

Печатный БИЗНЕС

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№2(148) март-апрель 2023



20

лет

журналу «ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС»

Внутренний портрет: Людмила Трошина. 20 лет с вами
Кафедра полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ – 20 лет
Типография РУСНКА – 25 лет
Премиальная полиграфия
Web-to-print с поддержкой искусственного интеллекта



- Собственное производство и эксклюзивные зарубежные поставщики
- Комплексные решения для офсетной и флексографской печати
- Технологическая поддержка заказчиков
- Офис продаж и склад в Екатеринбурге

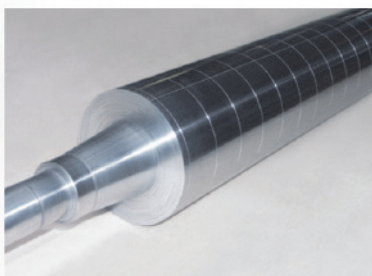
+7 (343) 319-00-84

www.tanzor.ru

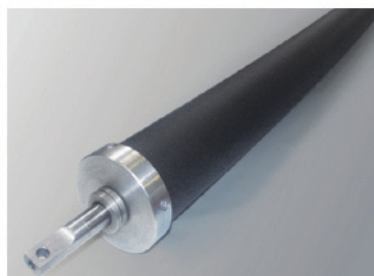
www.tanzor-uvflex.ru

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

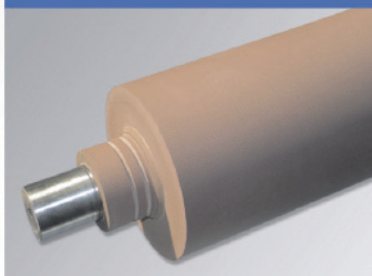
- ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ
- ДЛЯ ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ
- ДЛЯ УВЛАЖНЕНИЯ ЛЮБОГО ТИПА
- ДЛЯ УФ-ПЕЧАТИ И ЛАКОВ
- ДЛЯ ФАЛЬЦОВОК И ЛАМИНАТОРОВ (СИЛИКОН)
- ВАЛЫ С РИЛЬСАНОВЫМ ПОКРЫТИЕМ И НАСЕЧКОЙ
- РАЗГОННЫЕ (ШИРИТЕЛЬНЫЕ) ВАЛЫ



ФОРМНЫЙ ФЛЕКСОВАЛ



РАЗГОННЫЙ ВАЛ



ПАСЕВАЦИОННЫЙ 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



Дорогие полиграфисты!

Как быстро летит время, даже слишком быстро. Недавно мы встречали Новый год, как не успели оглянуться — уже весна. Солнце все чаще радует своим теплом и вот-вот зазеленеют лужайки. Наступает пора пробуждения, любви, начала новых дел.

Выпуск нового, весеннего номера журнала — каждый раз событие в моей жизни. Это очень ответственно — вдохновлять на новые победы, рассказывать об успехах коллег и объединять сообщество полиграфистов.

Этот номер журнала — особенный. Именно весной, в 2003 году началась история «Печатного бизнеса». 20 лет пролетели так быстро, и столько всего было за это время! Коллеги, мы всегда будем для вас площадкой для диалога. Наша миссия — развивать отрасль, рассказывать о тенденциях. Обязательно делимся итогами выставок и форумов, обмениваемся опытом. Мы поднимаем такие важные темы, как экология, подбор команды, автоматизация. Все то, что делает наш мир лучше, а нас — счастливее.

Пусть будет больше любви, вдохновения и развития в нашем деле, а также финансового изобилия в профессиональном труде.

Берегите себя и своих близких.
Здоровья и мира.

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

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 2 «КАМА» выпустила мелованный картон KAMA Project GC2, «НИССА Центр» — Hanway Glory 2504 в «ГОТЭК»
- 9 Зимний Уральский полиграфический форум: анонс
- 11 Полиграфический форум RUCHKA: анонс
- 21 «Сантай», «Печатник»

ОБЗОР

- 3 «АПИСИ»: принтер для DTF печати DTFSTAR XP32 MIDI II

ВНУТРЕННИЙ ПОРТРЕТ

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

ЮБИЛЕЙ

- 7 20 лет кафедре полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ
- 10 25 лет типографии RUCHKA

ДЕТАЛИ

- 12 «Танзор» открыла производство УФ-лаков и УФ-флексокрасок в Подмоскowie
- 14 «Европапир»: новые коллекции дизайнерских бумаг
- 16 «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»: с какой офсетной резиной работать?

АВТОМАТИЗАЦИЯ

- 18 Арсен Манукян: Ventumprint — искусственный интеллект уже в полиграфии

СУВЕНИРНОЕ ВРЕМЯ

- 20 Бизнес-сувениры из переработанных материалов

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

- 22 Опыт работы с премиальной полиграфией

ВКЛАД В ПОЛИГРАФИЮ

- 24 Александр Руденко: зачем нужна линиаризация?

ОБЛОЖКА

«Танзор», «Формат», Chembyo, «Мимаки-Урал», Printech-2023

Вкладка: мелованный картон KAMA Project GC2 компании «КАМА», 50 экз. Распространение: Уральский полиграфический форум



Сайт издания

16+

Учредитель: ООО «Цифровые решения». Главный редактор: Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). Журналисты: Семейкина М.В. (semejkina.margo@mail.ru), Чекасова Е.П., Ушакова М.А. Дизайн и верстка: Кузнецов Г. М. Корректур: 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: №2 (148) март-апрель. Подписано в печать: 06.04.2023. Выход в свет: 10.04.2023. Печать: типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Титова, 195). 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».

«КАМА» выпустила мелованный картон KAMA Project GC2

KAMA Project GC2 — целлюлозный картон одностороннего мелования плотностью 290 и 330 г/м². Продукт имеет лучшее соотношение вес/прочность, чем макулатурный картон, при сопоставимой цене за м².

Картон успешно прошел лабораторное исследование по параметрам: поверхностное впитывание по ксилолу, степень проклейки мелованного слоя, толщина, истирание, pH мелованного слоя и скотч-тест на расслоение.

«Результаты исследования достойные. Отклонения по толщине картона KAMA Project GC2 в пределах 2%, что говорит о равномерности толщины на всей площади печатного листа. Это, в свою очередь, обеспечивает равномерное давление по всей поверхности оттиска.

KAMA Project GC2 показал хорошую внутреннюю и поверхностную проклейку, что снижает риск пыления картона и набивания частиц бумаги на офсетное полотно. Несмотря на усиление мелованного слоя, зна-

чение pH в пределах допустимого. Степень адгезии на выщипывание мелованного слоя по Деннисону составила 14А единиц, это хороший показатель для мелованного картона», — так прокомментировали результаты исследования эксперты компаний «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «Европапир», которые проводили исследование образцов новой продукции.

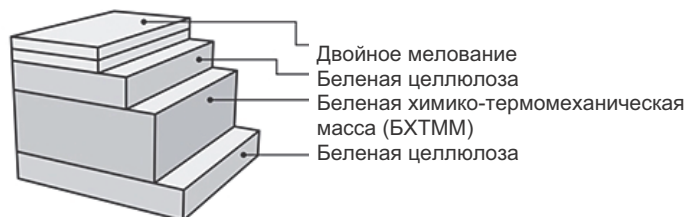
«Уход с рынка РФ европейских поставщиков вызвал дефицит макулатурного картона — импорт в 2022 году сократился в 4 раза до 1,5–2 тыс. тонн в месяц. Мы увидели для себя новую возможность в этом сегменте рынка и предложили покупателям российский мелованный

картон по характеристикам выше макулатурного, — говорит руководитель маркетинга компании «КАМА» Юлия Ермакова. — Важно, что наш картон успешно прошел тестирование на соответствие европейскому регламенту безопасности REACH и не содержит ни одного вещества вредного для здоровья человека.

В сравнении с макулатурным картоном GD2/GD3, картон KAMA Project GC2 обладает преимуществами: легче на 60 г при сопоставимой толщине; прочнее; печатные свойства выше; может использовать в прямом контакте с пищевыми продуктами.

*По материалам
компании «КАМА»*

Структура



Hanway Glory 2504 в «ГОТЭК»

Специалисты сервисных служб «ГОТЭК», «НИССА Центр» и Hanway, группа Hanglory (Китай) успешно завершили ввод в эксплуатацию индустриальной линии на базе Hanway Glory 2504 в «ГОТЭК» в Железногорске Курской области. Специалисты «ГОТЭК» в очередной раз продемонстрировали стратегическое видение развития индустрии, приняв непростое решение о масштабных инвестициях в наиболее передовые на мировом рынке технологии, ранее не представленные в России.

Установленное решение стало первым представителем нового для России класса цифрового оборудования — однопроводной линии цифровой печати по гофрокартону. Glory 2504 имеет формат и производительность, соответствующие промышленным производственным

линиям для гофрокартона, использующим флексографскую печать и обеспечивает более выгодную себестоимость на тиражах в тысячи и десятки тысяч квадратных метров (до сотен тысяч, в зависимости от сюжета). По производительности, массово-габаритным характеристикам, инновационности и значению для отрасли эта инсталляция, вероятно, стала крупнейшей в 2022–2023 годах в области печати и производства упаковки.

Михаил Кувшинов, директор по развитию компании «НИССА Центр»: «С уходом из России западных поставщиков цифровая революция в производстве упаковки не просто не остановилась — она ускоряется. Введенная в промышленную эксплуатацию в «ГОТЭК» линия за время тестовой эксплуатации проде-



монстрировала не только техническую эффективность и возможность решать задачи, недоступные традиционным технологиям, но и высокую экономическую эффективность. Благодаря внедрению инновации, грамотному планированию и слаженной работе всех служб «ГОТЭК» получил и уже реализует технологическую фору, предлагая своим заказчикам уникальные решения на уникальных условиях».

*По материалам
компании «НИССА Центр»*



МОДНЫЙ СТАРТ ВАШЕГО БИЗНЕСА

тел.: +7 993 593 02 97

e-mail: maxim_ivanov@apimsi.ru

www.apimsi.ru

Принтер для DTF печати DTFSTAR XR32 MIDI II (комплект с шейкер-сушкой)



Если вы запускаете производство печати на ткани, осваиваете новые ниши или оптимизируете бизнес-процессы — данная модель идеально встроится в ваши планы.

Уникальная технология позволяет печатать на всех типах ткани и материалах: спортивная одежда, сумки и рюкзаки, ярлыки и этикетки, сувенирная продукция, головные уборы и многое другое.

Технология DTF печати — это печать на промежуточном носителе — пленке, direct-to film. Принцип DTF — полноцветная печать на ПЭТ пленке пигментными чернилами на водной основе. Цветовая схема состоит не только из стандартной цветовой палитры CMYK, но и белого White, что позволяет накладывать белый цвет на полноцветную печать для дальнейшего переноса на

цветную и черную ткань. Завершающим этапом процесса является нанесение клея-порошка в шейкере и его полимеризация при прогреве в специальной сушке-шейкере — трансфер готов! Далее его можно переносить на текстиль, кожу, ПВХ, твердые поверхности, при этом состав и цвет ткани не имеет значения — это одно из главных преимуществ DTF технологии.

ПРЕИМУЩЕСТВА DTF ТЕХНОЛОГИИ:

- Автоматическая линия печати, нанесение клея и термофиксации формата А3 для печати на светлых, цветных и темных тканях.
- Печать производится на специальной пленке с белыми чернилами в зеркальном отображении, после чего готовая пленка переносится на футболку в термопрессе. Именно поэтому вы всегда можете оценить качество, размер, цвет принта до того, как нанесете его на изделие.
- Возможно нанесение клея вручную, однако, для печати больших тиражей предпочтительно использовать линию печати с рулона на рулон.
- Полученное в результате печати изображение имеет высокую стойкость: до 25 стирок.
- Изображение получается ярким и насыщенным, приятным на ощупь.
- Профессиональное программное обеспечение гарантирует корректную цветопередачу.
- Надежная конструкция принтера обеспечивает печать до 12 футболок формата А3 в час.
- Яркий принт даже на темных тканях.
- Нет необходимости делать предпечатную подготовку текстильного изделия.
- НИЗКАЯ себестоимость отпечатка.

Людмила Трошина:

«Идти вперед, пробовать, экспериментировать!»



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

Накануне юбилея «Печатного бизнеса» беседуем с Людмилой Трошиной, главным редактором журнала «Печатный бизнес», о развитии журнала и перипетиях судьбы.

■ Людмила Сергеевна, я знаю, что вы много лет играете в театре. По образованию вы — актриса?

У меня два образования: Свердловское музыкальное училище им. П. И. Чайковского (вокальное отделение) и Екатеринбургский государственный театральный институт, кафедра музыкального театра.

■ В Екатеринбурге вас знают как одну из ведущих актрис «Театрона». Но одновременно вы стали одним из узнаваемых лиц уральской полиграфической отрасли. Как судьба привела вас в «Печатный бизнес»? Как вы выбрали этот путь?

Я бы сказала, что это он меня выбрал. Тогда, 20 лет назад, я не думала ни об издательском деле, ни о полиграфии. Просто в один

Хочешь узнать, придет ли корабль благополучно в гавань, — познакомься с капитаном. Корабль под названием «Печатный бизнес» успешно курсирует в море уральской полиграфии уже 20 лет. Значит, пора ближе познакомиться с тем, кто стоит у руля.

прекрасный день меня неожиданно пригласили в издательский дом «Предприниматель» на новый проект: им нужен был целеустремленный, общительный, ответственный человек. Честно скажу, я сначала хотела отказаться. У меня были совсем другие планы, да и совмещать с работой в театре, как я предполагала, будет очень трудно. Но менеджер по персоналу из «Предпринимателя» проявила такую недюжинную настойчивость, что я все-таки согласилась попробовать. Сейчас думаю: спасибо ей! Это действительно была судьба.

Начинала я с менеджера по рекламе. Журнал тогда только создавался, все пришлось делать с нуля: искать рекламодателей, наработать связи. Прекрасное было время. Да, трудно — но у нас подобралась отличная команда: равнодушные люди, профессионалы своего дела, энтузиасты. Для старта это было то, что нужно.

Хочу отметить, редакции «Печатного бизнеса» всегда везло и везет на хороших людей. Я с благодарностью вспоминаю всех редакторов, менеджеров по рекламе, журналистов, дизайнеров, которые работали в разное время в журнале. Каждый из них внес свой бесценный вклад в развитие журнала. Как главный редактор я особенно остро чувствую, насколько важно иметь за спиной надежную команду.

■ Что лично вам дала работа в журнале? Чему научила, какие перспективы открыла?

Первое и главное — я познакомилась с интереснейшими людьми. Полиграфисты — это особые люди: по-настоящему умные, глубокие, разносторонние, преданные своему делу, душевные и открытые.

Я рада быть причастной к их обществу.

Один из принципов, которым я руководствуюсь в жизни: «Хочешь быть успешной — общайся с успешными людьми». И я стараюсь перенять от тех, с кем общаюсь на поприще полиграфии, те черты, которые делают их успешными. У одного — привычку идти до конца и не падать духом при трудностях. У другого — спокойствие, размеренность и умение идти на компромиссы. У третьего — дальновидность и способность просчитывать риски. У четвертого — упорство и амбициозность.

Второе — я с головой погрузилась в новую для меня отрасль. И хотя у меня нет полиграфического образования, печатное дело стало для меня родным и знакомым.

■ Пять лет назад «Печатный бизнес» обрел второе дыхание. Произошли глобальные изменения, сменились учредители...

Да, так бывает. И я очень благодарна создателям «Печатного бизнеса», Канайкиным Владимиру Степановичу и Елене Ивановне — за то, что они, перейдя от издательской деятельности к другим проектам, все-таки дали журналу второй шанс. Фактически, журнал передали мне.

И замечательно, что в то время появились люди, готовые поддерживать проект. «Печатный бизнес» взял под свое крыло Сергей Искандерович Бакшиш, директор компании «Графические системы». Директор дочерней компании, «Цифровые решения», Всеволод Александрович Соломеин, стал нашим официальным учредителем и непосредственным руководителем.



Я считаю, это благородный поступок, потому что мотивом было не заработать на журнале, а именно поддержать редакцию.

■ С какими результатами «Печатный бизнес» встречает юбилей? Чего достиг журнал за 20 лет?

На сегодня мы единственный профильный журнал для полиграфистов в Урало-Сибирском регионе. Мы живем и развиваемся. Я это расцениваю как огромное достижение: многие ли журналы и газеты прошли все кризисы и трудности, с которыми сейчас сталкиваются печатные СМИ? Наш журнал твердо стоит на ногах. Более того, «Печатный бизнес» стал узнаваемым брендом в мире полиграфии.

Когда мы начинали журнал, у нас была задача — объединить сообщество уральских полиграфистов,

сделать его сплоченнее. Сейчас нас читают в Екатеринбурге, Уфе, Перми, Ханты-Мансийске и других городах УрФО. Мы участвуем в полиграфических выставках, в нашем регионе ни одно профильное мероприятие не проходит без участия «Печатного бизнеса».

Журнал развивается только благодаря вам, дорогие полиграфисты! Сердечное спасибо вам всем: и рекламодателям, и тем, кто участвует в наших обзорах, и тем, кто дает интервью, и тем, кто просто с интересом читает и делится обратной связью. С вами мы сила. Коллеги, если есть у вас идеи по развитию журнала, делитесь, мы открыты для общения.

■ Как бы вы определили: что самое трудное в работе главного редактора?

Ответственность. Ты за все отвечаешь, от содержания статей и количества рекламы до качества печати и рассылки. И это серьезный груз на редакторских плечах.

Особенно это трудно для таких людей, как я, которые от природы гиперответственны и эмоциональны. Стараюсь относиться к производственному процессу более спокойно и взвешенно, внимательно контролировать каждый этап. Правда, все равно переживаю, когда что-то идет не так. Работа есть работа: попереживал — и снова вперед, тем более что вдохновляюсь я легко.

■ Что вас вдохновляет?

Да что угодно. Лучик солнца заиграл на стекле, птица запела, позвонил хороший человек — поводов для радости можно найти миллион. Я люблю и умею радоваться. Да,





в жизни всякое бывает: иногда таким черным облаком накроет, что и дышать, кажется, нечем — но все равно надежда, любовь и радость всегда побеждают. Знаю это по опыту.

Всегда любить, за все благодарить и не огорчаться по пустякам — закон жизни счастливого человека.

■ Вы можете назвать себя счастливым человеком?

Безусловно! У меня чудесные родители — моя поддержка и опора. Две замечательные сферы деятельности, где я себя реализовываю — театр и журнал. Друзья, которые меня понимают с полуслова и с которыми можно поговорить обо всем.

Участвую в выставках, провожу переговоры, устанавливаю новые связи, деловые и дружеские. Жизнь кипит! Чувствую себя абсолютно наполненной энергией, любовью — и мне нравится дарить это окружающим. Это и есть счастье.

■ Как вы отдыхаете и восстанавливаете силы?

Люблю прогулки на свежем воздухе, хожу пешком: это дает мне бодрость и энергию, в это время мозг работает как-то особенно активно,



на прогулке приходят новые мысли, идеи.

Мне нравится движение, во всем. В свободное время иду в театр, на выставку, смотрю какой-нибудь хороший фильм или читаю книгу.

■ Раз мы завели об этом речь — какие фильмы, книги и музыка вам нравятся?

Из фильмов я люблю советскую классику, разных лет. Смотришь — как будто живую воду пьешь. Всегда до глубины души трогают военные фильмы и кинокартины о любви, те, что показывают настоящие чувства: искренность, душевность, доброту.

Предпочтения в музыке разные, как классика, так и добротная эстрада. Из литературы больше всего люблю Антона Павловича Чехова. Удивительная тонкость восприятия мира!

■ Бывает ли у вас желание попробовать себя в какой-то абсолютно новой сфере?



Я по жизни люблю идти вперед, пробовать, экспериментировать. И когда у меня есть возможность окунуться в какую-то новую сферу, получить новый опыт — не упускаю такой шанс.

■ Сейчас будет традиционный вопрос, который раскрывает человека глубже, чем другие вопросы. О чем вы мечтаете?

Не буду оригинальной. Я мечтаю о гармонии с окружающим миром, с собой в первую очередь. Мечтаю, чтобы множились счастливые семьи, рождались дети, чтобы все мы радовались голубому небу, солнцу и зеленым листьям.

И чтобы эти мечты воплотились в реальность, я делаю то, что от меня зависит: помогаю там, где нужна моя помощь. Просто люблю тех, кто рядом со мной, потому что в итоге мир способна изменить только любовь.

■ Давайте еще раз вспомним о том поводе, который нас вдохновил на эту беседу. Журналу «Печатный бизнес» исполнилось 20 лет! Кого бы вы хотели поздравить с этим событием?

Владимира Степановича и Елену Ивановну Канайкиных — без них журнала просто бы не было. Безусловно, Сергея Искандеровича Бакшиша и Всеволода Александровича Соломеина. Журналистов, дизайнеров, корректоров, менеджеров по рекламе и рассылке — всех, кто в разное время создавал журнал и помогал ему развиваться. Я считаю, что журнал собрал вокруг себя самых интересных и талантливых людей.

От души желаю журналу «Печатный бизнес» нового витка развития и интересных проектов!



Школа полиграфии

20 лет кафедре полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ



Колесница завертелась, процесс пошел. Андрей Тягунов, заведующий кафедрой уже 20 лет, создал, с одной стороны, камерную атмосферу, с другой, мощное сообщество единомышленников. Комьюнити укрепилось на полиграфических форумах, организованных кафедрой. Сотрудники кафедры поделились историями, рассказали о своей работе, ценностях и коллективе.



Андрей Тягунов, заведующий кафедрой полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ

В полиграфисты я «ни сном ни духом». Работал в научно-исследовательской части университета, занимался информационно-аналитической работой. Осенью 2002 года ректор дал поручение — организовать подготовку полиграфистов.

Так, в июне 2003 года начала свою работу кафедра в составе Радиотехнического факультета, и осенью мы приняли первых студентов. Преподавательских должностей, согласно учебной нагрузке, было целых три. Первыми сподвижниками стали Олег Борисович Мильдер, доцент физико-технического факультета, «полиграфист» чуть больше меня — он про «лазеры» и СМΥК знал. И маститый настоящий полиграфист, к тому времени технический директор типографии

2003 год. Полиграфия в Екатеринбурге процветает. Город третий в рейтинге по количеству изданных книг. На радиофаке УГТУ-УПИ начинается обучение специалистов печатного дела.

«Печатное поле» Сергей Юрьевич Арапов, впоследствии блестяще защитивший кандидатскую диссертацию и ставший доцентом.

На кафедре преподавали 22 различных предмета, из которых подавляющее большинство ранее в уральских вузах не читали. Мне нужно было преподавать «Основы полиграфии», «Материаловедение», «Специальные виды печати», «Технология печатных процессов». По читаемым дисциплинам было организовано около 25 лабораторных работ.

Все эти годы наш коллектив объединяет преданность образовательному процессу. Студент должен быть научен, наш диплом должен иметь ценность и авторитет.

Из студентов всегда запоминаются те, кто дает точные ответы на вопросы, заданные на лекциях. Специфика заключается в отсутствии времени на обдумывание вопроса. Точный ответ символизирует глубокое понимание предмета.

Предметом гордости является выпускник, работающий по специальности. Большую гордость составляют те, кто стал руководителями, еще большую — открывшие собственное дело.



Сергей Арапов, доцент кафедры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ

Я начал работать на кафедре «Полиграфии и веб-дизайна» практически с ее основания. Увидел в прессе заметку, что такая кафедра

появилась, и это меня заинтересовало. В то время я работал техническим директором типографии «Печатное поле».

В мою зону ответственности входило все «внутреннее хозяйство» типографии, а также процесс его нормального функционирования — от обеспечения ремонта техники до работы компьютерной сети и программного обеспечения (и в том числе разработки ПО). Типография была небольшая, но очень быстро развивалась. Приходилось заниматься всем: техникой, технологической проработкой заказов, текущим планированием работы участков, допечатной подготовкой заказов... Где «завал» — за то и берешься. Среди прочего приходилось постоянно заниматься обучением вновь нанятого персонала. Расширение + текучка = постоянно новые люди «с улицы». И когда я увидел, что в УГТУ-УПИ планируется обучение профильных специалистов, меня, конечно, это заинтересовало.

Мне стало интересно заниматься обучением не на «любительском уровне» и не «по мере необходимости», а профессионально. Дальше просто — нашел информацию, координаты, познакомился с Андреем Тягуновым. Мы нашли общий язык, и я начал работать. Одновременно работал заместителем директора по технической части в типографии и старшим преподавателем на кафедре полиграфии и веб-дизайна. С 2007 года стал работать только в УГТУ-УПИ, это мне интереснее...

В настоящее время преподаю «Технологию обработки изображительной информации», «Управление качеством», «Математическое моде-

лирование», «Алгоритмы управления цветом», курирую студенческие проекты.

Кроме вышеперечисленного, в самом начале работы преподавал «Основы полиграфии» для 1 курса, «Основы производственных процессов» и «Решение задач оптимизации» для 5 курса. Это было, пока у нас существовал специалитет. Сейчас эти курсы несколько трансформировались и ведутся другими преподавателями.



Олег Мильдер, доцент кафедры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ

Благодаря общим знакомым с Андреем Тягуновым я стал частью кафедры полиграфии. Мне предложили попробовать себя в преподавательской деятельности, и я решил, что это интересный путь развития.

Я веду «Основы светотехники». За все годы дисциплина принципиально не менялась, но подстраивалась под студентов, их базовые знания и понимание темы. Приятно, что у студентов есть энтузиазм в полиграфии. И наша задача — передать им максимум информации, знаний и опыта, чтобы они могли применять это в будущем.

На кафедре сложились определенные традиции. Одна из самых ярких и любимых студентами — называть заведующего кафедрой Андрея Тягунова папой. Это создает особый контакт с учащимися, камерную атмосферу, общность. Традиционно 7 мая на день радиофака мы видим знакомые лица наших выпускников.



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

Моя история с кафедрой полиграфии началась в 2007 году. Это

случилось почти случайно, благодаря стечению обстоятельств. На полиграфической выставке, еще в 2003 году, я встретил моего знакомого, Олега Мильдера и познакомился с Андреем Тягуновым. Они рассказали мне о том, что теперь на Урале есть полиграфическое образование. Это была очень приятная новость — я всегда имел некую склонность к популяризаторству полиграфических знаний. Спустя несколько лет мне предложили преподавать на кафедре.

Первая дисциплина, которую я преподавал, — «Проектирование полиграфического производства». Это был финальный курс, который завершал обучение на инженера-технолога полиграфического производства. Я систематизировал все свои знания, опыт, ориентировался в том числе и на книги.

Приятно, что у студентов есть энтузиазм в полиграфии. И наша задача — передать им максимум информации, знаний и опыта, чтобы они могли применять это в будущем.

На данный момент я читаю несколько дисциплин. Например, «Введение в веб-дизайн» студентам из Китая, проектирование производства, а также проектные и лабораторные практикумы. Большое количество внимания уделяю работе с выпускными работами, подготовке дипломных проектов. Когда студент выбирает нестандартное направление для исследования, это всегда интересно.

В нашем коллективе ценится взаимопонимание и взаимопомощь. Хочется верить, что каждый ее проявляет и ощущает.



Юрий Колмогоров, доцент кафедры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ

Сейчас читаю дисциплины: «Управление технологическими потоками», «Оптимизация

и структура систем управления», «Учебно-исследовательская работа (общенаучная)», «Учебно-исследовательская работа (прикладная)».

Являюсь автором курсов: «Управление технологическими потоками», «Учебно-исследовательская работа (общенаучная)», «Учебно-исследовательская работа (прикладная)». Лабораторные работы в рамках курса «Управление технологическими потоками».

Работать с выпускными работами увлекательно, особенно когда у студента горят глаза и ему самому интересна выбранная тема. По результатам выполнения исследования на одной из типографий Екатеринбурга с целью внедрения информационной системы были предложены решения, которые должны были позволить подготовить предприятие

к проекту по автоматизации и даже на начальном этапе внедрения получить эффект организационный и экономический.

Предмет гордости в выпускниках — видеть и понимать, что знания, которые получены ребятами в университете, им полезны, что они продолжают начатое в университете дело, выпускники принимают участие в форумах и конференциях.

Наш коллектив объединяет взаимопомощь, чувство юмора и особое теплое взаимоотношение со студентами.



Сергей Воробьев, ст. преподаватель кафедры полиграфии ИРИТ-РтФ УрФУ

На кафедре я работаю с 2007 года, по приглашению Андрея Геннадьевича. Читаю пять дисциплин: «Основы полиграфического

производства», «Технологии печатных и переплетных процессов», «Технологии печатных процессов», «Технологии послепечатных процессов» и «Печатное и послепечатное оборудование».

Являюсь автором лекционного курса дисциплины «Печатное и послепечатное оборудование». Мною разработаны и написаны методические указания по выполнению лабораторных работ по всем выше указанным дисциплинам, также написаны методические указания по выполнению курсового проекта по дисциплине «Технологии послепечатных процессов».

За время моей работы я выпустил большое количество студентов и, соответственно, много выпускных работ. Выделить какую-то из них мне сложно. На мой взгляд, каждая работа по-своему интересна и самобытна.

Наш коллектив объединяют взаимопонимание и взаимное уважение. Гордиться надо каждым из выпускников.



Ольга Климова, доцент кафедры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ, канд. филол. наук, редактор

Кафедра полиграфии и веб-дизайна была организована почти одновременно с кафедрой издательского дела. Обе эти кафедры — практикоориентированные и воспитывают молодых специалистов

личным примером сотрудников и тесным взаимодействием с производством. Ежегодные полиграфические форумы, проводимые на базе кафедры полиграфии и веб-дизайна, стали брендом не только полиграфистов Урала, но и сотрудников типографий всей страны, объединяя разные направления полиграфической отрасли, издателей и печатников, становясь площадкой для жарких дискуссий и новых идей.

Все годы бессменным рулевым кафедры является Андрей Тягунов, собравший под своим крылом замечательный коллектив преподавателей, увлеченных делом. Я знаю Андрея Геннадьевича 20 лет, и за это время он и его команда только наращивают творческий, научный и производственный потенциал, и, не сбавляя темпа, идут в ногу со временем и новейшими образовательными технологиями.

В последнее время кафедра полиграфии и веб-дизайна стала родной. Желаю любимой кафедре новых научных и производственных высот, интересных форумов, талантливых студентов!



Ирина Ерохова, ст. преподаватель кафедры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ-РтФ УрФУ, магистрант 2 года обучения

На кафедре я работаю недавно. Преподаю лингвистические дисциплины, философию и основы изда-

тельского дела китайским студентам. Кроме обучения иностранных студентов еще и сама учусь — в магистратуре, — так что работу кафедры вижу с разных ракурсов.

У нас работают настолько высококлассные профессионалы, что даже мне, гуманитарии, на занятиях всегда понятно, о чем идет речь. Главное — на занятиях всегда интересно! Преподаватели любят свое дело. Это дает положительный заряд нам, магистрантам.

Кафедра активно сотрудничает с типографиями. Практика обучения на производстве, совместная работа на форумах, постоянный информационный обмен — все это помогает в самореализации как студентам, так и преподавателям.

На кафедре царит теплая атмосфера. Заведующий кафедрой Андрей Тягунов создал коллектив очень отзывчивых и внимательных людей, высококлассных специалистов, у которых масса любопытных идей. Хочется пожелать коллегам, чтобы все задумки были реализованы наилучшим образом!

В коллективе кафедры полиграфии и веб-дизайна трудится большая и сплоченная команда экспертов в своем деле. В числе специалистов Александр Сергеев, доцент, Андрей Веревочников, доцент, Софья Мезенцева, ст. преподаватель, Светлана Арапова, ст. преподаватель, Виктор Филимонов, ст. преподаватель, Ляля Лузина, учебный мастер. Мы благодарим каждого за вклад в развитие отрасли.

Мария Ушакова



УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ



XV Зимний Уральский полиграфический форум

Регистрация — ✉ uralprintforum@ya.ru

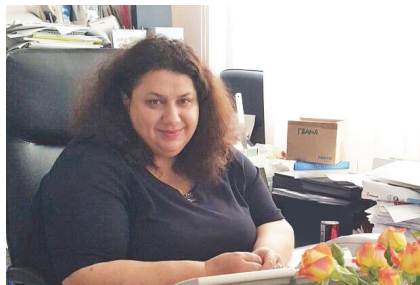
14 апреля,
10:00,
Екатеринбург,
Мира, 32,
Конференц-холл



Telegram-канал
форума

Типография RUCHKA: 25 лет

Правила успешной жизни



Лариса Ручка,
основатель типографии
RUCHKA (Краснодар)

Четверть века — достаточно большой срок для работы типографии. Сегодня RUCHKA — это не просто типография, это бренд. Постепенно, шаг за шагом, основатели получали ценный опыт. Так сложилась «полиграфическая династия». О правилах жизни, благодаря которым типография стала узнаваемой — из первых уст.



ВАЖНО ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ НА ТО, ЧТО ИНТЕРЕСНО С ДЕТСТВА

Я всегда любила красивый, яркий, стильный дизайн этикетки и упаковки. И еще у меня математический склад ума и структурность, так что мне также был интересен бухгалтерский учет. В результате все сложилось, и мое профессиональное развитие было связано с этими направлениями — я работала бухгалтером в типографии.

САМОЕ ГЛАВНОЕ — БЫТЬ ОТКРЫТЫМ К НОВЫМ ЗНАНИЯМ

Со временем я все больше узнавала о полиграфии, интересовалась всеми технологиями и в итоге вместе с супругом создала свое рекламное агентство. Сначала на производстве был один ручной станок для визиток и два ручных шелкотрафаретных станка. Это было удачное решение, и впоследствии партнеры предложили открыть типографию.

РИСКОВАТЬ НУЖНО

Я была готова рисковать, и это помогло мне вырасти. Хотя у меня не было четкого убеждения, что все получится, скорее всего подсознательно чувствовала, что все делаю правильно. Но без планомерной ежедневной работы ничего бы не получилось.

ОПЫТ — САМОЕ ДОРОГОЕ, ЧТО У НАС ЕСТЬ

Я всему училась сама, изучала печатные процессы, разбиралась, как работают программы, тестировала, анализировала ошибки. В результате я понимала, как все устроено и в случае необходимости могла сделать практически любую задачу.

Я ВЫБРАЛА ПЛАВНЫЙ РОСТ

Наша компания развивалась в своем темпе, но без резких поворотов качественное развитие печатного бизнеса, скорее всего, невозможно. Когда я создала рекламное агентство, коллектив состоял из 6 человек. На старте типографии — 15. Сейчас в команде RUCHKA — порядка 50 человек.

СЛОЖНОСТЕЙ Я НЕ БОЮСЬ

Когда создаешь бизнес, нужно просто брать и делать. Конечно, в начале пути я не представляла, какой будет компания и не предполагала, что она будет успешно работать 25 лет. Я не ставила перед собой таких амбициозных задач. Просто работала.

ПОДДЕРЖКА — ФУНДАМЕНТ УСПЕХА

Я благодарна моей семье за поддержку и помощь.

ЧЕСТНОСТЬ, ПРОФЕССИОНАЛИЗМ, КРЕАТИВНОСТЬ И КРАСОТА — ЧЕТЫРЕ КИТА ТИПОГРАФИИ RUCHKA

Компания является продолжением человека, его зеркалом. Она будет транслировать те ценности, которыми вы руководствуетесь по жизни.

СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС — ЭТО НЕ ДАР

Это работа. Мы успешно работаем все эти годы вместе с дочерью, потому что у нас разные зоны ответственности и разные сильные стороны. Я отвечаю за техническую часть, производство, финансовую часть. Виктория — за креатив, коммуникации, маркетинг, продажи. Главное, что мы умеем слушать и слышать друг друга, находить компромисс. Решения о векторе развития, обновлении оборудования принимаются совместно.

УСПЕХ ИЗМЕРЯЕТСЯ В ДОСТИЖЕНИИ

Новый проект, новое оборудование — я смотрю на достижения через дела и результаты.

Спустя 25 лет я готова признать, что полиграфист — это образ жизни

Полиграфический форум

RUCHKA

Краснодар
следите
за новостями



Telegram-
канал
форума

«Танзор» открыла производство УФ-лаков и УФ-флексокрасок в Подмосковье

19 января 2023 года в подмосковных Химках состоялось открытие новой производственной площадки ООО «Танзор», которое посетили представители ведущих типографий центрального региона России, а также профессиональная пресса.



Сделано в России

В сегодняшних реалиях производство в России — важный аргумент, который означает для типографий стабильность и отсутствие необходимости закупать краски и лаки в больших количествах впрок. Наличие у поставщика собственной исследовательской лаборатории и системы контроля качества дает возможность типографиям рассчитывать на высокое качество материалов и современный технологический уровень. Мощность новой производственной площадки компании «Танзор» позволит выпускать 1200 тонн лаков УФ-отверждения и 900 тонн флексографских красок УФ-отверждения в ассортименте в год.

Открытие новой производственной площадки вызвало большой интерес у российских полиграфистов: в мероприятии приняли участие не только гости из Москвы и Московской области, но и полиграфисты из других регионов — Тулы, Санкт-Петербурга, Саратова и т.д. Гости познакомились с историей компании «Танзор» — презентацию для них провели первый заместитель генерального директора Анна Перова и ведущий менеджер-технолог Дмитрий Саковой. Затем участники мероприятия имели возможность познакомиться с новой

производственной площадкой в рамках экскурсии, которую провел руководитель производства Владимир Курников, подробно рассказав об особенностях изготовления лаков и красок УФ-отверждения.

В цеху изготовления УФ-отверждаемых лаков установлено два автономных смесителя — один для лаков с силиконовыми добавками и второй — для лаков без силикона. Загрузка исходного сырья производится в передвижную емкость с запорной арматурой емкостью 500, 250 или 200 кг, которая затем помещается в смеситель, где в течение нескольких часов происходит смешение компонентов. Для исключения ошибки в дозировании компонентов, соблюдения правильности пропорций процесс одновременно контролируют два человека — мастер цеха и аппаратчик. По завершении процесса из дежи отбирается пробный материал, который затем проходит промежуточный технологический контроль в собственной лаборатории. В случае обнаружения отклонений от требований технической карты производится его коррекция — добавление в дежу необходимых компонентов и их повторное смешение. После достижения необходимых результатов дежа транспортируется на

специальную эстакаду, где производится фасовка — заполнение канистр объемом 20 или 10 кг. Ежедневный объем производимых УФ-лаков в настоящее время составляет порядка 2500 кг.

В цеху изготовления УФ-флексокрасок происходит аналогичный технический процесс, с тем лишь отличием, что в него добавлены операции помола пигмента в бисерной мельнице. В бисерной мельнице используются специальные циркониевые шарики, которые обеспечивают высокое качество перетирания. В производстве красок используются обычно «замесы» большего объема, поэтому в этом цеху объем передвижных емкостей составляет 800–1000 кг.

По окончании знакомства с производственными цехами, руководитель исследовательской лаборатории Владислав Левицкий рассказал об используемых на заводе методах контроля качества выпускаемой продукции. В их основе обеспечение максимального уровня стабильности характеристик красочных материалов, высокого уровня их повторяемости от партии к партии. В сформированном на предприятии пункте технологического контроля осуществляется контроль текучести и вязкости лаков и красок, контролируется



колориметрическая точность изготовления красок, с отклонением по цвету не более 1 ДЕ.

Отбор контрольных проб берется несколько раз: сразу после смешения компонентов, после возможной коррекции рецептур и перед фасовкой краски или лака в отгрузочные контейнеры. Кроме того, из каждой партии отбирается арбитражный образец, который хранится на складе в течение года. В случае возникновения проблем с какой-либо партией материалов всегда есть возможность вернуться к арбитражной пробе и провести с ней необходимые исследования.

Многих присутствующих заинтересовал вопрос об источниках поставок пигментной базы. Поскольку все используемые на производстве ГК «Танзор» технологии лицензированы компанией Sakata INX, то и требования к пигментам соответствующие.

На данный момент ассортимент ГК «Танзор» сформирован и включает в себя лаки УФ-отверждения (матовые, глянцевые, полуматовые, трафаретные, для технологии Inmould, высокореактивные, с низким запахом и для создания эффекта drip-off); водно-дисперсионные лаки (глянцевые, матовые, полуматовые, с высокой стойкостью к истиранию, для пищевой упаковки, blisterные, барьерные, soft-touch). Также ком-

пания занимается производством и поставками барьерных водно-дисперсионных лаков — жиростойких, влагостойких и предназначенных для сваривания. В портфолио «Танзор» есть краски для офсетной традиционной печати, офсетной УФ-печати, УФ-флексопечати.

Отбор контрольных проб берется несколько раз: сразу после смешения компонентов, после возможной коррекции рецептур и перед фасовкой краски или лака в отгрузочные контейнеры. Кроме того, из каждой партии отбирается арбитражный образец, который хранится на складе в течение года.

Также компания предлагает пантоны для офсетной печати и УФ-флексо, которые изготавливает на своих станциях смешения, и металлизированные краски.

Ваш поставщик с 1994 года

Компания «Танзор» основана в 1994 году в Москве. В 1999 году было открыто первое производство водно-дисперсионных и УФ-лаков и исследовательская лаборатория, в 2000 году при поддержке французского поставщика красок, компании Brancher, — колористическая лаборатория и станция смешения. В 2005 году компания вышла на рынок узкорулонной флексографии в партнерстве с международным концерном Sakata INX. В 2021 году состоялось открытие

первого в России производства полного цикла цветных УФ-красок для узкорулонной флексографии в Шебекинском районе Белгородской области. В конце 2022 года эта производственная площадка была перенесена в город Химки Московской области.

Сегодня ООО «Танзор» — один из ведущих российских производителей расходных материалов для полиграфии. В арсенале — склады и офисы продаж в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Краснодаре, Екатеринбурге и Новосибирске, а также сеть колористических лабораторий и станций смешения.

Среди клиентов компании есть как крупные офсетные типографии, такие как «Готэк-Принт», «Московский центр Упаковки», «ММ Полиграфоформление», «Промис», «Кварц» и многие другие, а также лидеры флексографского рынка — «Флексо-ПАК», «Окил», «Профлекс», «ССЛ-Контур», «ПК Альянс» и многие другие.

По материалам
ГК «Танзор»

Новые коллекции дизайнерских бумаг в ассортименте «Европапир»



«Европапир» расширяет сотрудничество с китайским производителем премиальных бумаг и картонов TPG, с которым компанию связывают давние партнерские отношения. Продукция TPG производится на фабрике недалеко от Гонконга, сертифицирована в Европе и имеет стабильно высокое качество и хорошие рекомендации на европейском рынке. В России продукция TPG будет эксклюзивно поставляться нашей компанией.

«Европапир» — один из ведущих поставщиков бумажной продукции в Центральной и Восточной Европе и СНГ. На российском рынке компания работает с 2003 года. Филиалы компании находятся в десяти городах России — Москве, Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге, Самаре, Саратове, Ставрополе, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Новосибирске и Екатеринбурге, в каждом из которых есть свои офисы продаж и склады.

Компания TPG (Гонконг) выросла из небольшой фирмы по торговле бумагой и стала признанным ведущим китайским производителем и поставщиком дизайнерской бумаги в регионе Большого Китая.

Более 10 лет «Европапир» успешно сотрудничает с TPG. Коллекция металлизированных бумаг Galaxy Metallic хорошо известна и любима нашими клиентами, и мы надеемся, что новые коллекции займут достойное место на полках в типографиях. Для нас 2023 год станет годом новинок: в металлизированных бумагах Galaxy Metallic ожидается расширение ассорти-

мента, добавятся новые цвета, новые форматы и плотности. Из всего разнообразия ассортимента, производимого TPG для российского рынка, мы выбрали еще 12 уникальных коллекций премиальных бумаг и картонов.

FIBRE ART — коллекция разнообразных крафтовых бумаг и бумаг с вкраплениями. Огромный ассортимент привычных **природных** цветов и разнообразие плотностей. В этой коллекции наши клиенты найдут полюбившиеся оттенки Husk, Milkweed, Jut, Straw и множество других новых оттенков натуральных экологических бумаг. Плотности: 118, 120, 128, 176, 270 и 300 грамм, формат 72x104.

KNIGHT COLLECTION — коллекция тонированных в массу гладких бумаг. Состоит из двух линеек: **Knight Black и Knight Color** в плотностях 110, 230 и 300 грамм. Красивая палитра природных красок. В эту же коллекцию входит линейка насыщенного черного цвета в плотностях 110, 120, 180, 250, 350, 700 и 1200 грамм.

GALAXY METALLIC — металлизированная бумага под брендом Galaxy Metallic давно уже известна в России, мы дополнили ее множеством новых красивых оттенков и пополнили склад 4 плотностями: 110 грамм с односторонним металлизированным покрытием — идеальный вариант для создания премиальной упаковки. Также в наличии плотности 120, 250 и 300 грамм.

DESIGN COVER. Ранее в ассортименте «Европапир» было не так

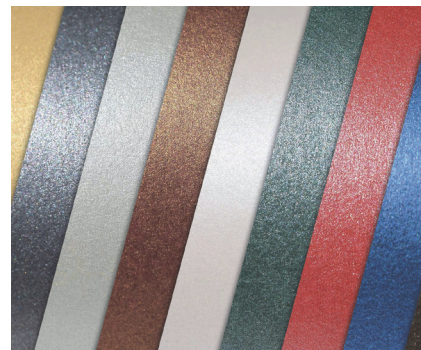
много переплетных материалов. Теперь же мы представляем достойный ассортимент для производства премиальной упаковки и книг. К европейской коллекции Classy Covers мы добавили две новые коллекции от TPG.

FABRIC EMBOSSING — классическая переплетная бумага с привычными тиснениями (Fine Linen, Linear, Linen, Buckram и Cord) в красивых оттенках, полностью совпадающих с цветами коллекции Knight Color.

CLASSY COVERINGS — это уникальная коллекция красочных и стильных тиснений для обложки бумаги, состоящая из 5 цветов и 4 тиснений, которые позволяют создать большое разнообразие упаковочных решений. Эта коллекция особенно подходит для изготовления коробок, конвертов, журнальных папок, роскошной упаковки.

COLOR STYLE new — обновленная коллекция тонированной в массу бумаги в теплых пастельных тонах.

RUBBER LIKE — это коллекция бумаг и картона со специальным



матовым покрытием на поверхности, тактильные ощущения от которой больше похожи на «резину», чем на бумагу. Коллекция понравится любителям тактильных бумаг.

DUO ART — плотный тонированный в массе дизайнерский картон с гладкой поверхностью, без покрытия. Прекрасная альтернатива коллекциям европейских плотных дизайнерских картонов.

VINTAGE — классика бумажной индустрии. Два классических тиснения: «скорлупа» и «верже», разнообразие плотностей и два оттенка: белый и натуральный.

ZPONGE — дизайнерская бумага с поверхностью, напоминающей хлопок. Плотности 250, 350 и 450 грамм. Два оттенка: белый и натуральный белый.

Бренд «Европапир»

Среди новинок будут и коллекции под брендом SL. Это собственный бренд «Европапир» в дизайнерской линейке, объединяющей в себе гладкие пух-

лые премиальные бумаги и бумаги с классическими тиснениями.

SL VOLUME — коллекция премиальной пухлой абсолютно матовой мелованной бумаги. Производится в двух любившихся и привычных рынку цветах: белом и кремовом. Эта бумага станет достойной заменой премиальным мелованным бумагам европейского производства.

SL GRAPHICA — коллекция пухлого премиального офсета с тремя поверхностями: Smooth, Regular и Rough. Бумага производится в двух привычных оттенках: белый и кремовый.

SL GRAPHICA Emboss — коллекция бумаг с классическими тиснениями в белом и кремовом оттенках.

«SL VOLUME и SL GRAPHICA с легкостью заменят европейские бренды и позволят сохранить высокое качество полиграфических изделий», — уверена **Елена Родионова**, менеджер по развитию бизнеса «Европапир».

Помимо SL VOLUME и SL GRAPHICA в ассортимент «Евро-

папир» войдет сборная коллекция **DESIGN MIX**. В нее входят привычные европейские бумаги, такие как Crush, Remake, тисненные бумаги от Mohawk, Classy Covers и многое другое.

Уже доступны для заказа коллекции Duo Art, Knight Black, Knight Color, Fabric Embossing, Rubber Like, SL GRAPHICA, Classy Coverings. А в апреле на складе компании появятся и все остальные линейки дизайнерских бумаг.

Таким образом, до конца года «Европапир» выведет на российский рынок дизайнерских бумаг двенадцать совершенно новых коллекций. Тем самым произойдет плавная замена тех бумаг и картонов, которые оказались недоступны для российского потребителя. При этом клиенты «Европапир» смогут рассчитывать на столь же высокое качество продукции и сервиса, к которому они привыкли за 20 лет работы с нами.

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!

С какой офсетной резиной работать?



Любовь Барышникова,
начальник отдела
технологов
«ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

Вряд ли есть хотя бы одна российская типография, которая не столкнулась с вынужденным переходом на новые расходные материалы в последний год. Среди производителей и марок появилось много новых названий, а ранее малоизвестные теперь стали популярными. Этот материал расскажет о том, какие резинотканевые полотна рекомендуется использовать для листовой офсетной печати.

1. Решающим фактором при выборе офсетной резины являются расходные материалы, которые используют в печатном процессе: краска на основе масла или ультрафиолетового закрепления. Состав верхнего печатного слоя ОРТП определяет полярность полотна. Для устранения набухания офсетной резины используемые материалы должны иметь противоположную ей полярность. Поэтому для каждого типа краски следует выбирать полотна с определенной полярностью.

Расходные материалы характеризуются разной полярностью. Масляная краска и традиционные смывки — неполярные, а краски УФ-закрепления, вода и добавка в увлажнение — полярные. Полотно со слоем EPDM (этиленпропилендиеновый мономер) — неполярное, а NBR (акрилонитрил-бутадиен-каучук) — полярное. Если при печати исполь-

зуются EPDM-полотно и масляная краска, то резина начинает быстро набухать. Негативная смывка проникает в резину и «вытягивает» пластификаторы, полотно усаживается. Позитивное набухание приводит к увеличению толщины резины. В результате снижается качество печати.

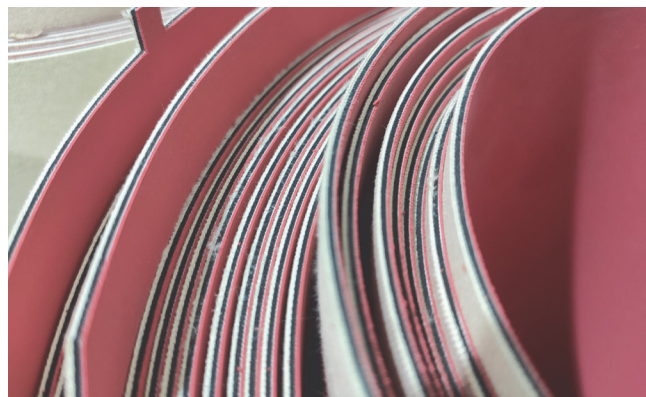
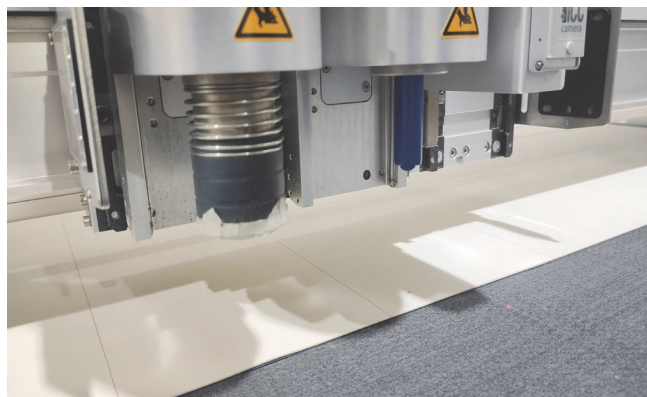
2. Следующий критерий выбора — это качество воспроизведения растровых элементов. Чем выше твердость офсетного полотна, тем лучше воспроизведение растровых элементов. Чем тверже верхний печатный слой, тем полотно устойчивее к продавам, и тем более долгим сроком службы оно характеризуется. Если верхний рабочий слой недостаточно жесткий, то резина склонна к продавам (сдавливанию), но хорошо решает проблему «облачности» при печати. Компрессионный слой определяет такие свойства полотна, как жизненный цикл (тиражестойкость) и способность к восстановлению (память).

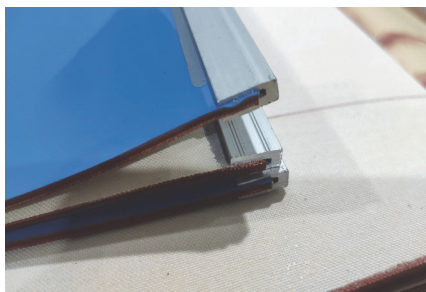
Тканевая основа ОРТП (каркас) отвечает за минимальное растяжение, необходимость и частоту подтяжек, прочность, эластичность, стойкость к динамическим нагрузкам, срок службы, способность

к восстановлению. Каркасы современных полотен в основном состоят из смешанных тканей: хлопка и полиэфирных нитей. Механические свойства каркаса, а также стойкость к воздействию растворителей вносят наибольший вклад в стабильность основы резины. Для полотен разного назначения подбирается оптимальное сочетание рецептуры сырья и тканей для каркаса, которое будет отвечать требованиям размероустойчивости ОРТП.

3. Структура поверхности полотна (шероховатость верхнего резинового слоя) влияет на перенос краски, форму растровой точки, наложение бумажной пыли и краски, способность легко очищаться смывками. На гладких полотнах краска легче отделяется от резины, меньше наложение. Чем тоньше шлифовка, тем лучше воспроизводится точка. С другой стороны, чем меньше шероховатость, тем хуже очистка офсетной резины.

Выбор ОРТП в соответствии с тремя данными критериями позволит типографии избежать многих дефектов при печати. Современные резинотканевые полотна для офсетной печати — это техно-





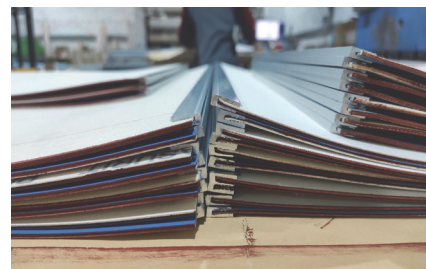
логичный дорогостоящий продукт. Учет особенностей производства и оборудования типографии позволит увеличить срок службы полотна, снизить расходы на материалы и уменьшить себестоимость выпускаемой печатной продукции.

С 2003 года компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» поставляет российским типографиям форматную армированную офсетную резину. Сейчас заказы на ее изготовление выполняются сотрудниками нового производственного комплекса в подмосковном поселке Лешково. Участок оснащен высокопроизводительным современным оборудованием, в том числе цифровыми режущими плоттерами ZUND. Плотна

для листовой офсетной печати изготавливаются из ОРТП марок PrintUV, Robusta и Spectra.

- Полотно PrintUV рекомендуется для качественной УФ-печати. EPDM-компаунд рабочего слоя характеризуется хорошей устойчивостью к набуханию при использовании агрессивных УФ-красок и смывок. Каркас высокой плотности увеличивает срок службы и обеспечивает размероустойчивость ОРТП. Отдельно можно отметить отличное воспроизведение полутонов, хороший краскоперенос, хорошее отделение листа от поверхности полотна и легкую смывку.

- Полотно Robusta специально разработано для печати изготовления упаковки, в том числе печати по металлу. Мощный компрессионный слой обуславливает отличную устойчивость к ударам и приработке по формату. Благодаря особому составу полотно характеризуется высокой способностью к восстановлению, четким воспроизведением растровой точки и равномерной печатью плашек. Данное ОРТП подходит для



печати по широкому спектру подложек: от бумаги до жести и алюминия.

- Универсальное полотно Spectra рекомендуется для листовой офсетной печати традиционными и УФ-красками. Данное ОРТП характеризуется длительным сроком службы при сохранении высокого качества печати, стабильности размеров, устойчивости к ударам и хорошего краскопереноса.

В завершение можно добавить, что сейчас на российском рынке представлено большое разнообразие расходных материалов для офсетной печати. Правильно сориентироваться и не ошибиться при выборе помогут опытные и квалифицированные сотрудники компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС».

oktoprint
SERVICE

www.oktoprint.ru

**Расходные материалы
для полиграфии**

**ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ
МИР ЯРЧЕ!**



Ventumprint — искусственный интеллект уже в полиграфии

«Если вы ничего не делаете по-другому, тогда почему вы ожидаете других результатов?»
(Трой Хоффман)



Арсен Манукян,
генеральный
директор компании AM
Labs Solutions (Москва)

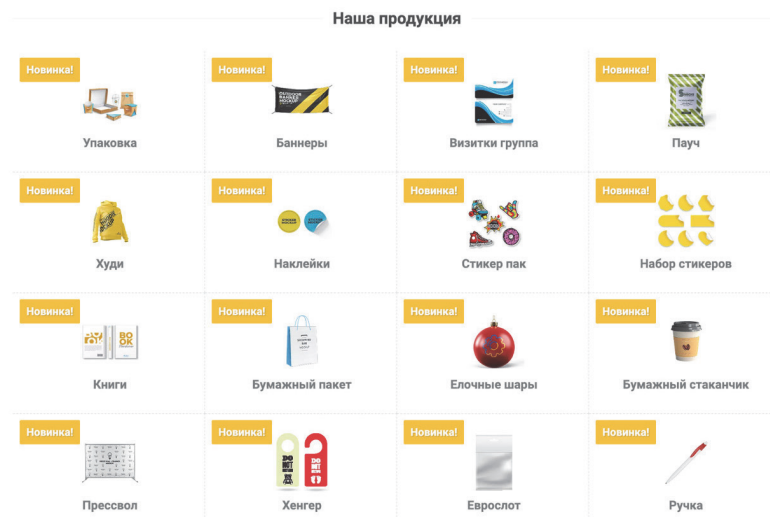
Интернет-платформа Ventumprint предлагает несколько уникальных возможностей.

Однажды я проводил вебинар и создал работающий сайт с несколькими продуктами в течение часа. Конечно, это не показатель, и мы были очень впечатлены, когда один из заказчиков самостоятельно создал свой сайт за четыре дня и на следующий день стал принимать заказы. Теперь у нас есть новый рекорд — готовый сайт за сутки. Все это, конечно, круто, но в чем же отличие Ventumprint от других решений?

Во-первых, создан для работы сотрудника любой категории — технолог может настроить быстро и просто сколько угодно сложные продукты со всеми технологическими ограничениями и возможностями без привлечения программиста. Контент-менеджер может оформить продукт на сайте, дизайнер — создать неограниченное число шаблонов под этот продукт, а заказчик может всем этим воспользоваться. И на стационарном компьютере, и на мобильном телефоне.

Менеджер видит в системе поддержки все действия клиента и может общаться с ним в реальном режиме времени.

Во-вторых, нет ограничений ни на количество сайтов, ни на функ-



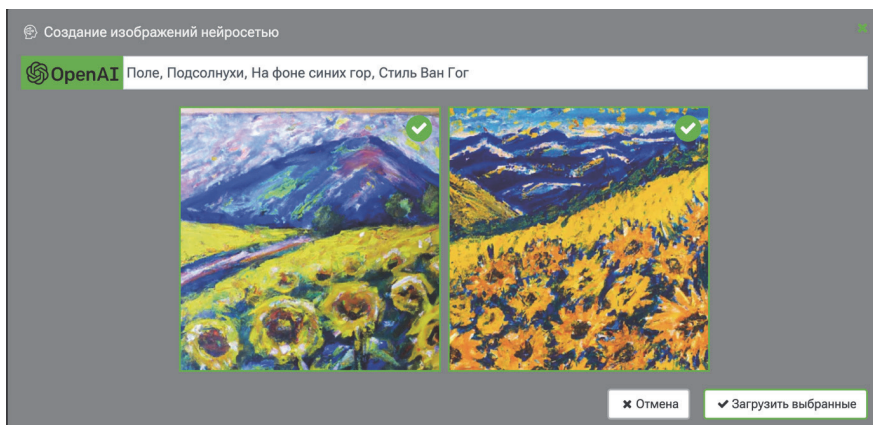
Многие типографии уже пробовали «играть» в web-to-print. Действительно, количество работающих и успешных проектов можно пересчитать по пальцам. Так в чем же проблема? Главное, конечно, отношение к онлайн как к продолжению печатного бизнеса. Второй, и не менее важной причиной, является выбор правильного инструмента и его настройка. На этом и «срезается» большинство типографий — долго, сложно, непонятно и требует дорогостоящих программистов для внедрения.

ционал. Можно создать один сайт, десять или сто, сделать агентский или сайт-сателлит. И это никак не повлияет на стоимость.

В-третьих, мультязычная система. И речь не только об интер-фейсе. Все шаблоны и мокапы мо-

гут быть переведены на любой язык в течение двух-трех дней.

В-четвертых, позволяет создавать практически любой продукт. Это могут быть как классические флаеры, буклеты, фотокниги и календари, так и текстиль, стикерпаки,



сувениры, упаковка любой сложности и конструкции. Для этого созданы два приложения — конструктор и загрузчик. Каждый из них работает на десктопных и на мобильных устройствах и может быть встроен в том числе и во внешний сайт.

В результате типография получает правильный скомпилированный pdf-файл, который можно обрабатывать как в ручном, так и в автоматическом режиме.

Для этого существуют преднастроенные продукты со всеми технологическими параметрами — слоями, пантонами, белилами, контурами реза, тиснением, выборочным лаком, треппингом и т.д. Если под то или иное производство необходимо что-то изменить, это может сделать технолог с помощью визуального интерфейса.

Что делать, если у заказчика нет макета? Для этого в системе есть около 5000 бесплатных динамических шаблонов, созданных профессиональными дизайнерами. Можно выбрать любой шаблон, загрузить его в конструктор, изменить его размеры, добавить необходимый текст или изображение и быстро получить готовый макет для печати.

Бывает и обратная ситуация, когда у заказчика уже есть макет, который нужно принять и сразу же

проверить. Для этого существует загрузчик, который сразу же покажет ошибки размеров, разрешения, конвертирует макет в CMYK и визуализирует его заказчику для принятия решения. При этом все эти операции можно сделать на мобильном телефоне.

В Ventumprint, как и в любой другой web-to-print системе, конечно же, есть и стандартные инструменты. Это CRM, интеграции с платежными и логистическими компаниями, встроенная CMS для создания сайтов, инструменты для SEO, управление производственным процессом и многое другое.

Где же модный искусственный интеллект? И он тоже есть. В Ventumprint интегрирована нейросеть DALL·E 2 от Open AI, в которой по описанию можно создавать любые изображения. И мы уверены, что в ближайшем будущем качество и сложность изображений будет только улучшаться.

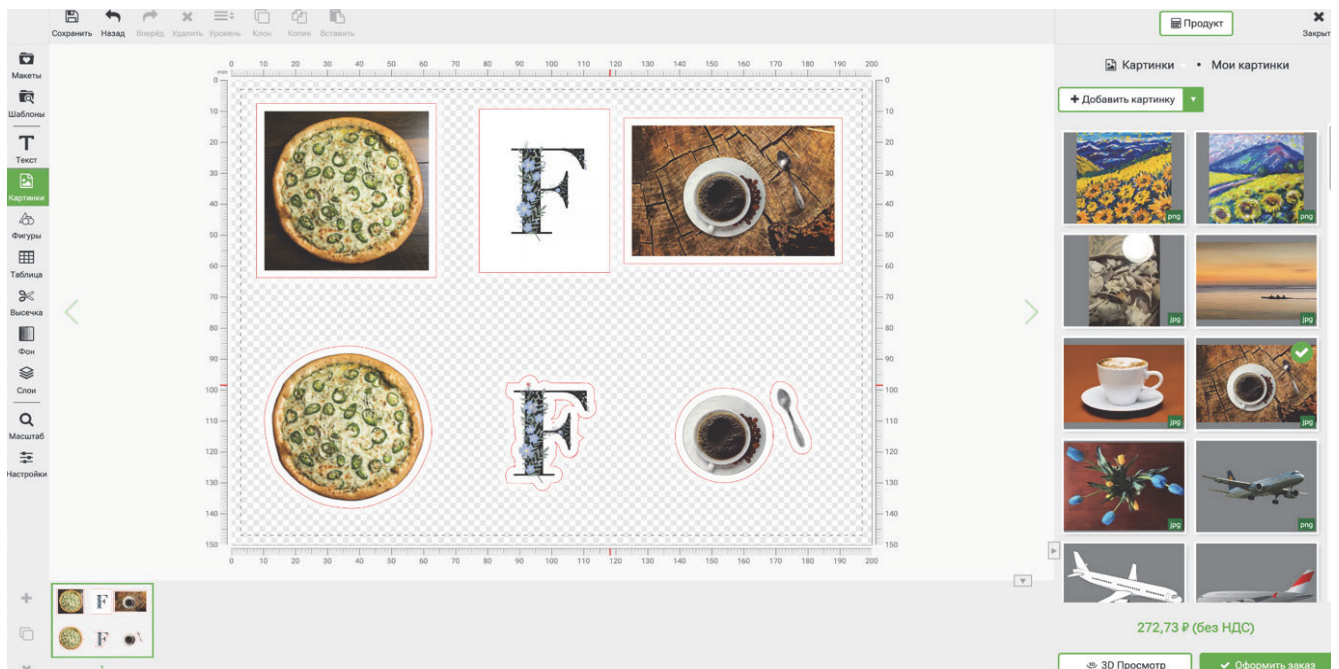
Современная web-to-print система не может существовать без интеграций. У вас есть возможность настроить работу со всеми современными мессенджерами, социальными сетями, картами и инструментами e-commerce. Для заказчиков, которым нужно создать сайт по собственному дизайну, реализован frontend API, а для интеграции с другими системами — backend API.

Где же модный искусственный интеллект? И он тоже есть. В Ventumprint интегрирована нейросеть DALL·E 2 от Open AI, в которой по описанию можно создавать любые изображения. И мы уверены, что в ближайшем будущем качество и сложность изображений будет только улучшаться.

Вторая интеграция искусственного интеллекта сугубо практична. Для создания наклеек или стикерпаков можно загрузить любое изображение, в том числе растровое, и с помощью ИИ удалить фон, а затем создать контур для резки одним кликом. После компиляции он авто-

матически превратится в отдельный слой в pdf-файле, просто в отдельный pdf-файл или и в то, и в другое. Это пусть решает технолог.

Что же дальше? В разработке еще несколько интересных интеграций с искусственным интеллектом, которые позволят заказчикам максимально упростить и ускорить работу, а типографиям получать готовые к печати файлы без ошибок.



Вторая жизнь

Бизнес-сувениры из переработанных материалов



Елена Силис,
генеральный директор
компании «Охотники
за сувенирами» (Москва)

Идеи изготовления ежедневников и блокнотов с использованием самых разнообразных переработанных материалов. В составе — вторсырье, полученное в результате постобработки и отдельного сбора или из отходов промышленной переработки. Это продукция, которой подарили вторую жизнь.

кабелей. Переработка резины в обложки для ежедневников в три раза сокращает выбросы CO₂ и других веществ, а также уменьшает количество отходов, засоряющих нашу планету.

сможем предотвратить попадание пластика на свалки и водные пути.



Ежедневники из шин

Обложки таких ежедневников выполнены на 90% из переработанной резины. Производятся за счет восстановления и переработки отработанных шин грузовых автомобилей, автобусов и легковых автомобилей и резиновых оболочек от электрических



Ежедневники из переработанных пластиковых бутылок

Потребители не могут самостоятельно бороться с огромным количеством пластиковых предметов. Поддержите идеи рекламной продукции, выполненной из переработанных пластиковых бутылок, и тогда все вместе мы



Ежедневники и блокноты из переработанных сельскохозяйственных отходов

Из томатов, перца, травы, тюльпанов, водных растений и луковых колец. Во всем мире ежегодно вырубаются четыре миллиарда деревьев только для производства бумаги! Но бумагу можно легко сделать без дерева, не оказывая при этом огромного воздействия на окружающую среду.

Как это работает?

Для производства бумаги вам нужны волокна целлюлозы — они встречаются в природе на всех растениях. Иногда процесс прост, в других случаях сложнее, но технически многое уже возможно. Можно изготовить бумагу и картон из любого растительного материала. Волокна могут просто заменить древесные. Отходы измельчают, а затем смешивают с целлюлозой деревьев FSC для производства бумаги.

Например, после сбора урожая томатов или перца в теплице

остаются остаточные материалы, такие как стебли и листья растений. Стебли содержат вещества, которые можно использовать, например, в красках, клеях и средствах защиты растений, но также содержат волокна для производства бумаги. То же самое относится и к обрезкам травы. Раньше все это рассматривалось исключительно как органические отходы, а теперь рассматривается как сырье.

В тюльпановодстве у производителей часто бывает избыток луковиц тюльпанов. Эти лукови-

цы можно измельчить в блендере — кусочки луковицы будут видны на бумаге. Затем эти сельскохозяйственные отходы смешиваются с переработанной бумагой (от 30% до 70%).

Что можно изготовить из такого материала? Книжки, годовые отчеты, журналы, рекламные и фирменные материалы, корреспонденция и почтовые рассылки, приглашения и меню, упаковка, папки, печатные материалы, декоративно-прикладное искусство и, конечно же, внутренние блоки для блокнотов и ежедневников.



Ежедневники из переработанной ткани

Обложка этих изделий выполнена из материала, полученного путем утилизации поддержанной одежды и обрывков тканей. Этот материал проходит процесс стерилизации, что делает материал обложки ежедневника из переработанного старья абсолютно безопасным. Материал не подвергается окраске, его текстура состоит только из нитей различных тканей. Коллекция экоежедневников — это воспоминания о предыдущих «жизнях».

Ежедневники из нефти

Обложка этих блокнотов и ежедневников выполнена из специальной дегтярной бумаги. Это бумага, изготовленная из нефти. Нефть с древних времен была одним из самых полезных природных веществ для человека.

Дегтярная бумага состоит из смеси дистиллированного битума с полимерами и внутреннего листа картона. Это инертный материал (не поддающийся биологическому разложению) и не содержит токсичных или вредных веществ в соответствии с европейскими правилами REACH.

Ежедневники и блокноты из кофейных отходов

Во всем мире ежегодно образуются сотни миллионов килограммов кофейной гущи, так как на одну чашку кофе приходится в среднем семь граммов отходов. Теперь кофейная индустрия вносит свой вклад в производство ежедневников и блокнотов. Обложка такого блокнота сделана из гущи двух чашек кофе и содержит около 13 граммов кофейных отходов, связанных биологическим крахмалом, полученным в картофелеперерабатывающей промышленности. Бумага на 100% переработана, что означает отсутствие вырубки лесов в процессе производства и максимально экологична.



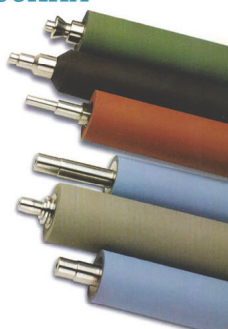
УСЛУГИ:

- Изготовление и обрезинивание 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>



ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Новый уровень

Опыт работы с премиальной полиграфией



Марина Бургонская,
генеральный директор ком-
пании «Новая манера» (Санкт-
Петербург)

Наша организация изначально была ориентирована именно на VIP-сегмент. Заказчики — средний и крупный российский бизнес из сфер промышленности и производства, нефтегазовая, угольная, металлургические области. Из разных регионов России: от Москвы до Дальнего востока. В подобных организациях обычно закупкой VIP-подарков занимаются помощники руководителя, директора по маркетингу. Решения принимает всегда сам директор или президент компании. Несколько раз в нашей практике сам директор крупного холдинга от руки рисовал эскиз того, каким он видит подарок.

Специфика наших взаимоотношений — максимально оперативная работа на стадии согласования. При этом сроки самого производства, наоборот, более спокойные. Заказчики эту специфику понимают и принимают. Еще один наш принцип — открытое и оперативное обсуждение всех возникающих спорных моментов. Если мы в чем-то сомневаемся, советуемся с заказчиком.

Премиальный сегмент — обособленный уровень заказчиков. Здесь работают новые правила игры и другое мышление. Качество, внимание к деталям, эксклюзивность становятся главными ценностями. Как работать с такой категорией? Эксперты делятся опытом.

Традиционный запрос от VIP-клиентов: «Нам нужно что-то оригинальное, свое, чего нет ни у кого». По этой причине у нас практически нет готовой сувенирной продукции. И форма, и дизайн, и идея — все под заказ.

Ставя перед нами такую непростую задачу, заказчик при этом доверяет нам в вопросах качества изделий. Мы изначально проговариваем систему сигнальных образцов и всех этапов производственного процесса. В нашем случае мы согласуем по детальным фотографиям лепные модели скульптуры в пластилине, далее первые образцы в материале и при необходимости делаем фотоотчет партии готовой продукции.

Премиальный сегмент предполагает всегда малые тиражи. «Супервип» — 10–20 шт. Высшая и средняя категории — 50–90 шт. Для полиграфии такие тиражи неудобны. Но, к примеру, для сувенирных изделий из металлов, стекла, дерева малые количества как раз наоборот выгоднее и позволяют легче отслеживать качество. Но и стоимость соответствующая. Бюджеты категорий «супер VIP» — 40–50 тыс. руб./шт., средние и высшие уровни — от 20 тыс. руб./шт.

В последние годы заказчики с пониманием относятся к моментам дефицита многих ранее доступных материалов (в основном это касается дизайнерских бумаг). Благодаря тому, что мы комбинируем художественные скульптурные материалы с полиграфией, нам не требуется особенно изощренный картон и бумага. Часто используем технологию ламинирования soft touch в сочетании с тиснением фольгой.

Еще интересная особенность: многие директора несмотря на высокий статус очень простые и открытые люди. Свой путь они начинали рабочими, отсюда и подход к премиальным подаркам как очень личной коммуникации. Так как это подарки «от директора» партнерам компании, часто играет роль не пафос дорогих технологий, а личное обращение. К примеру, на форзаце внутри дорогих кожаных ежедневников с металлом мы печатаем синим цветом скан «мощного» вступительного слова директора. Получатели уверены, что обращение написано от руки, и тем ценнее для них становится подарок. Технология недорогая, а эмоциональный эффект потрясающий.





Виктория Ручка, генеральный директор типографии RUCHKA (Краснодар)

С заказчиками премиального сегмента мы строим дружеские отношения. Как правило, «с улицы» такие клиенты не придут. Они требовательные и скрупулезно выбирают партнера, ориентируются в первую очередь на личный бренд основателя или бренд самой типографии.

«Премиальные клиенты» обязательно делают тестовый экземпляр. При этом вопрос стоимости не поднимается. Самый главный вопрос — вопрос качества. Часто сроки сжаты, что называется, «нужно вчера», но на самом деле они готовы ждать. Если вы соответствуете требованиям таких заказов, то с премиальным сегментом работать легче и комфортнее.

Сложности, конечно, бывают, они связаны с процессом производства. Нужно добиться идеального качества. Все усложняется новыми материалами, красками и лаками, которые теперь поставляются. Для таких заказов нужны дизайнерские материалы, твердый переплет и в целом креативный подход. Обязательны послепечатные отделки, такие как лак или тиснение. Кроме того, нередко требуется ручная работа. Именно поэтому приходится экспериментировать.

Крупные производители конфет, шоколада — все это наши клиенты премиального уровня. Тиражи — от 1000, меньше мы не рассматриваем. Заказы выполняем на офсетной машине, УФ, трафаретной. Далее идет вырубка, склейка, кашировка и конгрев.

Kir Shieh, ceo Supervizitka.com и viprinting.ru (Москва)

Мы строим доверительный клиентский сервис и отношения вдол-

гую, даже если это не окупается в краткосрочной перспективе.

В этой истории другие стандарты коммуникации с клиентами. «В холодную» не продать. Стоимость заказов, если она не кратно больше, не всегда играет ключевую роль (обычно это тендеры по разным критериям). Играют роль личные коммуникации по материалам и технологиям. Другими словами — консультативные продажи. Клиенты премиального уровня привыкли, что с ними всегда на связи, им всегда все объяснят.

Чаще всего к нам обращаются с запросом «Не знаем, что хотим, предложите что-то особенное». Если обращается рекламное агентство, то мы по сути отработываем только производство. Если клиент напрямую делает заказ у нас, то отработываем консультативную часть, утверждение ТЗ и после этого запускаем производство.

Если человек привык каждый день завтракать в хорошем ресторане, то в заведении уровнем ниже качество будет ощутимо отличаться. При этом оба ресторана не видят разницы между собой, готовят еду для своей ЦА, но клиент видит и сразу чувствует. В полиграфии все то же самое: клиенты премиального уровня привыкли к определенному уровню обслуживания, качеству печати и материалов.

Сложности в работе случаются разные. Это может быть человеческий фактор, когда сложно найти общий язык с клиентом, грамотно объяснить, почему нужно сделать определенным образом, а не так, как он предлагает. Бывают технические, когда что-то идет не так, сроки сдвинулись и т.д.



Текст: Маргарита Семейкина
Фото: «Новая манера»

Зачем нужна линиаризация?



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

В цифровой печати не существует единого количества или определенной последовательности этапов управления технологическим процессом. Но существуют общие принципы, которые могут быть использованы для всех процессов цифровой печати. Схема изображена на рис. 1.

Уделю внимание двум шагам, напрямую влияющим на цвет.

Калибровка/линиаризация

Это очень важная процедура, потому ей и особое внимание. Ведь повторяемый результат печати возможен только при выполнении этой процедуры.

Основная задача линиаризации — создать неизменные условия

Кратко, четко и по делу про важность линиаризации в технологическом процессе печати на ЦПМ. Простыми словами.

передачи краски/тонера/чернил в полутонах. Только в этом случае возможно выполнение условий, заданных эталоном цвета. Типичным для печатной отрасли является использование FOGRA39 или FOGRA51. Вторым условием является создание ICC-profile реальной печати, но для того, чтобы он оставался актуальным, необходимо регулярное выполнение именно линиаризации.

На рис. 2 показаны кривые, характеризующие поведение краски в полутонах. Синие линии — для эталона, красные — типичный нелиниаризованный процесс. Они хоть и похожи, но неодинаковы. В результате те цветовые координаты, которые указаны в макете, будут неверно напечатаны, без учета реальных условий наложения краски/тонера/чернил на конкретную основу. А разница может очень велика. Например, мелованная и немелованная бумага, картон — все имеет свою, уникальную форму кривой передачи цвета в полутонах.

ICC-profile реальной печати, конечно же, все это учитывает, но чтобы этот учет был верным, линиаризация и должна обеспечивать эти неизменные условия. Эта процедура предусмотрена для

всех типов печатных устройств. Везде она выполняет одно и то же — создание неизменности передачи полутонов. Отличаются реальные действия, но смысл остается.

Профилирование/характеризация

Характеризация — это зеркало реального процесса печати. Именно в результате этого процесса становятся ясны возможности цветового охвата и реальное поведение краски/тонера/чернил. Для этого печатаются специальные тестовые таблицы, на основании которых создаются таблицы соответствия между заранее известными цветовыми координатами и тем, как они будут выглядеть после реальной печати.

Зная заданный цвет и измерив полученный, можно построить такую таблицу соответствия, которая даст ответ, насколько надо изменить цветовые координаты в макете, чтобы получить тот цвет, который указан как эталонный. Этим занимается CMS.

Для всех печатных устройств этот ICC-profile будет уникальный. Кроме офсетной печати. Для всех остальных процессов приходится создавать свой уникальный ICC-profile реальной печати. ЦПМ находится в этом же списке печатных устройств.



Рис. 1: Общие принципы управления технологическим процессом для цифровой печати.

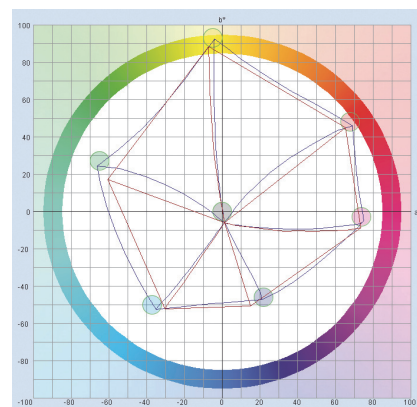


Рис. 2: Сравнение линиаризованного печатного процесса (синяя линия) и нелиниаризованного (красная линия).

Chembyo

ХИМИЯ ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ



Отлаженная система
производства с 2013 года



Проверенные и
адаптированные рецептуры



Лучшее на рынке
соотношение цена-качество



Нашу продукцию Вы можете
купить по всей России



CHEMBYO.RU



тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657

e-mail: mimakiural@mimakiural.ru

Мимакс-Урал

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



www.mimakiural.ru

printech



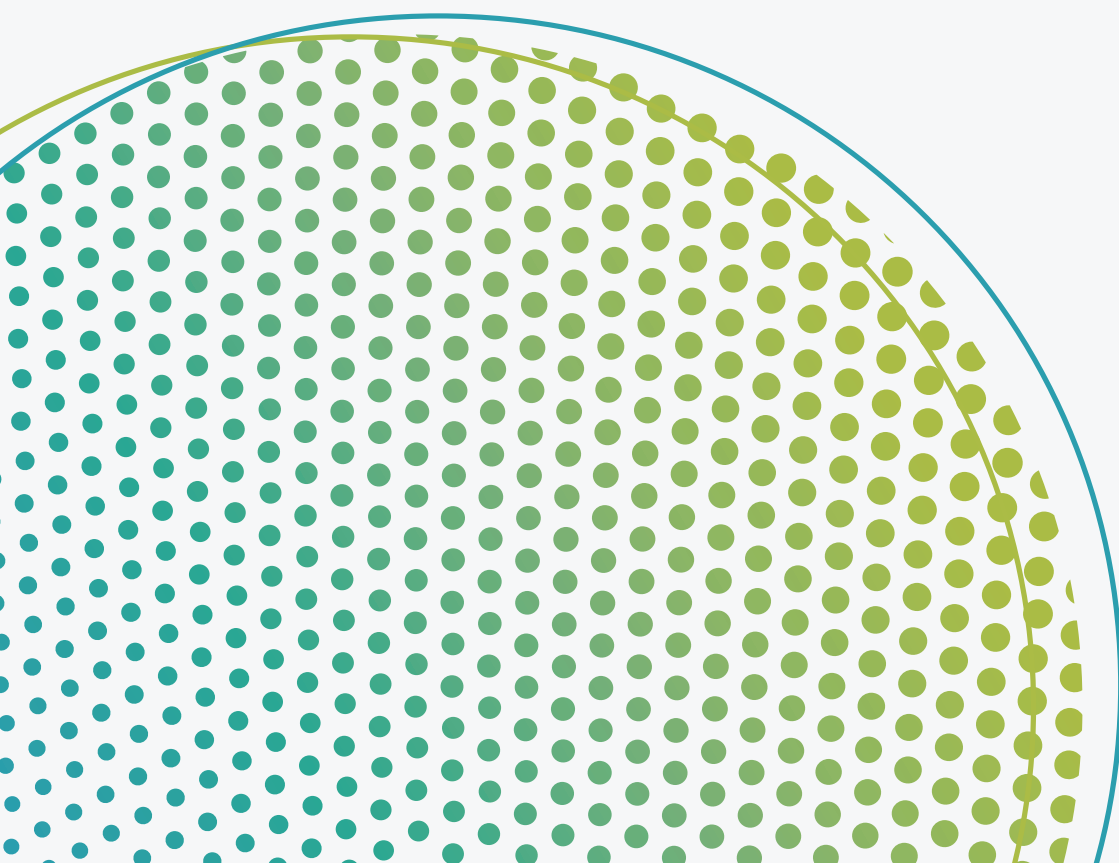
8-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

6-9

ИЮНЯ
2023

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ ОБ УЧАСТИИ
printech-expo.ru



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER