как никто лучше. Особенно в те периоды, когда на нашем полиграфическом поле появляются новые технологии. Согласны? Тогда продолжаем активно и продуктивно работать! Цените то, чем мы все вместе занимаемся.

Берегите себя и своих близких.
Здоровья и мира.

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

Читайте в номере:

ОБЗОР

2 DEAL: российское оборудование для трафаретной печати

ИТОГИ

3 «Графические системы»: поставки в новых условиях

НОВОСТИ

4 «НИССА Центрум»: семь цветов HanGlobal LabStar 330S;

«ЦБК-Трейдинг» и «Танзор»: семинар на ИННОПРОМ

5 ИННОПРОМ, «ТЕРРА СИСТЕМЫ»: пресса для высечки и тиснения
DAYUAN VHT-1060SCE

23 «Сантай», Печатник.com

ВНУТРЕННИЙ ПОРТРЕТ

6 Елена Емельянова, генеральный директор типографии «Бьюти Пак»

БЛИЦ-ОПРОС

8 Производство упаковки

ДЕТАЛИ

10 «Юбессер», «ХД РУС»: особенности печатных свойств фляш-красок

12 PRO-OFFSET: качественные триадные краски и лаки
по доступной цене

14 «Полиграф-Клуб»: офсетные резинотканевые полотна,
УФ-лаки JBC LAC для офсета и флексографии

16 «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»: печать металлизированными красками

18 «Европапир»: материалы от а до я

ВКЛАД В ПОЛИГРАФИЮ

20 Александр Руденко: точность Duotone на экране и цветопробе

ДИЗАЙН

22 Зара Мусс: эпоха нейросети. Зачем нужны дизайнеры?

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

24 Виктория Ручка: маркетинговая упаковка типографии

ОБЛОЖКА

«Формат», «Полиграф-Клуб»,

VIII Летний Уральский полиграфический форум,

«Мимаки-Урал», Printech-2024

16+



Сайт издания

Учредитель: ООО «Цифровые решения». Главный редактор: Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). Журналисты: Семейкина М.В. (semejkina.margo@mail.ru), Ушакова М.А. Дизайн и верстка: Кузнецов Г. М. Корректурa: 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 № ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №4 (150) июль-август. Подписано в печать: 23.08.2023. Выход в свет: 29.08.2023. Печать: типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Титова, 19Б). Тираж: печатная версия — 1 000 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. © 2023 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

Российское оборудование для трафаретной печати



Александр Гаврин,
основатель компании
DEAL (Екатеринбург)

Команда DEAL ориентируется на глобальную миссию — изменить отношение к оборудованию, произведенному в России. Планомерно и успешно компания развивается в этом направлении.

■ Два года назад вы определили для себя довольно четкую стратегию: концентрируемся на более «простом» оборудовании. Вы придерживаетесь этой позиции?

Да, идем тем же путем. Это отнюдь не означает, что мы «топчемся» на одном месте, совсем наоборот. За это время мы внесли много технологических изменений в действующее оборудование, добавили новые машины в модельный ряд экспокамер, ручных каруселей и туннельных ИК сушек.

■ В конце 2021 года вы презентовали экспокамеру, переделали конструкцию туннельной сушки, изменили карусель для печати по текстилю. Сейчас уже можно проанализировать, как к этим результатам это привело?

Эти два года мы продолжаем совершенствовать оборудование. Конечно, оно становится все более привлекательным для полиграфистов и с технической, и с эстетической точки зрения.

В современных реалиях важным аспектом для клиента является в том числе и «сервис» в широком смысле этого слова. Могу с уверенностью сказать, что мы стараемся оказывать поддержку на достойном уровне. Большую часть вопросов удается решить удаленно, иногда требуется личное присутствие нашего представителя, но это единичные случаи.

Комплектующие, как правило, есть в наличии. Замена — несложный процесс, с ним клиенты справляются сами.

Все это позволяет нам все больше заявлять о себе, быть той компанией, о которой рассказывают и советуют знакомым, что значительно увеличило круг наших клиентов и партнеров. Учитывая, что мы практически не продвигаем себя в интернете и соцсетях (хотя мы там тоже есть), можно предположить, что большинство наших клиентов выбрали нас по рекомендации.

■ Расскажите о ваших флагманских моделях. Чем финальная версия отличается от изначальной задумки?

Что касается ручной карусели, мы добавили металлические печатные столы с термостойкой резиной на печатной поверхности. Кроме того, произошло достаточно много небольших изменений, что позволяет ей быть более надежной и удобной в работе.

В экспокамере добавили модели с сушильным шкафом, установили в качестве управления профессиональные ПЛК контроллеры с панелью оператора с функцией записи до 10 программ экспонирования. Запустили модель с размером по стеклу 1350x1600мм. Полагаю, это максимальный формат, представленный в России, в варианте «2 в 1», когда излучатель и вакуумный прижим в одном устройстве.

В туннельной ИК сушке мы используем конвекцию, причем не простую циркуляцию воздуха внутри камеры, а нагнетание воздуха на изделие с регулировкой мощности этого нагнетания. Это

дает лучшее просыхание напечатанного слоя краски, особенно водной и вытравной.

■ Как изменился интерес полиграфистов к отечественному оборудованию?

Интерес, конечно, за последний год вырос. В то же время у клиентов до сих пор есть скептическое отношение к оборудованию, произведенному в России. Шелкографы, пожалуй, самые консервативные в отрасли. Тем самым, наверное, более детально вглядываются в предлагаемое оборудование. Им важно найти в нем то, что, по их мнению и опыту, должно быть в достойном варианте, которое прослужит долго. Собственно, это они и находят в оборудовании DEAL.

Как правило, самым убедительным доводом для приобретения становится разговор с печатниками, у которых уже есть опыт использования подобного оборудования. Многие наши клиенты готовы делиться этой информацией и даже могут принять на своей площадке нашего потенциального покупателя, чтобы «вживую» показать работу машин.

■ Чего нам ждать от вас в ближайшие годы?

Очень бы хотелось за 2024 год выпустить карусельный полуавтоматический станок для печати по текстилю, хотя бы как пилотный вариант, как говорится, «концепт кар». И, конечно же, обновленные модели уже имеющегося в линейке оборудования.

www.deal96.ru
info@deal96.ru
8-908-63-73-721

Четко сработано



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

Компания «Графические системы» — профессионалы своего дела. Быстрая реакция, поиск альтернатив, тестирование и новые предложения на рынке — так выглядит ответ на новые реалии.

■ Сергей, как вы с тактической точки зрения среагировали на изменения рынка?

За прошедшие полтора года мы попали под серьезные западные санкции, что усложнило логистику поставки оборудования, расходных материалов и запасных частей. Я благодарен нашей команде за оперативную и гибкую работу в новом направлении.

Отдельно остановлюсь на одном из наших ключевых направлений — сегменте цифровой печати. Сейчас возможны несколько вариантов поставки оборудования из-за рубежа. Помимо официального представителя, компании Ricoh Rus, мы имеем несколько прямых каналов поставки из Китая. Да, процесс теперь длится несколько дольше, но схема отлажена. Уже в 2023 году состоялось несколько поставок новых машин Ricoh.

■ Вы представляете восстановленную технику Ricoh. Чем этот вариант привлекателен для ваших клиентов?

Мы доставили в Россию большой объем восстановленной техники Ricoh, приобретенной в Китае на официальном заводе. Это официальный дилер, который покупает оборудование Ricoh, полностью его восстанавливает, меняет все ресурсные расходные материалы и дает гарантию на дальнейшую эксплуатацию.

Оборудование проходит проверку, упаковывается и как новое отправляется к нам. Мы на своем опыте убедились, что данное оборудование достойного уровня и хорошего состояния.

В этом году на выставке Printech мы как раз представили восстановленные заводом машины Ricoh Pro 8300S и Ricoh Pro C 7100X. Со стороны клиентов был большой интерес к данным моделям. Многих удивляла цена — она в несколько раз ниже стоимости новых машин. К финалу выставки эти машины были приобретены и сейчас уже успешно работают на производстве в Челябинске и Ростове-на-Дону.

■ Одна из востребованных моделей Ricoh среди полиграфистов — Ricoh Pro C9200. Данную модель в восстановленном формате вы также предлагаете в своей линейке?

Да, предлагаем такой вариант восстановленного оборудования. Данная модель есть в наличии. На базе этой машины компания Ricoh проводит обучение наших сервисных инженеров.

■ Что касается оборудования Mimaki, как вы решаете вопросы, связанные с поставками?

С расходными материалами, запчастями и оборудованием Mimaki в начале 2022 года ситуация была достаточно стабильная. Наши партнеры, компания «РуссКом», поставляла нам все необходимое, чтобы мы могли обеспечить наших заказчиков.

В этом году мы начали отрабатывать прямые контракты с поставщиками и производителями за рубежом. С этой задачей мы успешно справились, настроили поставки в сжатые сроки. Сейчас на нашем складе в наличии практически полный ассортимент чернил.

■ С учетом новой реальности рассматриваете ли вы новые бренды машин?

Нам важно дать выбор нашим заказчикам, поэтому мы готовы рассматривать альтернативные варианты.

Компания «РуссКом» представила первую партию текстильных и сольвентных УФ-принтеров бренда GO! DIGITAL (Китай). Данные модели были продемонстрированы в работе на выставке Printech. Мы готовы дополнить парк оборудования наших клиентов и представить сервисную поддержку.



Текст: Мария Ушакова
Фото машины: ГК «РуссКом»

Семь цветов HanGlobal LabStar 330S

Компания HanGlobal, подразделение группы Hanglory, Китай, представила опциональное дооснащение для популярной в последние годы в России ЦПМ LabStar 330S. Новая опция позволяет заказать машину с одной или двумя дополнительными секциями для нанесения краски или цифрового лака. Таким образом в полной комплектации машина оснащается 8 красочными секциями, печатающими 7 различными цветами.

При разработке LabStar 330S была заложена возможность установки до 8 красочных секций. Однако до настоящего времени использовалось 4, 5 или 6 соответственно для печати СМΥΚ, WCMΥΚ или WWCMΥΚ, то есть полноцветной, с одинарным или двойным кроющим белым. Все поставленные



до настоящего времени в Россию ЦПМ LabStar 330S укомплектованы двойным кроющим белым.

На кадре из демонстрационного видео показана красочная конфигурация ЦПМ LabStar 330S с 8 красочными секциями и 7 цветами. В начале, слева на изображении — две секции белого, затем СМΥΚ, затем две дополнительных секции. Эти дополнительные секции могут быть использованы

для нанесения различных чернил. Это могут быть оранжевые и/или фиолетовые чернила, расширяющие цветовой охват машины. Возможны и другие цвета, в настоящее время специалисты Hanglory ведут активные разработки в этой области. Предложено и прозрачный лак, расширяющий возможности машины путем создания визуальных и тактильных структур.

На поздней стадии разработки также находятся комплекты аппаратного дооснащения, призванные добавить одну или две дополнительных красочных секции в уже установленную в типографии машину LabStar 330S.

По материалам компании «НИССА Центрум»

«ЦБК-Трейдинг» и «Танзор»: семинар на ИННОПРОМ



В Екатеринбурге в рамках выставки ИННОПРОМ компания «ЦБК-Трейдинг» провела семинар «Бумага и картон с белорусской душой». Мероприятие организовано при содействии компании «Танзор».

В семинаре приняли участие компании «Астра», «Аверс», «Тюменский дом печати», представитель Уральского Федерального университета и другие. Специалисты полиграфических компаний Уральского федерального округа познакомилась с деятельностью представительства Добрушской бумажной фабрики и компанией «ЦБК-Трейдинг», ее дистрибьюто-



рами и поделились своим опытом работы на добрушском картоне.

Кроме того, на семинаре обсудили продуктовый ассортимент Добрушской бумажной фабрики; характеристики картонов GC1, GC2 и CupBoard, технологические особенности, а также рекомендации по работе с добрушским картоном.

На мероприятии состоялась презентация нового продукта фабрики — картона для асептической упаковки. Это мелованный картон, имеющий пониженную торцевую впитываемость и нижний слой из небеленой целлюлозы.

«ЦБК-Трейдинг» — официальный российский представитель Добрушской бумажной фабрики «Герой труда». «Танзор» — ведущий производитель и поставщик расходных материалов для офсетной, флексографской и трафаретной печати.

6 июня в рамках выставки RosUpack состоялось торжественное подписание соглашения о сотрудничестве между ООО «ЦБК-Трейдинг» и ООО «Танзор». Соглашение предполагает взаимодействие в части научно-технической и производственной базы, тестирования материалов с целью добиться оптимального качества и сформировать оптимальный набор материалов «под ключ» для производителей картонной упаковки.

В Екатеринбурге продолжает работать филиал ГК «Танзор» и обеспечивать клиентов региона необходимыми расходными материалами.

По материалам ГК «Танзор»

Главная стратегическая сессия ИННОПРОМ «Устойчивое производство: стратегии обновления»

На площадке ИННОПРОМ состоялась главная стратегическая сессия, которую открыл председатель правительства Российской Федерации Михаил Мишустин. В мероприятии принял участие заместитель председателя правительства Российской Федерации — министр промышленности и торговли Российской Федерации Денис Мантуров.

Открывая стратсессию, Михаил Мишустин отметил позитивный тренд развития российского промпроизводства — за последние 4 года оно увеличилось на 7%. Он подчеркнул, что главным драйвером остается машиностроительный комплекс, высокие показатели демонстрируют автопром и сектор создания машин и оборудования, также ускорился рост в металлургии, химическом комплексе.

Михаил Мишустин напомнил, что утверждена Концепция технологического развития страны, в рамках которой планируется развернуть не менее десяти мегапроектов с гарантированным финансированием на весь срок их реализации. По словам Мишустина, основными ориентирами для дальнейшей работы предприятий являются глубокая локализация промышленных изделий, насыщение внутреннего спроса, производство необходимых комплектующих и увеличение экспорта продукции с добавленной стоимостью.

Вице-премьер отметил, что наша промышленность прошла этап «адаптации» и находится на этапе «развития». Важную роль в обеспечении развития играют

меры поддержки, например кластерная инвестиционная платформа или займы Фонда развития промышленности. В прошлом году был выдан рекордный объем займов Фонда — 140 млрд руб.

Вместе с тем заместитель председателя правительства Российской Федерации — министр промышленности и торговли Российской Федерации обозначил потребность российской промышленности в квалифицированных кадрах. По словам Дениса Мантурова, самым передовым российским регионом будет тот, который во всей полноте реализует инструменты в рамках программы «Профессионалитет».

*По материалам
пресс-службы выставки*

Пресса для высечки и тиснения DAYUAN VHT-1060SCE



**БРЕНД №1
в Китае**

- 1 Скорость работы до 9000 ударов/час
- 2 Усилие высечки до 600 тонн
- 3 Точность высечки $\leq \pm 0.075$ мм
- 4 Самые тяжелые машины в своем классе
- 5 78 национальных патентов

T **TERRA SYSTEMS**
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

+7 (495) 120-27-82
www.terrasystems.ru

Dayuan 大源

«Мое предназначение — созидать и создавать»



Елена Емельянова,
генеральный директор
типографии «Бьюти Пак»
(Екатеринбург)

■ Елена, ваше образование помогает в работе и жизни?

Мое первое образование — УрГЭУ СИНХ, специальность «Экономика труда и управление персоналом». Честно говоря, в 17 лет практически никто не думает о взрослой жизни с позиции взрослого человека, поэтому и выбор учебного заведения вряд ли можно назвать осознанным. Однако, некоторые моменты активно применяю, в частности, научная организация труда, фотография рабочего дня и хронометраж на производстве.

Сейчас в фокусе внимания у нас, как и у многих производителей, внедрение бережливого производства. Поэтому используем все необходимые методы.

Второе образование я получила, уже будучи опытным предпринимателем — училась на психолога. Умение выстраивать отношения с людьми, грамотное и конструктивное решение конфликтных ситуаций, да и просто психологическая поддержка — важнейшие навыки руководителя.

■ В какой период жизни появилась типография «Бьюти Пак»?

Полиграфией я занимаюсь уже 25 лет. Начиная с крошечного печатного участка на базе госу-

Выражение «Красота в глазах смотрящего» обретает особый смысл, когда речь идет об Елене Емельяновой и производстве с акцентом на красивую упаковку. Елена на своем примере показывает, что значит «вести бизнес красиво». Как минимум, это значит быть верным своим ценностям и вкладываться в искусство жизни.

дарственной библиотеки. 10 лет работала в одной из крупнейших типографий Екатеринбурга — с коллегами до сих пор поддерживаем дружеские отношения.

Но все-таки предпринимательский дух вырвался на свободу, так началась история развития собственного производства. С 2012 года мы работаем под брендом «Бьюти Пак» и делаем красивую упаковку.

■ Как звучит ваш главный принцип ведения бизнеса?

Он такой же, как и в семье — справедливость и забота друг о друге.

Любые отношения — семейные или деловые — должны быть честными и открытыми, приносить радость и пользу. Если в какой-то момент ты видишь, что человек рядом с тобой, будь-то родственник или подчиненный, или даже заказчик, пользуется тобой, твоими слабо-

■ Кто идет рядом с вами по жизни?

Наша команда. Это в первую очередь моя сестра — мой друг и соучредитель в одном лице. За 10 лет совместной работы мы выслушали немало стереотипных рассуждений о том, как опасно иметь бизнес с родственниками. Бесспорно, история знает немало примеров, когда рушатся родственные связи, любовь и доверие. Но в нашем случае объединение знаний, компетенций и трудолюбия сыграло только положительную роль в укреплении бизнеса.

■ Как выглядит идеальный отпуск? На что вы обращаете внимание в поездках?

Именно путешествия перезагружают наш перегруженный мозг и восстанавливают нервную систему. Каждый отпуск — обязательно путешествие. Стараюсь ездить минимум 2–3 раза

Объединение знаний, компетенций и трудолюбия сыграло только положительную роль в укреплении бизнеса.

стями, неуважительно относится — такие отношения надо заканчивать как можно быстрее. Ведь, благодаря одному гнилому огурцу в банке вскоре будет целая банка гнилых огурцов, — так это работает.

■ Что вам дает уверенность и не позволяет сомневаться в своих силах?

Уверенность и силы дает именно окружение человека. На работе, как и в семье, недостаточно быть просто продуктивным, необходимо чувствовать себя нужным, любимым и счастливым.



в год. Это мое главное увлечение и любимое времяпровождение.

Незабываемые ощущения от Кубы и Доминиканы: круглосуточная баггата и лучшие на свете пляжи. Неоднократно была в юго-восточной Азии. В планах еще не раз вернуться в эти места.

В поездках обязательно общаюсь с местными жителями, погружаюсь в их культуру и жизнь. Изучать национальную кухню — отдельное удовольствие.

■ Что дает вам энергию? И в чем ваша сила?

Быть предпринимателем очень не просто. Ты берешь ответственность не только за себя, но и за всех людей, которые с тобой работают. Постоянно приходится учиться, наращивать знания. Опыт принятия решений далеко не всегда приятный, внутреннее напряжение изматывает, дырки от ударов граблями тоже заживают не так быстро.

Конечно, время от времени выгораешь до углей. Начинаются внутренние диалоги на тему «что есть настоящая внутренняя свобода и надо ли мне оно вообще». Но у меня есть внутреннее ощущение правильного пути, даже если он сложный, ты все равно понимаешь, что двигаешься в верном направлении. Если ты вдохновлен, если процесс и результат приносят удовлетворение и желание идти дальше, значит ты на верном пути.

Моя сила — моя вера в себя. Еще я черпаю силы в любви и заботе моих близких. Могу назвать себя счастли-

вым человеком: меня каждый день дома хвалят и говорят слова любви и благодарности. Любящий муж и дети — это главная ценность любой женщины.

■ Как вы для себя определяете, в чем заключается искусство жизни?

Самое главное в жизни — оставаться человеком. Кто-то придерживается библейских заповедей, кто-то «просветляется», кто-то равняется на некие идеалы. В любом случае, у каждого из нас сформированы свои ценности, мы зрелые взрослые личности с определенным внутренним миром.

Самая высшая ценность в жизни — это сама жизнь. Если задуматься о том, какое само по себе чудо — наш оазис живого в огромной вселен-

Есть внутреннее ощущение правильного пути, даже если он сложный, ты все равно понимаешь, что двигаешься в верном направлении. Если ты вдохновлен, если процесс и результат приносят удовлетворение и желание идти дальше, значит ты на верном пути.

ной неживой материи, понимаешь, что отмеренный нам крошечный отрезок во времени — это бесценный дар природы, и глупо тратить его на ничтожные вещи.

Не так уж много мы можем в большинстве своем, но наше предназначение — созидать по мере своих возможностей. Мы создаем новых людей, творим добро, вкладываем крошечные крупинки в развитие новых продуктов, новых технологий. Кто-то сочиняет прекрасные стихи или песни, кто-то создает носители

информации для них, чтобы они сохранились для поколений. Каждый вкладывается в искусство жизни, и тот, кто не разрушает, а создает — тот живет правильно.

■ Какие черты характера ярко проявлены у вас?

Надежность. Мое слово стоит очень дорого. В жизни очень много пустого, зачастую понимаешь это только в тот момент, когда хочешь опереться на что-то или кого-то. На меня можно опереться, это совершенно точно.

Многие ценят мое чувство юмора и добрый характер. Я умею находить контакт с людьми, налаживать неформальное общение. При этом моя роль в жизни — помогатор. Я помогаю людям в разных ситуациях и различными

способами. В том числе занимаюсь благотворительностью по мере сил, в частности, более 15 лет с благотворительным фондом «Мы Вместе», который ориентирован на помощь тяжело больным детям.

■ Что делает ваш день лучше?

Если ты выспался — это уже хорошее утро. Если твои близкие с тобой и здоровы — день идеальный. Если сбылась хотя бы одна маленькая мечта, значит, день прожит не зря, значит вообще все в жизни не зря.



Маргарита Семейкина

Упаковка

Индустрия упаковки развивается семимильными шагами. Кто ее развивает и как — рассказывают игроки рынка.

1. С чего началось и как развивалось направление упаковки в вашей компании?
2. Как вы выбираете поставщика оборудования и материалов?
3. Какое оборудование для производства упаковки используете?
4. Какие заказы выполняете сейчас?



Елена Емельянова, генеральный директор типографии «Бьюти Пак» (Екатеринбург)

1. Производственная компания «Бьюти Пак» создана в 2012 году на базе РПК, специализированного полиграфического производства бумажных пакетов. Через несколько лет мы приняли решение развивать направление упаковки, так как именно этот сегмент полиграфии имеет относительно долгие перспективы жизни оффлайн.

Велосипед изобретать не пришлось — обменивались опытом с типографиями данного профиля в других регионах, приобрели оборудование, прошли технологическое обучение. Постепенно начали осваивать технологию изготовления жестких подарочных коробок с кашировкой — как раз стали актуальны круглые коробки для цветов. При этом мы сразу сделали упор на высокое качество продукции. Как итог: на сегодняшний день мы делаем одни из самых качественных и прочных коробок из переплетного картона.

В фокусе внимания — максимальное упрощение процесса от точки «нужна упаковка» до «спасибо за отличную работу». Не так давно мы обновили сайт, создали калькуляторы расчета стоимости для всех видов упаковки. Следующий шаг — подключение нейросети для создания макетов упаковки исходя из пожеланий клиента.

4. На данный момент направление упаковки составляет у нас около 80% всего оборота, из них около 30% — это переплетные коробки, около 40% — пакеты, еще около 20% — гофрокороба для маркетплейсов и 10% — другие виды упаковки.

Конечно, сейчас интенсивнее всего растет сегмент гофрокоробов, так как стремительно развивается рынок маркетплейсов, где почти все пакуется в коробки эконом-класса.

Как и прежде, для заказчика важно желание выделиться с помощью упаковки и при этом не переплатить. Чтобы удовлетворить эти нехитрые потребности, мы пополняем каталог новых форм на упаковку — заказчики пользуются ими бесплатно.



Полина Михайлова, генеральный директор ООО «ОПТИМПАК» (Ивантеевка, Московская область)

1. Предыдущий опыт работы в компании, которая делала ставку на массовый сегмент, подтолкнул к тому, что нужно развивать новое направление — производство упаковки для мелкосерийных заказов. Развитие торговли на электронных площадках, расширение продаж в маркетплейсах придало дополнительный импульс развитию рынка гофроупаковки и подчеркнуло правильность принятого решения: работать на сегмент невысоких тиражей с индивидуальным подходом к каждому товару.



2. Выбор поставщика обуславливается не только стоимостью, но и порядочностью с точки зрения налогообложения, условий оплаты, сроков поставки. Кроме того, важным элементом является наличие страхового запаса на складе, что положительно влияет на работу компании.

В последнее время приходится брать большой запас на поставку запасных частей и компонентов электроники, а также хранить основные запчасти у себя на производстве, чтобы оперативно произвести ремонт.

3. Приобретение европейского оборудования в данный момент — достаточно рискованное и дорогостоящее дело, а также сроки поставки сложно спрогнозировать. На сегодняшний день у нас установлено оборудование, произведенное в России («начинка» китайская) и китайское оборудование. Выбор основывался на технологических возможностях оборудования, его производительности, и, конечно, стоимости.

4. Производство выполняет на данный момент различные заказы как по сложности, так и по тиражу. Каждый клиент в лице нашей компа-



нии сможет найти надежного и стабильного поставщика. Слова «нет» не существует, его мы заменяем «предлагаем рассмотреть другой вариант исполнения заказа». Невозможно уметь и производить весь спектр гофроупаковки, но можно найти выход из любой ситуации и предложить новое решение для того, чтобы удовлетворить потребности клиента, а также учесть технологические возможности производства.



Константин Харитонов, заместитель генерального директора по планированию и технологии производства АО «Ламбумиз» (Москва)

1. История завода «Ламбумиз» связана со становлением и развитием упаковочной и молочной отраслей России. Производство началось в 1972 году с запуска линий по производству картонной упаковки Tetra Classic в форме пирамиды. С 1986 года «Ламбумиз» выпускает упаковку Gable Top в форме параллелепипеда с гребешком, которую вы сейчас видите в магазинах.

Сегодня компания предлагает заготовки пакетов типа Pure Pak и Tetra Rex, гибкие упаковочные материалы с печатью, комбинированные материалы (кашированная фольга, многослойные пленочные материалы с печатью и без), одноразовую посуду из картона и ламинированного картона собственного производства, пластиковые крышки с мембраной для бумажных пакетов.

Завод занимается производством ламинированного картона и оказывает услуги по резке из ролей в листы.

2. Последние три года мы активно обновляем и расширяем парк оборудования. Это связано и с расширением услуг, и с развитием новых направлений производства.

Оборудование выбираем исходя из собственного опыта. Тщательно изучаем предложения поставщиков на выставках и обязательно смотрим то оборудование, которое установлено в типографиях, например,



в Китае. Так как именно Китай идет по пути замены западного оборудования на оборудование собственного производства.

Критерии у нас простые — надежность и то, как оборудование зарекомендовало себя на рынке. Выбираем проверенных временем поставщиков. Сегодня мы ориентируемся на восточных партнеров, в связи со сложностями с поставками западных производителей, как самого оборудования, так и запчастей к нему. В нынешних условиях обслуживать западное оборудование дороже по всем показателям: и в денежном, и во временном выражении.

3. Наш завод — предприятие полного цикла, с обширным парком оборудования. Печатное оборудование представлено флексографическими и офсетными машинами. Также мы имеем собственный промышленный ламинатор. Кроме печатного оборудования, на заводе функционируют всевозможные постпечатные машины.

За счет большого спектра услуг мы перекрываем потребности всего рынка. Печатаем большие, средние, малые и сверхмалые тиражи. Используем практически все виды краски: водные, спиртовые, УФ-краски.

4. Сегодня рынок стремительно меняется, мы с вами живем в эпоху перемен. Рынку требуется быстрый отклик, который мы всегда поддерживаем. Например, когда клиенту требуется пробный тираж, чтобы

оценить эффект нового продукта на полке, — мы предлагаем сверхмалые тиражи. Нужно заметить, что эти решения технологически просчитаны, быстры и очень бюджетны по сравнению с традиционными решениями.

Мы работаем как с крупными, так и с мелкими производителями, у нас гибкий подход ко всем клиентам. Отработанные технологии производства позволяют решать различные задачи для всех игроков рынка в кратчайшие сроки.

За последние два года нам удалось реализовать несколько амбициозных проектов. Например, мы первыми в России освоили и внедрили нанесение маркировки DataMatrix на упаковку для Gable Top, причем самого высокого класса А.

Одна из самых нестандартных задач сегодня — запуск новых видов упаковки, которые ранее не производились в нашей стране: мы запускаем производство асептической упаковки не ролевого типа для соков. Кроме этого, начато освоение нового вида упаковки тетра-топ — картонные бутылки с пластиковым горлышком и пробкой.

Сегодня «Ламбумиз» активно налаживает процесс импортозамещения на рынке России. Мы осваиваем современные технологии, тестируем новую упаковку и предлагаем нестандартные услуги. Надеемся, что наши новинки и дальше будут востребованы рынком.

Особенности печатных свойств фляш-красок



Виктор Андреев,
генеральный директор
компании «Юбессер»
(Екатеринбург)



Станислав Ямилинец,
технолог-консультант
компании «ХД РУС»
(Москва)

Все ли вы знаете про свою краску? Вопрос, от которого зависит качество печати и технология печати. Это нужно для понимания физических и химических процессов, протекающих во время печати, и возможности влияния на процесс.

На рынке появляются новые листовые офсетные краски азиатского производства. Такие краски за счет своей низкой стоимости массово стали внедряться в типографиях. В борьбе за экономию многие типографии не задумываются, чем они жертвуют. И если отсутствие цветового стандарта на краску ISO 12647-2 становится очевидным при попытке воспроизведения ранее отпечатанных работ, то многие подводящие камни кроются в способе производства самой краски.

Под общепринятым, но устаревшим по своему смыслу термином «перетир» красок подразумевают не измельчение частиц пигментов, а лишь их дезагрегацию и распределение в связующем. От этого процесса зависит взаимодействие между твердой и жидкой фазами. Более правильно называть этот основной процесс изготовления лакокрасочных материалов не «перетиром», а диспергированием, так как при этом размер отдельных первичных частиц пигмента не уменьшается, а лишь разруша-

ются коагуляционные структуры, крупные агрегаты частиц приближаются к размерам, первоначально полученным при изготовлении пигмента. Диспергирование является физико-химическим процессом образования новой поверхности с разделом фаз, сопровождаемое снижением запаса свободной поверхностной энергии пигментных частиц вследствие адсорбции на них молекул связующего.

Процесс диспергирования пигментов состоит из трех основных стадий, частично накладывающийся во времени друг на друга:

1. Смачивание связующим агрегатов и первичных частиц пигментов и вытеснение с твердой поверхности адсорбированных газов и жидкостей. Поверхностное натяжение на границе раздела «связующее — пигмент» снижается при этом до нуля.

2. Разделение крупных агрегатов в результате адсорбционного блокирования компонентами связующего большей части коагуляционных активных центров.

3. Стабилизация дисперсий пигментных частиц, взвешенных в связующем, в результате возникновения уплотненных структурированных оболочек, образовавшихся путем адсорбции на твердой поверхности больших молекул пленкообразующих веществ и добавляемых поверхностно-активных веществ.

Адсорбционные оболочки, состоящие из макромолекул полимеров, предотвращают укрупнение пигментных частиц и обеспечивают агрегативную устойчивость. Связи, возникающие между адсорбционными оболочками и молекулами пленкообразующего вещества, создают общие структурированные системы, в которых замедляется осаждение пигментов и улучшаются эксплуатационные свойства красок. При длительном хранении в таких красках образуются обратимо структурированные объемистые, но легко редиспергируемые осадки. Иными словами, краски становятся тиксотропными.

В полиграфической промышленности применяются следующие основные схемы диспергирования пигментов:

1. Смешение сухих пигментов со всем количеством связующего, требуемого по рецепту, и длительное диспергирование вязких паст на валковых краскотерках с получением готовых густотертых красок.

2. Смешение сухих пигментов с разбавленным раствором связующего, содержащего лишь часть необходимого пленкообразующего, и диспергирование так называемых «тощих паст» средней вязкости в бисерных или шаровых мельницах с последующим добавлением остального количества пленкообразующего.

4. Добавление к водным пастам пигментов поверхностно-активных веществ и некоторого количества раствора связующего; перемешивание для отбивки воды и введение недостающего количества пленкообразующего в скоростных смесителях.



Краска Saphira Ink Universal 915 нового поколения, обеспечивающая превосходное первичное схватывание. Имеет стабильные характеристики печати для широкого спектра применений.

краски для новейшей технологии LED-UV (энергосберегающая УФ-печать), металлизированные краски с различными свойствами для печати на многокрасочных печатных машинах.

Работая в тесном контакте со своим ключевым партнером (мировым южнокорейским лидером по производству красок для листовой офсетной печати), «ХД РУС» выбирает инновационные разработки рецептур для предложения своим клиентам. Рассматриваются системные решения для коммерческой печати и упаковочной индустрии. Благодаря расширенным совместным испытаниям краски дорабатываются и доводятся до совершен-

3. Смешение сухих микронизированных пигментов с предварительно модифицированной поверхностью со связующим и проведение скоростного разделения пигментов в быстроходных смесителях, коллоидных мельницах или ультразвуковых диспергаторах.

5. Сухое вальцевание при подогреве смеси пигментов, пластификаторов, поверхностно-активных веществ и пленкообразующего с получением суховальцованных паст, которые затем растворяют в растворителях.

Получаемые последним способом краски отличаются высоким качеством и стабильностью, что

нической средой, а остаточное количество воды удаляется вакуумированием.

Однако полностью удалить воду из мелкодисперсной фазы пигмента невозможно. Поэтому краска при печати имеет большее «водяное окно» по сравнению с краской, изготовленной по традиционной технологии, и способна поглощать воду, создавая стабильную высокоемкую эмульсию. На первый взгляд это преимущество перед традиционной технологией, однако:

- Фляш-краска не способна работать на низкой подаче воды и без применения изопропилового спирта, как традиционная.

Краски Saphira содержат смолу нового поколения которая обеспечивает превосходное первичное схватывание.

объясняется механохимическим смачиванием пигмента полимером в процессе вальцевания высоковязких паст. Это является традиционной технологией получения масляных красок, используемой в полиграфии. Но используются и другие для создания водных или спиртовых флексографских красок, металлизированных паст и других сортов краски.

Фляш-пасты — типографские краски, полученные из водных суспензий и паст пигментов. Такие краски обладают хорошими печатными свойствами, повышенной интенсивностью, чистотой цветового тона, стабильностью во времени. Такие пасты, широко применяемые в ролевой офсетной полиграфии, должны иметь высокую колористическую концентрацию и низкое содержание влаги.

Диспергирование пигментов осуществляется путем их прямого перевода из водной среды в масляную (фляшинг-процесс). Необходимым условием осуществления этого процесса отбивки является гидрофобность поверхности частиц пигмента или ее гидрофобизация в ходе процесса, который осуществляется при непосредственном смешении водной среды пигмента с пленкообразующим веществом. При этом вода вытесняется орга-

- Нет визуального контроля эмульгирования краски. Данная особенность красок неминуемо приводит к проблемам последующего высыхания краски и послепечатной обработки оттисков.

Проблемы, с которыми к нам обращаются типографии при использовании фляш-красок:

- очень длительная сушка оттисков;

Благодаря расширенным совместным испытаниям краски дорабатываются и доводятся до совершенства, прежде чем им присваивается бренд Saphira.

- слабая прочность на истирание красочного слоя даже с последующим лакированием;

- деламинарование при последующей послепечатной обработке;

Центр расходных материалов «ХД РУС» предлагает своим клиентам печатные краски бренда Saphira. Данные краски производятся по запатентованной рецептуре сухого вальцевания при подогреве смеси пигментов, пластификаторов, поверхностно-активных веществ, что делает ее одним из лучших предложений на рынке офсетных красок.

В ассортименте ЦПМ есть краски для листовой и ролевой печати, базовые краски для смешения по системе PANTONE, а также краски для УФ-печати, высокорективные

ства, прежде чем им присваивается бренд Saphira. В начале 2018 года Центр расходных материалов «ХД РУС» начал поставлять клиентам серии красок для листового офсета Saphira Ink, которые получили широкое распространение в России. Краски Saphira соответствуют требованиям стандарта ISO 2846-1 и позволяют печатать в соответствии с ISO 12647-2.

ООО «Юбессер»
Официальный дилер
ООО «ХД-РУС» на Урале
Екатеринбург,
ул. Блюхера, 88, оф.309
<https://ubesser.ru>
+7 (912) 67-650-42
+7 (343) 37-938-70

Качественные триадные краски и лаки по доступной цене



Новый продукт «Оттиск Профи» — триадные краски

Предлагаем ознакомиться с новым продуктом партнера завода офсетной химии Chembyo — высококачественными триадными красками, изготовленными по традиционной технологии (не ФЛЯШ).

Данная серия красок от компании «Оттиск» обладает безупречными колориметрическими свойствами, превосходным блеском, хорошей текучестью и высокой скоростью высыхания. Краска применяется в традиционной листовой офсетной печати, подходит для печати на разных видах бумаги, в том числе на бумаге со слабой проклейкой верхнего слоя.

Это отличный продукт для тех целей и задач, которые стоят сегодня перед типографиями: стабильная печать, контраст изображений, быстрое закрепление, ускоренное высыхание, а также быстрая постпечатная обработка и стабильность качества при отделке.

Данная серия подходит упаковщикам и типографиям с широким спектром запечатываемых материалов. Серия обладает пониженной липкостью, что позволяет полностью избежать или минимизировать проблемы на сорных сортах картонов и бумаг.

Грамотный выбор материалов — большая ответственность. От этого зависит итоговый результат. Рассмотрим варианты материалов, результат работы с которыми вас приятно удивит.

Особенности:

- быстрый выход на баланс краска-вода;
- высокий глянец;
- хорошая стойкость к истиранию;
- низкое растискивание;
- адекватное время первичного закрепления — не более 6 минут;
- технологичное время полной полимеризации — менее 8 часов;
- краски не засыхают в кипсейке;
- быстрая и беспроблемная постпечатная обработка.

- низкий расход;
- высокий глянец;
- быстрое закрепление и высыхание;
- экономична в использовании;
- технологична в работе.

При использовании УФ-лакирования необходимо предварительное ВД лакирование.

Печатный масляный гляцевый лак Gloss Finish Paint

Лак применяется для облагораживания и защиты запечатываемого материала, а также для усиления глянца на изображениях. Используется для лакирования по «сырому» и по «сыхому» на всех моделях однокрасочных и многокрасочных листовых офсетных печатных машин большого, среднего и малого форматов.

Особенности:

- обладает высокой скоростью образования лаковой пленки;

Оттиск 877 супергляцевое серебро

Серебро обладает отличной укрывистостью и высоким гляцем. При печати краска позволяет работать с низкой подачей увлажнения и получать нужную плотность запечатки при небольшом накате.

Особенности:

- быстрый выход на баланс краска-вода;



- наносится через красочный аппарат печатной секции;
- позволяет усилить глянец оттиска;
- хорошая адгезия к запечатываемому материалу;
- увеличивает сопротивляемость оттисков к истиранию;
- высокая механическая прочность и гибкость лаковой пленки.

Масляный матовый лак Matt Finish Paint

Лак применяется для облагораживания и защиты запечатываемого материала, а также для усиления эффекта матовости изображения. Используется для лакирования по «сырому» и по «сухому» на всех моделях одно-красочных и многокрасочных листовых офсетных печатных машин большого, среднего и малого форматов. Соответствует стандарту системы качества производителя KS A 9001:2000, ISO 9001:2000.

Особенности:

- обладает высокой скоростью образования лаковой пленки;
- наносится через красочный аппарат печатной секции;



- позволяет усилить эффект матирования оттиска;
- хорошая адгезия к запечатываемому материалу;
- увеличивает сопротивляемость оттисков к истиранию;
- высокая механическая прочность и гибкость лаковой пленки.

На данный момент краски и лаки есть в наличии, сделать заказ вы можете по телефону +7-977-405-33-32 или оставить заявку на сайте pro-offset.ru
По материалам компании PRO-OFFSET



ПРОФИ СЕРИЯ ТРИАДНЫХ КРАСОК ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

- отличные колориметрические свойства
- превосходный блеск
- хорошая текучесть
- высокая скорость высыхания



Офсетные резиноканевые полотна



Значение офсетного резиноканевого полотна в полиграфическом производстве сложно переоценить. Офсетная резина отвечает за перенос красочного слоя с офсетной формы на бумагу, перенося изображение с металлической пластины. Помимо этого, резиноканевое полотно компенсирует вибрацию в процессе печати, транспортирует бумагу в печатной машине. А также обеспечивает сохранение формы растровой точки на различных бумагах.

Когда полиграфисты выбирают оптимальный тип офсетной резины под конкретные задачи, определяющим фактором становятся компоненты резиновой смеси, поскольку ее рецептура в значительной мере влияет на целый ряд свойств полотна: набухание, перенос краски, температура, стойкость к УФ-излучению.

Компания «Полиграф-Клуб» представляет ассортимент офсетных резиноканевых полотен собственной торговой марки JBC, которая производится в Шанхае на предприятии, опыт которого в производстве офсетной резины составляет без малого 30 лет. Годы работы в непосредственном контакте с крупными типографиями и печатными производствами позволяют утверждать: офсетная резина JBC

соответствует последним инновационным разработкам и отличается стабильным качеством.

Офсетная резина JBC Printer Pro 7301 обладает максимальным качеством и долговечностью благодаря компрессионному слою и рабочей поверхности новейшего типа. Его отличает высокая устойчивость к продавам, легкая установка и очистка, равномерное распределение давления в зоне контакта, отличное воспроизведение растровой точки.

Полотно серии JBC Printer Pro 9001 разработано с применением новейших технологий. Оно предназначено для использования при запечатывании широкого спектра материалов. Отличительная особенность полотен этого типа — возможность его применения при запечатывании металлических

поверхностей. Все качества, присущие полотнам Printer Pro, характерны для офсетной резины 9001: устойчивость к механическим воздействиям и продавам, прекрасное воспроизведение растровой точки.

Полотно серии JBC Printer Pro 8501 UV имеет EPDM-поверхность красного цвета. Предназначена специально для печати УФ-красками и лаками, а также для декорирования металлических поверхностей. Полотно обеспечивает стабильное давление в зоне контакта и очень хорошее воспроизведение точки за счет тонкой шлифовки поверхности, оно устойчиво к продавам и долговечно.

Офсетная резина серии JBC Sticky Pro 9001 имеет компрессионную структуру, может быть использована как для лакирования, так и для запечатывания широкого спектра материалов. Ее более гладкая поверхность обеспечивает лучшую передачу материала, а значит — наилучший блеск.

Универсальные резиноканевые полотна JBC Coater Pro 4701 оптимально подходят для сплошного и выборочного лакирования как водными, так и УФ-лаками. Такое полотно не растягивается и не набухает, легко отделяется от вырезанных участков, гарантирует рав-

номерный перенос лаковой пленки. Полотна JBC Coater Pro 4701 разработаны специально для работы с акриловыми или УФ-лаками.

Офсетные резинотканевые полотна JBC — это высокотехнологичные материалы, которые отвечают высоким требованиям полиграфического производства.

Мы понимаем, что после внушительного ассортимента резинотканевых полотен европейского производства есть опасения при переходе на непривычный азиат-

ский продукт. Тем не менее, модельный ряд офсетных и лакировальных полотен в настоящее время закрывает текущие потребности полиграфических производств более чем на 90%.

В случае потребности в материалах под специальные и узкопрофильные задачи мы предлагаем индивидуальный подбор решений с учетом всех нюансов вашего производства.

На участке установлено следующее оборудование: механический



резак и гидравлический пресс для установки стальных и алюминиевых планок.

В настоящее время мы можем изготовить офсетное полотно с планками на самые ходовые размеры. Более подробную информацию вы можете получить у сотрудников компании любым удобным вам способом.

С января 2023 года компания «Полиграф-Клуб» открыла участок резки офсетных резинотканевых полотен. Мы производим резку офсетной резины на форматы, необходимые заказчику.

УФ-лаки JBC LAC для офсета и флексографии

УФ-лакирование как вид послепечатной обработки получает все большее распространение. Основная причина популярности УФ-лакирования — уникальные визуальные эффекты, которые придает печатной продукции УФ-лак.

Компания «Полиграф-Клуб» предлагает УФ-лаки турецкого производства торговой марки JBC LAC. Офсетные лаки УФ-полимеризации JBC LAC не слипаются в стопе, мгновенно высыхают, не имеют запаха и подходят для офсетной печати по различным подложкам — бумаге, картону и некоторым типам пластика.

Лаки УФ-полимеризации для трафаретной печати представлены высокоглянцевым CY-SG95 и матовым CY-SM250. Они применяются в трафаретной и ротационной трафаретной печати в ручных, полуавтоматических и полностью автоматических системах по бумаге, картону, некоторым типам пластика, например, ПВХ, ОПП, ПП, ПЭ.

Высокоглянцевый УФ-лак для трафаретной печати по пластиковым материалам CY-SPG95 обладает повышенными адгезионными свойствами к большинству пластиковых материалов, используемых в поли-

графии: ПВХ, ОПП, ПП, ПЭ. Его отличают высокий глянец и уникальная скорость высыхания.

Лак УФ-отверждения для лакировальных машин с валковой системой и с камер-рапельной (флексо) системой CY-VG50(FC) изготовлен на основе эпоксиакрилата. Он используется для лакирования различных материалов — бумаги, картона и некоторых пластиков. Лак мгновенно высыхает, не слипается в стопе, обладает превосходным глянцем.

Высокоглянцевый УФ-лак для флексопечати по пластиковым материалам CY-FPG45 образует гибкое, прозрачное, высокоглянцевое покрытие без желтоватого оттенка. Рекомендуется для лакирования пластиковых материалов типа ПВХ и некоторых других материалов на основе пластика — ОПП, ПП, ПЭ.

Матовый УФ-лак для флексопечати и печати в линию CY-FPM60 Matt используется на машинах с флексографским лакировальным модулем для лакирования как на бумагах и картонах, так и на некоторых пластиках. Лаковое покрытие образует шелковистую на ощупь матовую поверхность, обладает высокой гибкостью и скользкими свойствами.

Особого внимания заслуживает матовый УФ-лак для флексолакирования «в линию» CY-FPM55 Matt. Благодаря низкой миграции и отсутствию запаха подходит для печати пищевой упаковки. Лак образует прозрачную, гибкую, шелковистую на ощупь матовую поверхность, не слипается в стопе и демонстрирует высокую скорость высыхания.

Помимо снабжения полиграфическими материалами в формате «супермаркета» мы предлагаем нашим клиентам ряд дополнительных услуг, среди которых: вывод печатных форм, смешение красок Pantone, заточка полиграфических ножей, подбор ножей и марзанов, производство магниевых клише, технологическая поддержка и сервис.

Квалифицированные технологи компании «Полиграф-Клуб» помогут вам ответить на все вопросы, связанные с применением расходных материалов, а также дадут рекомендации по включению новых материалов в ваш производственный процесс.

*По материалам
компании «Полиграф-Клуб»*

Печать металлизированными красками



Любовь Барюшкина,
начальник отдела
технологов
«ОКТОПРИНТ СЕРИС»
(Москва)

В типографиях часто сталкиваются с проблемами при печати металлизированными красками. В этой статье делимся своими знаниями и опытом.

Наилучший металлический эффект достигается при печати на мелованных материалах, имеющих равномерную гладкую поверхность. Не рекомендуется, да в этом и нет необходимости, стараться усилить эффект чрезмерной подачей краски. Как правило, это создает только дополнительные печатно-технические трудности, такие как наслоение краски, плохое поведение оттисков в стопе, удлинение времени сушки и недостаточная устойчивость к истиранию.

Как показала практика, не рекомендуется печатать «серебряной» краской на последней печатной секции, особенно при наличии плашек. Пропускание оттиска через дополнительный офсетный цилиндр способствует получению «закрытого» красочного слоя.

Необходимо подчеркнуть, что металлические пигменты, как правило, подвержены коррозии. Печатник должен учитывать это обстоятельство. Поэтому, при желании получить оптимальный металлический эффект, величина рН увлажняющего раствора не должна быть ниже 5,0–5,2.

Количество подаваемого увлажняющего раствора должно быть тоже по возможности минимальным. Это предотвратит чрезмерное эмульгирование и связанную с ним плохую кроющую способность

краски, а также трудности с ее закреплением, особенно при незначительной подаче краски.

Облагораживание поверхности, скажем, для улучшения устойчивости к истиранию, всегда влечет за собой снижение металлического эффекта. Хорошим решением данной проблемы является дополнительное поверхностное лакирование дисперсионным лаком.

В процессе послепечатной обработки высохших оттисков (УФ-лакирование, лакирование, припрессовка пленки), запечатанных металлизированными офсетными красками, часто возникают трудности с адгезией. Причина заключается в находящихся на поверхности металлического пигмента стабилизаторах и добавках, вводимых в краску в процессе их изготовления. Их содержание в закрепившейся красочной пленке колеблется в зависимости от концентрации пигмента, впитывающей способности подложки и толщины нанесенного в процессе печати красочного слоя. Поэтому мы рекомендуем тщательно проверять до начала печати тиража соответствие лака и краски, а также адгезию лакового слоя к оттиску.

Измерения выполняются через поляризационный фильтр и соответствующий зональный светофильтр. При денситометрическом контроле оттисков золотой краской следует использовать зональный светофильтр для желтой краски, а **при измерении оптической плотности серебряной краски — светофильтр для черной краски.**

Рекомендации по применению

1. Качество печати металлизированными красками очень сильно зависит от поверхности запечатываемого материала.

- Предпочтение следует отдавать хорошим мелованным бумагам или бумагам со специальным мелованным покрытием.

- Кислые бумаги могут приводить к снижению глянца и потемнению пигмента.

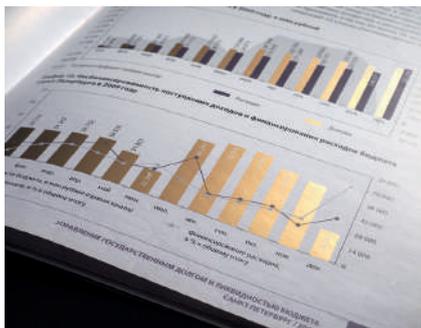
- Запечатываемые материалы с высокой способностью к впитыванию требуют или двойного прогона, или, в случае цветного золота, первый прогон делается краской, совпадающей по тону. Двойной прогон увеличивает металлический блеск, цветная грунтовка усиливает цветной тон. Если вы решите печатать в два прогона, не забудьте добавить в краску при втором прогоне 1–3% сиккатива Sonatra –2, ускоряющий высыхание традиционных офсетных красок.

2. Все краски подходят для печати растрированных изображений. При этом линиятура растра не должна превышать 48 лин/см. При более грубом растре можно добиться большего краскопереноса, соответственно, усилится металлический эффект.

3. Если есть возможность, под металлизированную краску делается выворотка на других красках для лучшего закрепления краски на оттисках. Можно оставить только грунтовку подходящего цвета. Например, под «золото» лучше положить 20% растр Yellow. А под серебро 20% растр Cyan.

4. На металлизированной краске также рекомендуется делать выворотку под последующие краски, если это возможно.

	Gold	Silver
Легкая этикеточная бумага	1,2-1,3	0,8-0,9
Матовая или глянцевая бумага средней массы	1,3-1,4	0,9-1,0
Тяжелая бумага или картон	1,4-1,5	1,0-1,1



5. Чтобы от окисления не потерялся металлический блеск, вскрывать упаковку и смешивать краски нужно непосредственно перед началом печати. В красочный ящик краску кладут небольшими порциями, подкладывая время от времени свежую.

6. Металлизированные краски, по сравнению с триадными, воспринимают малое количество увлажняющего раствора. Увеличить раскат и влагоемкость краски можно с помощью минерального масла – 2% от общего объема краски. Рекомендуется минимизировать подачу увлажняющего раствора. Кроме того, не рекомендуется применять кислые добавки в увлажнение: pH держать не ниже 5,2 (5,3–6).

7. Металлизированные краски непрозрачны и, чтобы избежать избыточного количества краски на оттиске и отмарывания, необходимо качественно отрегулировать подачу краски и увлажняющего раствора.

8. Можно рекомендовать лакирование оттисков для улучшения адгезионных свойств золотой и серебряной красок и повышения прочности к истиранию. Важно помнить, что при лакировании масляными лаками немало теряется блеск.

9. Металлизированные краски могут вызвать проблемы при ламинировании. Ламинируйте не раньше, чем через два дня после печати тиража и предварительно проверяйте качество закрепления краски на оттиске, ее стойкости к истиранию. По качеству ламинирования можно дать надежное заключение только спустя несколько дней.

10. Похожие проблемы, только в большем масштабе, встречаются при лакировании УФ-лаками. При лакировании УФ-лаками прямо на золото или серебро практически невозможно добиться хорошей адгезии:



необходима грунтовка воднодисперсионным лаком.

11. Перерыв между нанесением золота и надпечаткой по нему не должен превышать 24 часа. Накладываемые краски могут частично впитываться, поэтому мы рекомендуем для печати «по-сухому» быстросохнущие краски.

12. Металлизированные краски в результате длительного хранения в открытой таре могут темнеть вследствие окисления пигмента, поэтому не оставляйте надолго начатые банки.

В заключение хочется сказать, что не так сложна печать металликами, как кажется. Главное, выполнять рекомендации технолога.

oktoprint
SERVICE

www.oktoprint.ru

Расходные материалы для полиграфии

ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!



«Европапир»: материалы от а до я

Современный рынок предъявляет серьезные требования не только к качеству товара, но и к его упаковке. Упаковка — это своеобразная «оболочка», которая окружает товар. Существует огромное количество видов упаковки, каждый из которых выполнен из определенного материала, отвечает самым разнообразным целям и задачам и предназначен для конкретного вида продукции.

Немного из истории

Еще многие тысячелетия назад перед нашими предками встал насущный вопрос о хранении и перевозке в надлежащем виде различных продуктов и предметов быта. Так появилась емкость для хранения.

Древняя упаковка абсолютно не была похожа на современную. Самой первой примитивной упаковкой можно назвать кувшины и другие сосуды, которые изготавливались из глины в Древнем Египте за 6 тысячелетий до н.э. Пройдет еще целое тысячелетие, пока гончарное дело не освоит в Европе.

В 1500 году до н.э. египтяне впервые попробовали выдуть из стекла изделия, по форме напоминающие чашу и тарелку. Еще немного, и появились стеклянные флаконы, в которых лекари хранили лекарственные и косметические средства. Через

Компания «Европапир» расширяет свой ассортимент и запускает продажу материалов для промышленной упаковки. Мы предлагаем широкий выбор товаров, решающих вопросы транспортировки и хранения продукции: крафт-бумага, гофрокороба, микрогофрокартон, гофрокартон, клейкая лента (односторонняя и двусторонняя), стретч-пленка, термоусадочная пленка, стреппинг-лента, диспенсеры, аксессуары для упаковки и многое другое.

несколько сотен лет, в 500 г. до н.э., римляне, кельты и жители Галлии стали изготавливать бочки из дерева (дуба, сосны). Поначалу они предназначались только для хранения и перевозки вина, а позже и для всех остальных продуктов.

105 год н.э. ознаменован появлением бумаги, которую произвели китайцы. Первоначально в качестве сырья-основы ими использовался текстиль, папирус, шкуры животных.

В 16 веке бумажное производство стало налаживаться и в России. Через 200 лет повсюду уже широко использовались хлопковые и льняные платяные мешки.

В начале 19 века появились стеклянные, а затем металлические консервные банки; немцы стали использовать первые бумажные этикетки, прикрепляемые к упаковке товара. В тот же период полу-

чила распространение вощеная бумага для упаковки, покрытая изнутри олифой. В середине 19 века в Европе была произведена фольга для упаковки шоколада, появились коробки для спичек и гофрированный картон для упаковки шляп. Еще пройдет 30 лет, и для стеклянных бутылок начнут производить специальные крышки, а для фармацевтических мазей — алюминиевые тубы.

В 20 веке начинается настоящий бум развития упаковочного производства. Для упаковки товаров стали использовать пластмассу и полиэтилен. В быту и на производстве активно использовались деревянные ящики, целлофановые пакеты с ручками. Сейчас уже никого не удивит фильтрующими чайными пакетиками, которые вошли в обиход в 1960 году.

ПРЕИМУЩЕСТВА



- Экономия на площадях для хранения. Благодаря наличию широкого ассортимента на нашем складе вам не нужно заказывать упаковочные материалы в больших объемах. Мы сможем привезти продукцию в том количестве, которое вам нужно.



- Экономия на доставке. Мы можем доставить вам упаковочные материалы вместе с бумагой и картоном.



- Экономия времени. Все, что необходимо для хранения, упаковки и перевозки печатной продукции, вы можете заказать в компании «Европапир» вместе с полиграфическими материалами.

Более подробно можно ознакомиться на сайте europaper.ru



Упаковка на тот момент уже давно перестала отвечать узконаправленным задачам. Помимо функции гигиеничного сохранения товара, его дозированной расфасовки, удобства транспортировки, сохранения от повреждений, упаковка должна была выполнять эстетическую функцию, а также задачу маркировки для распознавания определенного производителя.

Наше время

В наше время огромное распространение получили экологичные упаковки, вакуумные упаковки и стретч-пленки. Разнообразие материалов

и развитие производственных технологий позволило создать самые необычные виды тары, призванные отвечать самым сложным потребительским задачам.

У любой тары есть сразу несколько задач, которые она должна выполнить: гигиена товара; защита его от влияния внешних условий (попадания влаги, солнечных лучей, проникновения запахов, насекомых, грызунов и т.д.); расфасовка товара по количеству, сортам, видам; амортизация, удобство перевозки без механического повреждения товара; повышение эстетических свойств продукции; маркировка продукции; реклама продукции, уз-

навание товара определенного изготовителя.

Иногда используются дополнительные приспособления, которые применяются в процессе упаковки товара. Например, это может быть перевязочный материал (тесьма, веревка), липкая лента (скотч) для дополнительной фиксации.

Все это огромное разнообразие упаковочных материалов вы можете найти в «Европапир». Вместе с бумагой для печати вы можете приобрести и упаковочные материалы.

*По материалам
компании «Европапир»*

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



EUROPAPIER

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

Точность Duotone на экране и цветопробе



Александр Руденко, технолог предпечатной подготовки Printing technology consulting (Рига)



Предлагаю методику предсказуемого результата печати Duotone, которая основана на наложении растров смесевых красок. Это позволяет учитывать изменения тона при растривании смесевой краски (автотипной разбелки).

имея авторский образец на бумаге и/или в файле.

Печать двумя или тремя красками вместо CMYK, помимо очевидной экономичности, позволяет более детально проработать как светлые, так и средние тона, улучшая контраст и контрастность изображения.

Без механизма визуализации, обеспечивающего прогнозируемый результат печати, выполнение этих требований практически невозможно исходя только лишь из способа «проб и ошибок». В настоящее время процесс происходит именно таким образом. Несколько «пробных» версий

цветоделения одной и той же фотографии печатаются, а затем выбирается наиболее удачный образец, если он вообще присутствует на отпечатанном листе. Затем этот способ цветоделения применяется для всех

Этот подход позволяет учитывать изменения тона при растривании смесевой краски (автотипной разбелки) и результат наложения одной краски на другую (trapping).

Методика разработана для пользователей программы Photoshop, поскольку существующая визуализация изображений в этой программе недостаточно точна. Это обусловлено тем, что прогноз будущего вида растрового изображения в Photoshop строится на вычислениях, которые не имеют прямой связи с реальным печатным процессом. Также отсутствует возможность получить цветопробу с необходимой точностью.

Методика предлагает решение данных проблем. Она позволит более точно предсказывать результаты печати с применением Duotone/Tritone/Quadtone, что значительно повысит качество окончательного продукта. Использование этой методики поможет существенно оптимизировать процесс печати и улучшить качество печатной продукции.

Основные направления применения этой методики:

1. Для авторов, желающих издать свои фотографии, способных самостоятельно готовить материалы к печати смесевыми красками.
2. Для специалистов repro, которым необходимо готовить изображения к печати смесевыми красками,

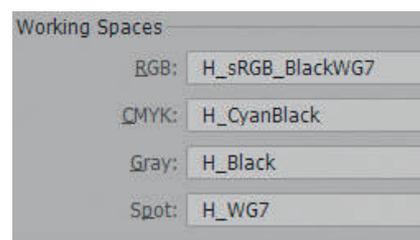


Рис. 2. Пример набора установок Color Settings в Photoshop.



Рис. 1. В режимах Duotone и Multichannel в Photoshop изображение отображается следующим образом.



Рис. 3. В режиме View/Proof Setup = КвазиCMYK-profile + RGB-output-profile Photoshop показывает изображение, которое выглядит также на печати и цветопробе. Фото © Juris Kmins, Rīga.

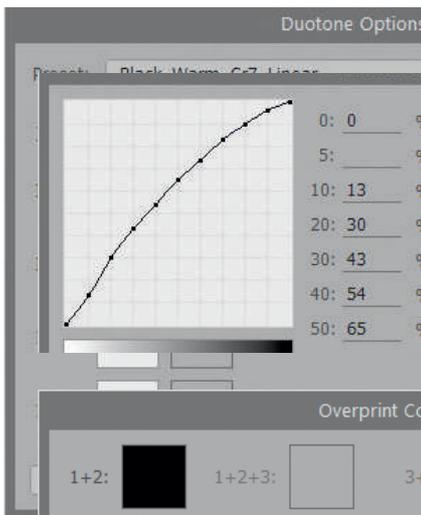


Рис. 4. Пример настроек Duotone Options в Photoshop для редактирования Duotone/Tritone/Quadtone.

остальных фотографий, не учитывая их индивидуальных особенностей.

Принципиальное отличие предлагаемой методики заключается в том, что она позволяет не выбирать наиболее приемлемый результат из того, что «получилось» после тестовой печати, а создавать именно то изображение, которое автор считает самым лучшим. Таким образом, у специалиста prepress появляется возможность корректировать изображение с учетом реальных условий печати, чтобы отпечатанный экземпляр совпадал по цвету с «авторским».

Основная идея заключается в использовании двух различных профилей: квазиCMYK-profile (см. рис. 2, H_CyanBlack.icc) и RGB-output-profile (см. рис. 2, H_sRGB_BlackWG7.icc). Это позволяет достичь двух целей:

1. Корректировать изображение по двум, трем или четырем каналам с помощью квазиCMYK-profile.
2. Обеспечивать точную визуализацию как на экране, так и при печати цветопробы с использованием RGB-output-profile.

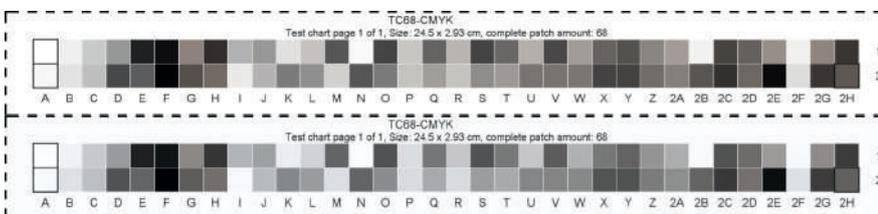


Рис. 5. В верхней части показано, как Photoshop отображает контрольную шкалу в режиме Multichannel. В нижней части показано, как шкала выглядит на печати и в режиме View/Proof Setup с использованием КвазиCMYK-profile + RGB-output-profile.

Идея использования квазиCMYK-profile заключается в том, что данные измерений растрованных значений смесевых красок заносятся в каналы Cyan, Magenta, Yellow, Black в зависимости от количества красок и их цветовых оттенков. Вся работа проводится с CMYK-файлом, которому присвоен (Assign) профиль печатного процесса. В данном случае промежуточный профиль H_CyanBlack.icc используется только из-за отсутствия возможности включить режим SoftProof командой View/Proof Setup в программе Photoshop в режимах Duotone/Tritone/Quadtone и Multichannel.

Для упрощения изложения материала ограничимся двухкрасочной печатью, и именно для этого способа были отпечатаны тестовые таблицы. В качестве красок использовались Black и Pantone WarmGray 7 C на мелованной бумаге. В качестве примера для демонстрации разницы в визуализации двухкрасочных изображений средствами Photoshop в «штатном режиме» (Duotone и/или Multichannel) и при помощи предлагаемой методики, используется изображение, подготовленное для печати в две краски (см. рис. 1, 3) и сама шкала (см. рис. 5).

Теперь перейдем к самой методике

Для методики будет использовано два различных профайла. Один из профайлов будет подключен в разделе Color Setting/Working Space/CMYK, а второй — в разделе Color Setting/Working Space/RGB (см. рис. 2). В разделе Color Setting/Working Space/Spot будут использоваться данные измерений смесевых красок для указания значений Spot Dot Gain/TVI. В данном случае это будет профайл H_WG7.icc. Все дан-

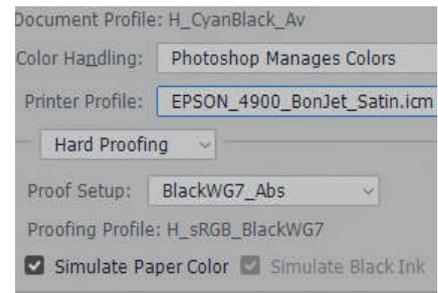


Рис. 6. Пример набора установок Print Settings в Photoshop для печати цветопробы изображения.

ные измерений были получены из одной специально подготовленной шкалы.

КвазиCMYK-profile в своих каналах (Cyan, Magenta, Yellow, Black) содержит измерения различных смесевых красок. В описываемом случае измерения для краски Pantone WarmGray 7 C занесены в канал Cyan, а измерения для черной краски — в канал Black. Использование профайла в таком виде позволяет производить более точную визуализацию и цветокоррекцию по каналам. Более точная визуализация обеспечивается RGB-output-profile, который используется в режиме просмотра View/Proof Setup. Этот профайл предназначен для точного отображения как при цветокоррекции, так и при просмотре в режиме Proof Setup для печати цветопробы (см. рис. 6).

Данные о Spot Dot Gain/TVI и наложении красок друг на друга (1+2, 1+3, 2+3, 1+2+3), полученные из тестовой шкалы, помогут показать характер изменений изображения при переходе в режим Duotone/Tritone/Quadtone (см. рис. 4). Несмотря на то, что из-за невозможности учесть данные о наложении растров друг на друга эта визуализация на данном этапе не будет полностью точной, она все-таки даст представление о том, как будет выглядеть изображение при выборе способа генерации каналов смесевых красок.

Также одним из положительных моментов данной методики является учет цвета реальной бумаги, которая в последнее время содержит довольно большое количество оптического отбеливателя, и цвета реальной краски, которая была замешана для печати, а не только указанных значений в Photoshop.

Эпоха нейросети: зачем нужны дизайнеры?



Зина Мусс,
директор рекламно-печатного цеха «Запускай» (Екатеринбург)

В детстве я жила в маленьком городке. Мы с родителями так редко ездили в город, что это казалось праздником. Именно в этот период я влюбилась в индустрию рекламы и дизайна. Помню ночные улицы Екатеринбурга, как в голливудских фильмах. Обилие разноцветных огоньков и ярких вывесок с мигающими фонарями и разрисованными входными группами... В то время главная задача дизайнера заключалась в том, чтобы выделиться. Люди с интересом рассматривали креативные разноцветные шрифты и яркие завораживающие картинки, будто это арт-объект или картина в музее.

В 2023 году нужно подстраиваться под ритм современного мира и эпоху переизбытка информации. У нас есть одна доля секунды, чтобы заинтересовать зрителя. Именно поэтому современные тенденции диктуют свои правила: реклама должна быть четкая, прямая и читабельная. Безусловно, и по сей день остаются ценители «креативов» и «прыгучих» шрифтов, но теперь это скорее отдельный тематический кластер.

Одним словом, современный дизайн — это не просто красивые картинки и кричащие заголовки. Сегодня это прежде всего продуманный месседж для взаимодействия с потенциальным или действующим

клиентом. Тенденции диктуют нам моду на простоту и линейность. Дизайнерам нужно фокусироваться на технических аспектах, таких как толщина линий, соотношение пропорций и модульная сетка.

Главное правило рекламы: если из дизайна можно что-то убрать и суть при этом не поменяется, значит это нужно убрать. Сокращаем количество букв, иконок и графических элементов. Чем проще и короче будет наш посыл, тем больше вероятность, что реклама не останется без внимания. Даже медийная реклама на телевидении и рекламных роликах в соцсетях все чаще становится статичной.

В рекламной сфере больше востребованы графические дизайнеры с хорошим знанием графических редакторов и пропорций. Сотрудникам с художественным талантом сложно удержаться в качестве дизайнера в типографии, тенденция перетекает в зону фриланса.

Однако, как выяснилось, быть профессиональным дизайнером гораздо сложнее, чем креативным. Грамотный рекламный дизайнер, знающий модульную сетку и не стремящийся рисовать в перерыве фантазийного персонажа, — это большая редкость. Это, скорее всего, технический специалист. Он рисует чертеж, как высококлассный геодезист. Главное — суть и содержание. Над сутью уже работает маркетолог. Красивая картинка без пра-

вильного содержимого работать не будет.

Когда я провожу собеседование, встречаю много талантливых людей. Есть только одно большое «но». Если дать вам его работу на одну секунду, вы ничего не поймете. Красиво? Да. Работает? Нет. Я призываю в первую очередь закладывать в дизайн суть. Рекламный дизайн — это обрамление сути, оно не должно «перекрикивать» своей яркостью.

Безусловно, есть проекты, где мы можем «оторваться по полной». Например, реклама тематической вечеринки или презентация авторского тура. В ход идет и 3D-графика, и иллюстрация.

С какими проблемами сталкиваются дизайнеры

Основная проблема заключается в том, что ценность дизайна конечным потребителем сильно просела. Это связано с огромным количеством специалистов, которые с удовольствием сделают разномастный яркий макет за низкую стоимость. Большинство типографий делают макеты «бесплатно» — выполняет эту работу рядовой офис-менеджер, который «стряпает» по принципу «нравится мне, понравится и другим».

Обесценивание данной индустрии происходит изнутри. Сами же владельцы типографии в большинстве заточены на получение выгоды от печати без интереса к дальнейшей жизни продукта.



Дизайн, созданный нейросетью



Дизайн 2000-х

Тем временем сами клиенты не всегда понимают важность и сложность работы с лаконичными макетами, с многочасовой работой дизайнера над пропорциями. Они эту работу не видят.

Как показывает опыт, создать сдержанный гармоничный дизайн значительно дольше, чем нарисовать милого котенка. Однако это зачастую непонятно конечному потребителю. Он требует «красивенькое и креативненькое», при этом рабочие акценты значения не имеют. Мода нулевых ушла, а люди с мышлением из прошлого все-таки остались.

Нейросети

Тем временем нас накрывают нейросети. Стремительно и безжалостно. Сейчас они умеют фактически все. Отретушировать фотографии лучше, чем любой человек. Улучшить качество и удалить водные знаки. Превратить любое фото в арт-объект. И, наконец, создать иллюстрацию или видео по наброску или рассказу.

Расскажу, как этим пользуемся мы. Рекламно-печатный цех «Запускай» — это современная типография, которая пользуется множеством самописных автоматизаций. Это улучшает, упрощает и ускоряет

работу. Тем самым мы сокращаем сроки и снижаем цены. Благодаря новоиспеченным нейросетям мы улучшаем качество картинок, удаляем фон и даже экспериментируем с видео. Преимущественно мы экспериментируем над генерацией фоновых изображений для ведения социальных сетей, где качество картинок сжимается.

С примерами можно ознакомиться в наших социальных сетях <https://vk.com/zapuskmedia>
P.S. Чаще заглядывайте в суть, а не на красивую картинку.

Фото: РПЦ «Запускай»



Современный дизайн

УСЛУГИ:

- Изготовление и обрешивание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

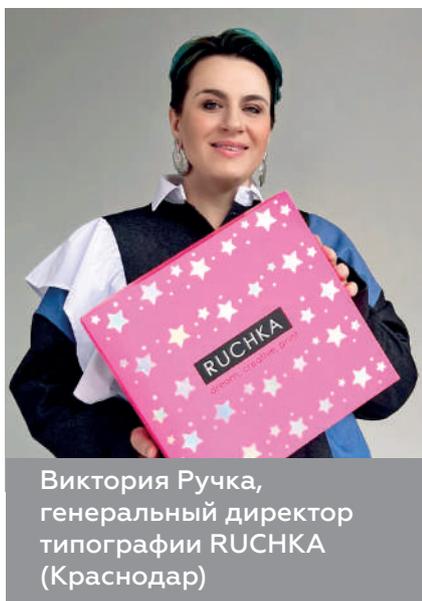
- Шлифовка резинового покрытия
- Ремонт посадочных мест
- Изготовление, ремонт металлических стержней
- Шлифовка металлических стержней

Россия, 664014,
г. Иркутск, ул. Толевая, 4
+7 (950) 123-78-45
+7 (3952) 709-272
e-mail: 709272@mail.ru
www.santai-val.ru

Все о печати и полиграфии
здесь

<http://pechatnick.com>

Маркетинговая упаковка типографии



Виктория Ручка,
генеральный директор
типографии RUCHKA
(Краснодар)

Глобально все типографии одинаковые. Да, есть подниши: цифровая печать, упаковка, этикетка, POSы, текстильная печать, интерьерная и так далее. Но для заказчиков мы все — печатники.

Ларс Валлентайн, знаменитый дизайнер, на своей лекции рассказывал о том, что продает именно упаковка. Да, шоколад внутри коробки везде одинаковый, но упаковка разная.

Почувствуйте разницу: простая обертка из этикеточной бумаги, напечатанная 4+0 и с простой надписью «шоколад» или это коробка с печатью пантонами, ламинацией, тиснением, а, возможно, еще и печатью внутри коробки. Шик!

Представьте, что типографии — это разные сорта шоколада. Для покупателя мы все шоколад, не «офсетчики с изюмом» или «этикетчики с помадкой». Нужно заявить о себе, чтобы вас отличали от других.

Маркетинговая упаковка — это совокупность маркетинговых действий, проявленных во вне и внутри компании.

Во внешнюю маркетинговую упаковку входят все точки контакта с клиентом, а во внутреннюю — все точки контакта с персоналом. И то, и другое важно. Если провален внутренний маркетинг, то внешняя упаковка тоже пострадает.

Внешняя упаковка — это ваш фирменный сайт, коммерческое предложение, визитка, фирмен-

ная полиграфия, наружная реклама, реклама на вашем автотранспорте, спецодежда у сотрудников, голос менеджера, социальные сети, аватарка в мессенджере, все сотрудники, которые контактируют с клиентом, производство и офис.

Внутренняя упаковка — атмосфера в компании, прописанные правила и ценности. Насколько следуете этим правилам, как подбираете персонал, какие есть «плюшки» у сотрудников, корпоративные мероприятия, внутренняя газета, канал общения (группы в мессенджерах). Есть ли человек, который заботится о состоянии внутри компании, а также фирменная одежда, ремонт внутри рабочих помещений и офисов и т.д.

Если представить компанию как механизм, то эти две упаковки — взаимосоединяющиеся сосуды, одно другое поддерживает и питает. Тогда эта система прослужит долго и будет способна на выживание. Я бы выстраивала вариант гибкой системы, потому что мы живем в то время, когда хаос — это норма.

Как с помощью маркетинговой упаковки отстроиться от других? У полиграфистов не хватает времени на себя, это в 90% сапожники без сапог. Если вы в своей типографии выпустите сувенирку, интересные креативные календари, блокноты, то вы уже выделитесь на фоне других типографий. Когда я выпускаю свою фирменную продукцию, часто клиенты хотят ее приобрести. Технически я не изготавливаю что-то сверхестественное, зачастую это микс разных материалов и технологий, плюс, конечно, общая идея дизайна. Но за счет такой полиграфии я делаю отстройку от других

и при этом продаю те технологии, которые мне интересно продать. Полиграфия — это то, что заказчик зачастую не может представить в своей голове, ему нужны реальные образцы.

Второй способ — ваша история. Она уникальна. Рекомендую рассказывать историю компании, моменты взлетов и падений — это все придает вашей компании уникальность. Когда вы знакомитесь с человеком, хочется узнать про него, а не только видеть «фасад».

Третий способ — четкое позиционирование на рынке. Я отстроилась от других типографий тем, что делаю сложные заказы. Именно так говорят о моей компании. Если надо сделать что-то нестандартное, отправляют ко мне. В том числе и другие типографии. Именно четкое позиционирование по своей самой сильной стороне дает вам преимущество. Вначале вы сами начинаете себя так называть, потом так начинает делать небольшая группа людей, далее идет общее признание. Вы можете отстраиваться по той нише, которая вам интересна.

Четвертый способ — способ коммуникации. Например, вы работаете только онлайн и доставляете заказ на предприятие. И только так. Или к каждому заказу прикладываете послание. Или ваши менеджеры знают «фирменные» фразы, которые есть только в вашей компании.

Пятый способ — уровень комфорта работы с вами. Это большая система, больше, чем способ коммуникации. Тут входят все уровни и точки касания с клиентом. И эти «точки» могут быть сформулированы в уникальную архитектуру, которая присуща только вашей компании.



УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

VIII Летний Уральский полиграфический форум



Telegram-канал
форума



Екатеринбург,

Мира, 32

Конференц-холл
ИРИТ-РтФ УрФУ

15 сентября

Регистрация —  uralprintforum@ya.ru



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

Мимакі-Урал

- ◆ UV-ПЛОТТЕРЫ
- ◆ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
- ◆ СОЛЬВЕНТНЫЕ ПЛОТТЕРЫ
- ◆ СУБЛИМАЦИОННЫЕ ПРИНТЕРЫ
- ◆ СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ◆ ЗИП И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

www.mimakiural.ru

printtech



9-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

18-21 ИЮНЯ
2024
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ ОБ УЧАСТИИ
printech-expo.ru

 **ОРГАНИЗАТОР**
ORGANISER