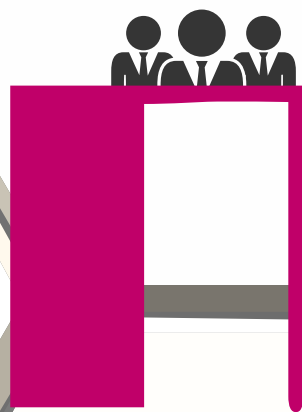
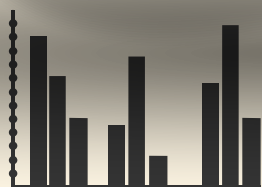




Печатный БИЗНЕС

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№ 3 (137) май-июнь 2021



Оборудование для автоматизации: новинки и флагманы
Бизнес-подарки: эко-текстиль в тренде
Голос полиграфии: Татьяна Климова
Виктория Ручка: типы заказчиков
Нам 18 лет!

РЕЗАКИ ДЛЯ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Инновации и высокая культура производства с NEOLT

Как получать от производства максимум? Следите за трендами отрасли, получайте обратную связь от клиентов и обращайтесь на флагманские модели. Тогда оборудование станет трамплином для следующих достижений. Готовы набрать новую высоту с резаками серии Electro Trim?

Резаки данной серии наиболее популярны в сочетании с небольшими машинами цифровой печати, которые используются в копицентрах, дизайнерских рекламных и проектных компаниях. Особенно актуальны там, где нужна практичность, безопасность, простота и интуитивно понятная система широкоформатной послепечатной резки бумаги, наклеек, PVC-баннеров и прочих тонких материалов. Все резаки Neolt производятся на заводе в Италии. Отличаются инновационными решениями и высокой культурой производства, определяющей их прекрасные эксплуатационные характеристики.

Резаки оснащены роликовой режущей головкой из закаленной стали. Все металлические части аппарата покрыты прочным эпоксидным порошком, что гарантирует высокую стойкость к появлению царапин и потерь.



**Широкоформатный электрический
роликовый резак
NEOLT ELECTRO POWER TRIM PLUS 300**

В стандартную комплектацию входит напольная подставка со стальными регулируемыми ножками, прорезь для вывода материала, мешок для сбора обрезков, регулируемые направляющие для выравнивания материала, педаль управления, флуоресцентная лента, наклеенная на прозрачном держателе материала, обозначающая линию реза, и светодиодная лента подсветки области реза.



**Широкоформатный электрический
роликовый резак
NEOLT ELECTRO TRIM PLUS 150**

В стандартную комплектацию высокопроизводительного роликового резака серии NEOLT ELECTRO TRIM PLUS 150 входит напольная подставка со стальными регулируемыми ножками, мешок для сбора обрезков, педаль управления и светодиодная лента подсветки области реза. Опционально возможна поставка держателей рулонов, которые значительно упрощают работу оператора.



Дорогие полиграфисты!

Каждая наша мысль создает наше будущее. Особенно сейчас, когда лето вступило в свои права. Время мечтаний, позитива и воплощения сумасшедших идей – это все лето! Именно летом мы, полиграфисты, оказываемся на пороге принятия серьезных и взвешенных решений. Оно у каждого свое – лето. И каждый сам вправе распорядиться своими знаниями, умениями, ресурсами. Летом гораздо проще принимать взвешенные решения, потому что любая цель хорошо видна только в ясный день, а путь к этой цели всегда легок только в солнечную погоду!

Время летит. Одно лето сменяется другим. И 18 лет мы с вами идем бок о бок. Ярких, интересных, сложных, замысловатых, полных надежд и любви лет. Журнал растет благодаря вам, уважаемые рекламодатели, эксперты, подписчики и, безусловно, журналисты. Вместе мы достигли многого. И еще большего достигнем в будущем! Спасибо вам!

Берегите себя и своих близких!

С уважением, Людмила Трошина,
главный редактор журнала

«Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 2 Новости компаний «Гейдельберг-СНГ», «ЯМ Интернешнл», Konica Minolta, ГК «Кама», «Кениг унд Бауэр РУС»
- 10 Итоги Printech и RosUpack
- 12 Форум Print Park
- 16 Экотекстиль от «Прагматики»

ОБЗОР

- 4 «ТЕРРА ПРИНТ»: оборудование для автоматизации
- 6 Режущая система iECHO PK-0604 Plus
- 8 RICOH Pro Z75
- 14 MIMAKI UJV100-160, Ricoh Ri 100, Ricoh PRO C5300s

ГОЛОС ПОЛИГРАФИИ

- 18 Татьяна Климова

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

- 20 Журналу «Печатный бизнес» 18 лет
- 22 Виктория Ручка о психотипах заказчиков
- 26 Контекстная реклама на собственном опыте
- 28 Расходные материалы для бумажных стаканчиков и трубочек от «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

ДИЗАЙН

- 24 Тенденции в оформлении газет, журналов и книг

ВКЛАД В ПОЛИГРАФИЮ

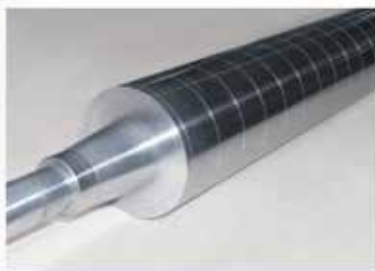
- 30 Научная работа Д.А. Тарасова и О.Б. Мильдера

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. **Корректура:** Власюк Т.Я., Семейкина М.В. **Адрес редакции и издателя:** 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. **Телефон редакции:** (343) 286-17-44. **www.ural-pb.ru**. Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №3 (137) май-июнь 2021 г. **Подписано в печать:** 25.06.2021. **Выход в свет:** 29.06.2021. **Печать:** типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Красноармейская, 92а). **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. © 2021 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

16+

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

Gallus Labelmaster 440 в типографиях Московской области



Весной 2021 года специалисты компании «Гейдельберг-СНГ» установили и запустили новые машины Gallus Labelmaster 440 на двух полиграфических производствах в Московской области. Обе машины – в многокрасочном исполнении. Оборудование будет использоваться для производства высококачественной этикетки различного назначения.

«Мы рады, что полиграфисты в России доверяют качеству Gallus и

выбирают наше оборудование для обновления и расширения производственных мощностей, – сказал Леонид Кантарчян, старший региональный представитель центра ускоренного оборудования «Гейдельберг-СНГ». – Стоит также отметить, что данные контракты состоялись в период, когда наша компания объявила специальные условия на приобретение оборудования Gallus, что позволило типографиям приобрести машины по

выгодной цене. Данная акция стала настолько успешной в России и других странах мира, что концерн Gallus возобновил ее, и в текущий момент мы предлагаем другую, не менее популярную модель – Gallus ECS 340 – на очень выгодных условиях, информацию об акции вы можете узнать у специалистов нашей компании и на сайте».

*По материалам
компании «Гейдельберг-СНГ»*

baumannperfecta 115 SE в «Ульяновском Доме печати»



В июне 2021 года в «Ульяновском Доме печати» установлена бумагорезальная машина baumannperfecta 115 SE. В рамках плановой модернизации послепечатного участка было принято решение о приобретении новой резальной машины. По итогам тендера победу одержала компания «ЯМ Интернешнл».

Новая baumannperfecta 115 SE широко используется в средних и крупных типографиях для послепечатной обработки журналов, брошюр, книг и плакатов. Управление

резальной машиной производится с сенсорного дисплея с диагональю 18.5", с помощью которого легко регулировать величину давления прижима. Модель оснащена увеличенными боковыми столами 620 x 820 мм. Цельнолитая станина резальной машины обеспечивает надежность и долговечность работы. Центральный сплошной стол без прорези сокращает до минимума риск повреждения нижних листов при перемещении стопы.

Типография использует на своем производстве машины Perfecta (до 2020 года машины baumannperfecta носили именно такое название) уже около 20 лет. Установленная baumannperfecta 115 SE уже пятая по счету резальная машина, поставленная «ЯМ Интернешнл» в «Ульяновский Дом печати».

«Ульяновский Дом печати» является одним из крупнейших полиграфических предприятий РФ, специализируется на производстве

книг. Период активного развития книжного производства для «Ульяновского Дома печати» начался с конца 90-х годов. Проводились техническое перевооружение и модернизация производства, приобреталось полиграфическое оборудование, необходимое для изготовления книг в твердом переплете, книг бесшвейного скрепления и брошюр ВШРА, внедрялись новые технологии.

Предприятие выпускает книжную продукцию широкого спектра форматов, с разнообразным оформлением переплета. Ежемесячно предприятие изготавливает около трех миллионов экземпляров книг в твердом переплете, более двух миллионов экземпляров книг в мягкой обложке и более 1,5 миллионов экземпляров брошюр ВШРА.

*По материалам
компании «ЯМ Интернешнл»*



Konica Minolta AccurioLabel 230 в «Кунгурской типографии»

Компания Konica Minolta Business Solutions Russia установила в «Кунгурской типографии» ускоренную цифровую печатную машину AccurioLabel 230. С помощью новой ЦПМ типография будет производить этикетки под брендом Fit label.

Запуск машины осуществили сервисные инженеры российского представительства Konica Minolta. AccurioLabel 230 позволит существенно сократить производственный цикл и обеспечит эффективную печать коротких тиражей этикеток. Машина позволяет осуществлять высококачественную печать на большинстве стандартных для флексопечати материалов с разрешением 1200 x 1200 dpi и гарантирует стабильность цветопередачи даже на длинных (до 1000 м) тиражах.

«Новое оборудование отлично дополнит флексографическую машину, которая у нас уже установлена. Возможности нашего производства теперь позволяют предлагать клиентам полный спектр услуг по производству этикетки: от разработки концепции до печати на разнообразных материалах и любыми тиражами. Сейчас

мы проводим тестовый запуск новой цифровой печатной машины, дорабатываем наши CRM- и ERP-системы — и уже открыты к сотрудничеству», — рассказал Артем Халуторных, директор по производству «Кунгурской типографии».

«Традиционно к выбору оборудования руководство типографии подошло с максимальной ответственностью, рассмотрев несколько предложений от производителей. По совокупности технологических и экономических показателей наше предложение оказалось оптимальным. И мы приложим все усилия для максимально быстрого развития цифровой печати этикетки на стороне заказчика», — сказал Максим Барабанов, руко-

водитель направления «Этикетки и гибкой упаковки» Konica Minolta Business Solutions Russia. — Уже сегодня компания может предложить рынку высококачественную печать коротких тиражей и тиражей с переменными данными, в ее планах — печать Data Matrix-кодов в соответствии с требованиями Национальной системы цифровой маркировки «Честный знак». Результаты печати Data Matrix кодов на оборудовании Konica Minolta уже прошли тестирование на валидацию, им был присвоен самый высокий класс А».

*По материалам
компании Konica Minolta
Business Solutions Russia*

Первый российский мелованный коробочный картон

ГК «КАМА» приступила к промышленному производству первого российского мелованного коробочного картона. Новое производство имеет импортозамещающее значение для экономики страны и признано приоритетным проектом Пермского края. Проектная мощность производства составляет 220 000 тонн мелованного коробочного картона (FBB) в год. Общая площадь новых производственных корпусов превышает 100 000 квадратных метров. Проект позволил создать более 400 новых рабочих мест.

Вячеслав Воробьев, председатель совета директоров ГК «КАМА»: «Проект «КАМА» без преувеличения амбициозен и для компании, и для отечественной индустрии производства бумаги в целом: самая современная технология FBB — аналогов которой пока нет в стране.

Конечно, радует, что «КАМА» обладает тремя главными составляющими, способными обеспечить успех. Во-первых, наилучшие доступные технологии, которые в состоянии дать качество лучшего мирового уровня и продуманная, основанная на импортозамещении и собственном экспорте стратегия рыночного продвижения. Во-вторых, грамотная производственная стратегия, призванная дать эффективное управление себестоимостью и отличную экономику. И в-третьих, пожалуй, главное, — сильная профессиональная команда, способная успешно решить эти сложные задачи. Мы уверены в устойчивом успехе и долгосрочной перспективе нового бизнеса».

Владимир Дружков, генеральный директор предприятий ГК «КАМА»: «К работе над проектом



на нашем предприятии привлечены высококвалифицированные российские и иностранные специалисты. Опыт каждого члена команды и слаженная работа позволили нам безопасно и в срок пройти все этапы строительно-монтажных работ. В соответствии с графиком мы перешли к комплексному запуску оборудования. Нами достигнута важнейшая веха этого процесса — получен первый картон».

По материалам ГК «КАМА»

Постпечатать на автомате

«ТЕРРА ПРИНТ»: конференция AVTOVAZ SMART FACTORY 2021



Новое и главное

Общие интересы объединяют. В данном случае коллегам особенно есть что обсудить, и офлайн-формат к этому располагает. Организаторам удалось собрать вместе представителей типографий с различных городов России, от Астрахани и Костромы до Петропавловск-Камчатского. Владельцы машин Horizon, настоящие и потенциальные, делились опытом эксплуатации, контрастами «до» и «после», итоговыми работами. Теоретическая часть гармонично встроена в программу мероприятия. Эксперты презентовали новинки оборудования, классику, а также рассмотрели ситуацию на рынке и способы развития компаний в новых условиях.

Сергей Денисюк, директор по продажам «ТЕРРА ПРИНТ», обсудил с коллегами такое явление как «интернет вещей». Пришли к единому выводу, как повысить эффективность управления производством. Решение кроется в комплексном подходе, едином процессе управления, автоматизации.

Вместе с участниками конференции разобрали детально решения для рабочих процессов в рамках концепции Smart Factory, включая новую облачную сетевую систему iCE LiNK. Система базируется на базе существующей уже много лет rXnet, дополненной новыми облачными инструментами, обеспечивающими управление и контроль в реальном времени с любых устройств — от компьютеров до планшетов и мобильных телефонов, а также функционалом для прямого взаимодей-

Объединяемся, чтобы стать лучше — это фраза стала негласным девизом встречи полиграфистов в мае. «ТЕРРА ПРИНТ» организовала конференцию AVTOVAZ SMART FACTORY 2021. Центральная тема — автоматизация постпечатных работ. Новинки и флагманы от «ТЕРРА ПРИНТ» в разы оптимизируют работу производства: ускоряют процесс и являются выгодной инвестицией. Доказательства — итоги мероприятия.

ствия с устройствами, поддерживающими IoT. Программа iCE LiNK собирает статистику, анализирует и выдает итоговые данные. Так типография избегает случаев простоя оборудования.

Отдельно уделили внимание основным новинкам: фальцевальной машине Horizon AFV-566, новым сериям листоподборки Horizon VAC-L1000H/L600H и, конечно, большое внимание было уделено умным комплексам (Smart Solution), выстроенным на базе новой КБС Horizon BQ-500 с возможностью оснащения модулями для подготовки книжного блока под твердый переплет. И, конечно же, не обошли вниманием новую трехножевую машину Horizon HT-300, которая позволяет резать блоки с клапанами. Помимо новинок были освещены также и текущие бестселлеры, включая фальцевальную машину AFC-746-PFU74 и книжный комплекс на базе Horizon BQ-480+HT80. Эти модели были введены в эксплуатацию в типографии «Двор печатный АВТОВАЗ» в разный период и были продемонстрированы в работе участникам мероприятия.

Александр Амангельдыев, главный редактор издательства «КУРСИВ», выступил с докладом на тему «Тенденции на рынке полиграфии в постковидный период». Рассказал об экономическом аспекте, причинах и следствиях. Один из ключевых выводов: требуется снижение себестоимости и повышение производительности. Послепечатный процесс — один из самых затратных

ресурсов с точки зрения времени и рабочей силы. Именно внимание к послепечатным процессам должно быть все более пристальным. Как говорится, «кто предупрежден, тот вооружен».



Особым гостем мероприятия стала **Вера Постнова, генеральный директор типографии «Двор печатный АВТОВАЗ»**. Вера Ивановна начала работать в типографии после окончания школы и более 20 лет является бессменным руководителем. «Это действительно чудесная встреча, мы все соскучились по общению, и нам есть чем поделиться». Типография «Двор печатный АВТОВАЗ» входит в группу компаний АВТОВАЗ. Типография создавалась вместе с заводом. Решение об основании принял Виктор Поляков, основатель АВТОВАЗа. Типография специализировалась на бортовой документации автомобилей. Сейчас производство имеет широкий диапазон заказов как со стороны завода, так и от других клиентов. А команда включает себя почти 70 специалистов. Большинство из них работает многие годы.

«Постпечатные процессы включают в себя множество задач. В связи с этим мы приняли решение о новой машине и начали изучать рынок. Пришли к тому, что именно компания «ТЕРРА

ПРИНТ” и решения Horizon соответствуют нашим требованиям. Мы работаем на линии Horizon третий год, в двухсменном режиме, иногда сверхурочно. Завод — очень требовательный заказчик с точными сроками, и оборудование отлично с этим справляется. На автоматизированной фальцевальной машине с паллетным самонакладом HORIZON AFC-746 AKT+PFU74F мы недавно реализовали масштабный проект. Каждый день работники благодарят меня за эту машину, это главный показатель”, — делится опытом эксплуатации машин Вера Постнова.



Анна Резникова, руководитель дилерского отдела компании “ТЕРРА ПРИНТ” и Татьяна Юркевич, руководитель отдела проектов компании “ТЕРРА ПРИНТ”, акцентировали внимание участников на последних прорывных технологиях в области послепечатной обработки от ведущих мировых производителей HORIZON, FOLIANT, ZECHINI, MGI и других. Ламинирование, цифровое облагораживание, спецэффекты благодаря лаку... Новые возможности для взаимодействия с потенциальным покупателем — выбор прогрессивных компаний. Персонализация — главный тренд в рекламной индустрии, и эксперты “ТЕРРА ПРИНТ” знают, как реализовать приемы на практике.

Обратная связь

Увидеть оборудование в работе и обсудить нюансы производственного процесса — для “ТЕРРА ПРИНТ” это не роскошь, а новая норма. Участникам конференции предоставилась уникальная возможность увидеть в работе комплекс на базе КБС Horizon BQ-480 в линию с трехножевым резакom Horizon HT-80, автоматизированную фальцевальную машину Horizon AFC-746 + PFU-74F и другие машины типографии “Двор печатный АВТО-

ВАЗ”, лично познакомиться с директором Верой Постновой и узнать, чем живет и как устроено главное печатное производство крупнейшего завода. Участники конференции выразили благодарность за возможность обменяться опытом и теплый прием.

Владимир Башкатов, директор типографии нижегородского государственного технического университета: «Компания “ТЕРРА ПРИНТ” собирает полиграфистов в таком формате не первый раз. Команда — молодцы, потому что такие мероприятия, по моему мнению, пока исключение из правил. Помимо получения информации о новинках техники, здесь решающую роль играет общение. Как коллеги обсуждали между собой и оборудование, и материалы, и экономические, финансовые вопросы! С каким удовольствием делились своими достижениями и опытом! Объединяющей силой стала увлеченность профессией (полиграфисты — особые люди), и, конечно, руководство компании, которое пригласило именно руководителей типографий, именно производственников.

Что касается нового оборудования, информация была, конечно, полезной. Лично для нашей вузовской типографии давно мечтаю приобрести небольшую листоподборочную машину, рассматриваю Horizon».

Алексей Есиков, генеральный директор “Тверской фабрики печати”: «Мероприятия, где можно пообщаться с коллегами лично, очень нужны. Во время общения возникает множество вопросов, по которым можно проконсультироваться не только у поставщиков, но и у компаний, которые имеют опыт по работе оборудования и не только. Само мероприятие замечательно организовано. С “ТЕРРА ПРИНТ” нас связывает долгосрочное сотрудничество, компания установила нам несколько единиц оборудования. Сейчас в нашем парке оборудования Horizon BQ-470, до этого была 460, за время эксплуатации проблем не возникало. В планах установить трехножевую Horizon HT-300 с возможностью резки брошюр, где обложка с клапанами. Кроме

того, мы оценили автоматизированные фальцевальные машины, которые были продемонстрированы на мероприятии».

Элеонора Потапова, заместитель генерального директора «ИПЦ «Гузель» (Нижекамск, Республика Татарстан): «Очень важно участвовать в таких мероприятиях, потому что живое общение с коллегами, старыми друзьями и знакомство с новыми людьми не заменит ни интернет, ни телефон, ни печатные издания. Тем более это актуально в данное время, так как почти год мы были закрыты у себя в регионах.

Очень понравилась конференция, потому что было получено много новой информации о рынке полиграфических услуг в России, о новых тенденциях в полиграфии и разработках новейшего оборудования. В теплой дружеской обстановке прошли и конференция, и экскурсии на автомобильный гигант АВТОВАЗ и “Двор печатный АВТОВАЗ”. Были созданы все условия для работы и отдыха. Огромное спасибо организаторам компании “ТЕРРА ПРИНТ”.

Меня очень заинтересовало оборудование MGI JETvarnish 3D One, которое позволяет с легкостью выполнять выборочное лакирование цифровых печатных материалов.

ИПЦ «Гузель» имеет в своем парке оборудования высокопроизводительную машину бесшвейного скрепления Horizon BQ-460, что позволяет нам качественно и в срок выполнять заказы по мягкому переплету книг, брошюр, журналов, каталогов и т. п.

Издательско-полиграфический центр «Гузель» и «ТЕРРА ПРИНТ» связывают давние дружеские и партнерские отношения. За время сотрудничества были с успехом реализованы проекты по оснащению офсетного печатного (печатная машина Shinohara 75-IV Medium, офсетная узкоролонная полуротационная машина VEGA ZX-320) и цифрового (цифровая печатная машина Konica Minolta AccurioPress C6085) участков типографии, а также проведены поставки контрольно-измерительного оборудования».

Разумная автоматизация

iECHO PK-0604 Plus



Артем Рявкин, менеджер по продажам по направлению:
«Цифровые печатные машины» компании «Графические системы»

На текущий момент заказчики на Урале все чаще смотрят в сторону уникальной упаковки и, как правило, это короткие тиражи, а также клиенты предпочитают премиум-упаковку. Такая упаковка изготавливается с применением технологий цифровой и УФ-печати, где используется кожа, новые виды пластика, бумаги и материалов для печати. Впервые в Ека-

теринбурге в демозале компании «Графические системы» совместно с дистрибьютором, компанией «ТЕРРА СИСТЕМЫ», представлена модель планшетного режущего плоттера с автоподачей PK-0604 Plus.

Автоматическая интеллектуальная режущая система iECHO PK-0604 Plus – прекрасное решение для компаний, занимающихся оперативной

полиграфией, упаковкой и сувенирным бизнесом.

Известная китайская компания iECHO своими раскройными комплексами реализовала в компактном устройстве все функции, свойственные большим промышленным решениям. iECHO PK позволяет быстро и точно осуществлять сквозной рез, надрезку, качественную биговку и маркировку. На борту аппарата есть классические флюгерные ножи, осциллирующий нож, тангенциальный нож, а также колеса для бигования и перфорации.

В серии PK реализована не только автоподача материала, но и автовывброс! Альтернативы с автоподачей плоттеру iECHO PK-0604 Plus нет – только дорогостоящие решения европейских производителей с крупногабаритным рабочим столом.

В iECHO PK-0604 Plus «по умолчанию» реализована возможность тангенциальной биговки. В данном аппарате биговка более качественная, с большим усилием и ПРИМЕНИМА практически на любом материале!

Возможность применения осциллирующего инструмента EOT делает iECHO PK-0604 Plus уникальным автоматическим режущим плоттером с максимальным спектром обрабатываемых материалов (гофрокартон,



Области применения режущего плоттера iECHO PK:

- этикетки, наклейки;
- POS-материалы (наклейки, этикетки, шелфтокеры, стопперы, вобблеры, ценники, диспенсеры, декоративные магниты, бирки);
- упаковка;
- полиграфическая продукция (брошюры, флаеры, папки, открытки);
- дорожные и предупреждающие знаки, знаки безопасности;
- приборостроение (гибкие клавиатуры, панели приборов, шильды);
- виниловые магниты.



Автоматическая интеллектуальная режущая система iECHO PK способна раскраивать множество разновидностей следующих материалов:



Самоклеющаяся пленка и винил



Бумага любой плотности



Картон разных типов



Световозвращающая пленка

Плоттер обладает CCD-камерой высокого разрешения, iECHO PK обеспечивает точное позиционирование и автоматическую резку по контуру, решение проблем, таких как ручное позиционирование и учет деформации материала, для достижения простой и точной автоматической резки.

микрогофрокартон, пенокартон). По сути, плоттер не режет, а как бы «пилит материалы» за счет своего характерного движения «вверх-вниз». Это дает возможность работать не только с плотными и толстыми материалами, но и рыхлыми по своей структуре.

В серии PK модель 0604 не единственная, это самая «младшая» модель, есть также модели с рабочим полем: 750x530 мм (PK-0705, это просто находка для офсета формата B2) и 1200x900 мм (PK-1209 с максимальной толщиной материалов до 10 мм).



Стефан Валуйский, генеральный директор «ТЕРРА СИСТЕМЫ»:

«Мы рады сообщить, что теперь все желающие увидеть в работе новый цифровой режущий плоттер iECHO серии PK, могут обратиться напрямую к нашему стратегическому партнеру в Уральском регионе – компании «Графические системы» и посетить демонстрационный зал, расположенный в Екатеринбурге, провести необходимые тесты и получить ответы на все возможные вопросы. Мы со своей стороны готовы оказать любую информационную и сервисную поддержку нашим партнерам. Уверены, что прикладываемые нами усилия позволят нам укрепить позиции оборудования iECHO в Уральском регионе».

Артем Рязкин

Автоматический листовой режущий плоттер iECHO PK

ТОЛЬКО В ТЕРРА СИСТЕМЫ НА САМЫХ ВЫГОДНЫХ УСЛОВИЯХ

Мы предлагаем:

- 1 Уникальную систему рассрочки
- 2 Расширенную гарантию до 18 месяцев
- 3 Наличие на складе



TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

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

iECHO®

RICOH Pro Z75

Дракон в мире печатных машин



Новая модель оборудования на рынке – событие масштабное, глобальное, значимое и интригующее. Один из главных релизов 2021 года – листовая струйная ЦПМ формата B2 RICOH Pro Z75. Эксперты ожидают, что эта машина революционная и изменит правила игры на рынке коммерческой печати. Рассказываем подробности.

Стратегия роста

Илья Базылев, руководитель департамента маркетинга Ricoh Rus: «RICOH Pro Z75 – это новый элемент вашего бизнеса. На стенде выставки Printech компания Ricoh Rus в этом году представила модернизированные модели и флагманы продуктовой линейки, а также анонсирована впервые на широкую аудиторию модель листовой струйной ЦПМ формата B2 RICOH Pro Z75. Концепция выставочного стенда компании заключается в том, что главный фокус направлен на стратегию роста, которую компания предлагает своим заказчикам. Есть различные решения для различных категорий компаний, от небольших копицентров до крупных производств».

Смелый характер

Характеристики машины заинтересовали потенциальных заказчиков еще на онлайн-презентации в мае. Приватное мероприятие собрало около 40 владельцев типографий и представителей производств. Максимальный формат печати – 585x750 мм, максимальная скорость в СМΥК – 4 500 стр/ч в симплексе или 2 250 стр/ч дуплексе. Машина может работать со стандартными офсетными бумагами без покрытия плотностью 60-400 г/м² или с покрытием 73-400 г/м². Рабочий цикл составляет максимум 2,6 млн оттисков B2 в месяц, а сама машина имеет «сверхпрочный» основной каркас из чугуна и стали.

Кроме того, у Ricoh Pro Z75 новая система сушки, которая мо-

жет работать с тонкими бумагами без их деформации из-за нагрева. Это будет первый листовой струйный принтер формата B2, печатающий пигментными чернилами на водной основе.

Машина способна запечатывать мелованную и немелованную офсетную и специальную бумагу для струйной печати с одними из самых низких в своем классе эксплуатационными расходами.

Новая модель имеет уникальную систему жидкостного охлаждения, обеспечивающую стабильное цветовоспроизведение и продлевающую срок службы печатающих головок, а также надежные пьезоголовки из нержавеющей стали с максимальным показателем uptime.

Новая модель имеет уникальную систему жидкостного охлаждения, обеспечивающую стабильное цветовоспроизведение и продлевающую срок службы печатающих головок, а также надежные пьезоголовки из нержавеющей стали с максимальным показателем uptime.

вующей стали с максимальным показателем uptime.

Возможности для требовательных

Онлайн анонсирование модели и преданонс на Printech состоялись успешно, и по итогам мероприятий специалисты компании получили высокий интерес. Эксперты Ricoh Rus в индивидуальном порядке обсуждали и анализировали, насколько выгодной будет инвестиция. Просчитывались все моменты возможного сценария эксплуатации. Обратная связь от штаб-квартиры компании в Японии переросла в консультации и дискуссии. Эксперты делали все, чтобы третья стратегия роста стала максимально эффективной для типографий.

На выставке Printech место для анонсирования и обсуждения RICOH Pro Z75 было особенным. Так как демонстрация оборудования запланирована

на конец 2021 года, машина не представлена очно. Однако зона «третьей стратегии роста» выделена и представлена метафорично: изображением дракона. Это символ данной модели. И технические характеристики подчеркивают символизм.

Татьяна Клочкова, руководитель направления маркетинга систем промышленных решений Ricoh Rus: «Фактически можно сказать, что Ricoh Rus предлагает цифровую машину, которая может служить полноценной заменой офсетной печати. Наша компания давно занимается струйной технологией, имеет более чем 40-летний опыт работы со струйными технологиями. Специалисты Ricoh сами разрабатывают печатные головы и чернила для машин. Подобная струйная технология используется на струйных ролевых системах печати, таких как VC60000 или VC70000. Ролевая печать достаточно специфическая, име-



ет очень высокую скорость и очень высокую производительность. Поэтому наша компания применила струйную технологию в листовой печати.

Функциональные возможности системы позволяют максимально сократить время допечатной подготовки и ускорить производственный цикл, что значительно повышает эффективность и минимизирует издержки».

Маргарита Семейкина

ЦПМ
RICOH
Pro C5300

RICOH
imagine. change.

ПРОМЫШЛЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В КОМПАКТНОМ ИСПОЛНЕНИИ!

Дуплекс до 360 г/м2

Скорость печати
80/65 стр/мин
(до 256 г/м²)

Вакуумная подача

ricoh.ru

RosUpack и Printech 2021

В Москве в июне одновременно состоялись 25-я Юбилейная международная выставка упаковочной индустрии RosUpack и 6-я Международная выставка оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства Printech. Организатором мероприятий выступила международная группа компаний Hyve.

RosUpack в юбилейный 25-й раз собрала на своей площадке представителей российского и зарубежного бизнеса. Профессионалы отрасли получили уникальную возможность ознакомиться с широким ассортиментом упаковочного оборудования и материалов крупнейших мировых производителей, а также с оборудованием, технологиями и материалами для печатного производства, представленными в экспозиции Printech.

В RosUpack и Printech 2021 приняли участие 412 экспонентов из 24 стран мира, в том числе 83 новые компании. В числе экспонентов Printech 2021 были представлены практически все мировые лидеры печатной индустрии: Heidelberg, Canon, Epson, Konica Minolta, «ЕВРОПАПИР», Xerox, Ricoh и другие компании. Благодаря очному формату мероприятий, многие участники получили возможность продемонстрировать свое оборудование в действии и, как результат, реализовать выставочные образцы непосредственно со стендов.

Количество посетителей на 1 экспонента в 1,5 раза превысило показатели 2019 года, что явно свидетельствует о высокой актуальности



RosUpack и Printech для профессиональной аудитории: благодаря практически полному региональному охвату, выставки способствуют налаживанию деловых связей между производителями, поставщиками и клиентами внутри страны.

Деловая программа

Выставки RosUpack и Printech сопровождала насыщенная деловая программа, основу которой составили Форум производителей и потребителей упаковки и Форум печатного и рекламного производства. Всего в рамках деловой программы состоялось 16 мероприятий с участием более 80 спикеров.

На тренд-сессии «Индустрия упаковки в новой реальности: состояние, тенденции и прогнозы развития» выступили российские и зарубежные аналитики рынка упаковки.

Деловая программа Printech началась с экспертно-аналитической сессии «Рынок полиграфии: Россия и мир», посвященной тенденциям развития мировой полиграфии и текущему состоянию рынка в России. Соорганизаторами сессии стали компании AN Consulting и Smithers. Модератором выступил председатель Клуба цифровых типографий Александр Иванов. Программа продолжилась пленарной сессией бизнес-академии Printech «Стратегия развития полиграфического производства в новой

реальности». Во встрече приняли участие главный редактор издательства «Курсив» Александр Амангельдыев; Анри Малуа, «Четыре Цвета»; директор типографии Высшей школы экономики Марсель Шарифуллин и технический директор типографии «Т8 издательские технологии» Сергей Боев. Модератором дискуссии стал директор по развитию «НИССА Центр» Михаил Кувшинов. Финальным событием дня стала сессия «Автоматизация на полиграфическом предприятии: от клиентского сервиса до производственных процессов». CEO AM Labs Арсен Манукян представил обзор возможных решений по автоматизации типографии за пределами работы менеджера.

Расписание деловой программы Printech 16 июня было посвящено различным аспектам рекламного производства и включило в себя ряд экспертных мероприятий. В ходе дня эксперты рассмотрели основные тренды развития рынка POSM-материалов и наружной рекламы.

Мероприятия деловой программы во второй день работы RosUpack были посвящены экологии.

Деловая программа третьего дня RosUpack была посвящена вопросам маркетинга. Состоялась конференция «Маркетинг и упаковка: от А до Я», соорганизаторами которой выступили компания Ipsos и Высшая Школа Брендинга. Профессионалы печатной отрасли поделились экспертизой в рамках Школы полиграфиста Printech.

*По материалам
дирекции выставки*



Новая Rapida 105 PRO-4-SW2 в Душанбе



Весной 2021 года в столице Таджикистана Душанбе силами сервисных инженеров «Кениг унд Бауэр РУС» была смонтирована и запущена в производство листовая офсетная машина Rapida 105 PRO-4 SW2. Типография, в которой

установлена машина, называется «Нашриёти муосир», что в переводе означает «Современное издательство».

Установленная машина оснащена четырьмя красочными секциями, устройством переворота после второй печатной секции и современным пультом управления с Wallscreen. Также в комплектацию машины входит пакет для печати на тонких бумагах и устройства смывки офсетного полотна, печатных цилиндров и красочных валиков.

На установленной машине планируется печатать книгу Бободжана Гафурова «Таджики». Эту книгу планируется дарить каждой тад-



жикской семье. По официальной информации, во второй половине сентября начнется распределение книги по городам и районам.

*По материалам
компании «Кениг унд Бауэр РУС»*

Первая листовая офсетная машина Rapida 105



В типографии «Диана» (Иваново) запущена первая в России листовая офсетная машина Koenig&Bauer Rapida 105 в новом дизайне. Это шестикрасочная машина с камер-ракельной лакировальной секцией и двойным удлинением приемки. Машина уникальна одновременно по нескольким пунктам: это первая машина Rapida первого формата в Иваново и первая машина в новом дизайне Rapida в России. Монтаж этой машины также был уникальным – он пришелся на пандемию и приезд немецких специалистов на ее монтаж оказался невозможен – и машина была полностью смонтирована сервисными инженерами «Кениг унд Бауэр РУС».

Инсталляцию можно назвать уникальной: в 2019 году подписан контракт на поставку двух листовых офсетных машин Rapida – Rapida 105 и полуформатной листовой офсетной машины Rapida 75PRO. Полуформатная машина успела оказаться в типографии до начала пандемии и уже надежно зарекомендовала себя в работе. Это также шестикрасочная машина с двойным удлинением приемки и лакировальной секцией. Обе поставленные машины подняты – для обработки ступеней увеличенных размеров. Оснащены НонСтоп-устройствами на самонакладе и приемке. Обе машины используют для контроля качества встроенные системы QualiTronic ColorControl для измере-

ния и регулировки «в линию». Причем эта система является уникальной – она измеряет каждый лист и регулирует каждый десятый лист.

Типография «Диана» основана в 2008 году. Компания специализируется на производстве упаковки любой формы из картона и микрогофрокартона для пищевых и непродовольственных товаров. Так как исторически город Иваново – центр производства текстиля и текстильных изделий, значительную долю в выпускаемой продукции занимает упаковка для текстиля, в первую очередь, для комплектов постельного белья.

*По материалам
компании «Кениг унд Бауэр РУС»*



Площадка для дискуссий и новых знаний



В мае в Санкт-Петербурге состоялось два крупных мероприятия отрасли – Всероссийский съезд полиграфистов и VI Петербургский международный полиграфический форум Print Park. Участие приняли представители полиграфических компаний-поставщиков материалов, оборудования и технологий и профильных образовательных учреждений со всей страны.

граммы, но и искренне были рады живым встречам с коллегами.

Основная миссия форума Print Park – быть постоянно действующей дискуссионной отраслевой площадкой в стране, предоставляя широкие возможности для обмена мнениями, представления новых идей, продуктов и разработок, обсуждения трендов и инноваций на рынке, современных требований к подготовке специалистов.

Важность и актуальность проведения форума в Санкт-Петербурге трудно переоценить. Это обусловлено постоянно растущим интересом к такому формату, который предлагает форум. Уверены, у Print Park хорошие перспективы, что продемонстрировали уже шесть проведенных мероприятий.

Практически все мероприятия форума не носят прямой маркетинговый характер. И почти половину всех выступлений занимают именно дискуссии, обмен опытом, обучающие семинары. Надеемся, что на осеннем Print Park каждый участник сможет выбрать наиболее интересные и полезные для себя события.

Выступали сильные спикеры. Полезным было выступление Арсена Манукяна, CEO компании AM Labs о систематизации и автоматизации бизнеса. Сейчас эта тема для меня особенно актуальна. Отмечу выступление компании «Европапир» об экобумагах – что это такое на самом деле. Это важно обсуждать, потому что вокруг этой темы довольно много мифов. Особенно я оценила переработанные бумаги, например, в составе которой кофейные зерна. Это уникальный по текстуре материал, каждый лист непохож на другой. На мой взгляд, будущее полиграфии и рекламного рынка именно за такими материалами.

Я чувствовала волнение перед своим выступлением, потому что Питер – это новый для меня город. В итоге зал был переполнен, а я зарядилась эмоциями. Приятно, что город встретил с теплотой.



Ирина Ивкина, исполнительный директор Союза за полиграфистов Санкт-Петербурга

Наша отрасль постоянно развивается: появляются новые материалы, новые технологии, маркетинговые инструменты, на многих предприятиях накоплен большой опыт, которым руководители готовы поделиться с коллегами, и участникам рынка важно быть уверенными, что они продолжают оставаться в тренде и не отстают. Петербургский международный полиграфический форум Print Park – идеальное место для дискуссий, распространения новых идей, технологий, материалов и обмена опытом.

В этом году на площадке форума состоялся Всероссийский съезд полиграфистов, организованный Национальным союзом полиграфистов. Обсуждались наиболее актуальные проблемы и аспекты развития российской полиграфической отрасли, мировые тенденции. Отдельное внимание было уделено вопросам профильного образования, состоянию книжно-журнального рынка, стандартизации отрасли и современным вызовам и трендам в печати упаковки и цифровой печати. Участники и гости форума особо отметили не только насыщенность и разносторонность деловой про-



Виктория Ручка, генеральный директор типографии RUSCHKA (Краснодар)

Форум мне очень понравился. Отмечу высокий уровень организации. Интересно было послушать выступления всех спикеров, но такой возможности нет, доклады проходили параллельно.

Мероприятие показало, что коллеги соскучились по живому общению. Участники были с горящими глазами и активно общались.



Анна Иванова, директор делового отдела «ФортЛенд» (Москва)

В этом году встреча на полиграфическом форуме стала очень значимым и важным событием для нас. Прежде всего, это встреча с партнерами и друзьями, с которыми из-за пандемии почти два года общались только онлайн. Живое общение с коллегами спустя столько времени – это важно и радостно.

Все делятся своим пережитым опытом «выживания в кризис» и выхода из него, планами на текущий год, обсуждают перспективы. Было интересно обсудить новые направ-

ления возможной работы, которые открылись за прошлый год. Это да-ло шаг вперед к обдумыванию но-вых проектов и более тщательного изучения новинок, появившихся на рынке.

Хочется отметить большой инте-рес полиграфистов к форуму — по-сетителей было много, это здорово. Посетители находили для себя что-то интересное на стендах и с радо-стью изучали оборудование.

Кроме того, очень важно бы-ло увидеть новинки оборудова-ния, которые анонсировались на drupa2020. Например, компания «НИССА Центр» демонстриро-вала на стенде партнера, компа-нии «Р-Принт СПб», новый промыш-ленный плоттер с автоподатчиком Duplo PFI Blade. В душе «екнуло» — так приятно после большого пере-рыва окунуться в атмосферу де-монстрации «живого» оборудова-ния посетителям форума! Машина в работе произвела хорошее впечат-ление. Интерес к этой модели вы-сокий. Демонстрация состоялась очень успешно. Компания «Р-Принт СПб» в 2021 году отмечает свое 30-летие. Было приятно поздра-вить наших коллег с таким важным юбилеем совместно с партнерами из многих городов России.

Выступление всех спикеров бы-ло интересным и важным, в каж-дом выступлении красной нитью звучала мысль, что компании и по-лиграфический мир жили, живут и будут жить.

Важный вывод, который я для се-бя сделала: полиграфический ры-нок жив, люди ждут живого обще-ния и обмена мнениями, большое желание посмотреть что-то новое, подумать, как эти новинки можно вписать в свой бизнес, строить пла-ны. В общем, будем жить и работать!



Дмитрий Тара-сов, канд. техн. на-ук, доцент кафе-дры полиграфии и веб-дизайна ИРИТ РтФ УрФУ

Когда мы с коллегой Андреем Тягуновым собирались в Санкт-Петербург, мы не вполне представ-

ляли, какого рода мероприятие нас ждет. Наши уральские форумы, как ни крути, достаточно специфичны, а других мы и не видели. Тем не ме-нее, увиденное было, с одной сто-роны, ожидаемым, с другой — пол-ным сюрпризов.

Главными «пионерами», как во-дится, оказались представите-ли учебных заведений, к коим от-носится и ваш покорный слуга. Ученой братии было много и из всех значимых мест: МГУП (назо-вем по-старому, чтобы понятней), ВШПМ, ТулГУ, ОмГУ, УрФУ. Одной из наиболее «горячих» (хоть и ко-ротких по времени) секций стал «Круглый стол «Актуальные во-просы профильного образова-ния» под модерацией Натальи Лезуновой, директора ВШПМ. Именно эта секция была нашей главной целью. Она получилась живой, динамичной, острой и оставила после себя вопросов ед-ва ли не больше, чем до нее. По-лиграфическое образование, а точнее разброд в нем — главная проблема в цепи подготовки ка-дров для отрасли. Это признали все участники. Вторая проблема — рассинхронизация с промышлен-ностью. Цепочка «квалифициро-ванный клиент» — «квалифициро-ванное производство» наруше-на, и нужно что-то с этим делать. Для начала — производству прийт-и в вузы и начать диалог.

Многие доклады пленарной секции были очень полезные и интересные. По крайней мере из тех, что мне удалось послушать, могу выделить заглавный доклад Б. Кузьмина, президента Межре-гиональной ассоциации поли-графистов, и комментарии к гос-регулированию рынка упаковки П. Бобровского, председателя технического комитета по стан-дартизации №223 «Упаковка». Ко-нечно, нельзя не отметить точные и своевременные реплики, всту-пления и завершения от прези-дента НСП Сергея Радванецкого.

Стоит отметить выставочную площадку. В целом, вокруг обо-рудования наблюдалась опреде-

ленная активность — работающая техника всегда привлекает внима-ние. Считаю, что подобные мини-выставки просто необходимы.

Общие ощущения от меро-приятия, конечно, положитель-ные: много старых и новых дру-зей и коллег, много свежей ин-формации, обсуждений, чувство сопричастности... Главное: отрасль достаточно хрупка и разобщена, множество вызовов и угроз влияют и на текущую ситуацию, и на пер-спективы развития, однако вместе, объединившись под каким-либо знаменем, мы сможем противоосто-ять всем негативным тенденциям и завоевать достойное место под солнцем.



Игорь Степанов, коммерческий ди-ректор компании «Графические си-стемы»

Полиграфисты должны собираться вместе, об-суждать проблемы и задачи, на-ходить решения. Форумы прово-дятся именно для обмена опытом и дискуссий. Такие профильные мероприятия — важная состав-ляющая полиграфической жизни.

Наша компания регулярно уча-ствует в подобных мероприятиях. Форум Print Park не стал исклю-чением. Нам важно и интерес-но узнавать новые направления, следить за тенденциями в отрас-ли. Как будет меняться рынок, ку-да он будет двигаться — вопро-сы, на которые мы получили от-веты.

В этом году большое внима-ние уделили полиграфическому образованию, поэтому приня-ло участие большое количество университетов. Интерес к фору-му большой. Обсудили с колле-гами растущий рынок упаковки, трансформацию в цифровые тех-нологии и другие актуальные те-мы. Интересная дискуссия была с Александром Ивановым, д.техн. наук., президентом Издательско-полиграфической ассоциации высших учебных заведений (Ас-социация ВУЗИЗДАТ).

Смотрим. Узнаем. Тестируем

Актуальные модели оборудования от ведущих поставщиков

Выставки, семинары, конференции, форумы — это неотъемлемая часть полиграфической жизни. В 2021 году отрасль чувствует себя бодро: активностей много, интерес высокий. Компании «Графические системы», «РуссКом» и Ricoh Rus совместно выступили организаторами и провели практический семинар «Современное оборудование» в рамках масштабного тура по городам (Пермь, Челябинск, Тюмень, Екатеринбург). В предыдущем номере мы подробно рассказали о мероприятии, атмосфере и поделились отзывами. Сейчас уделим больше внимания актуальным моделям оборудования.

На семинарах была представлена широкая линейка различного оборудования: как печатного, так и постпечатного. Участники отмечали, что на выставке есть широкий выбор моделей для различных компаний и всевозможных целей. Представляем детальный обзор моделей, которые особенно актуальны для региональных компаний сегодня. Мы узнали у экспертов, какие модели оборудования они бы особенно отметили и почему именно эти машины актуальны на региональном рынке. Передаем слово специалистам.



Сергей Головченко, руководитель отдела продаж Mimaki компании «РуссКом» (Москва)

Партнеры, компании «Графические системы» и «РуссКом», представили на семинарах Уральского региона, к заказчикам которого мы относимся с большим вниманием, несколько новинок техники MIMAKI, GMP и Graphtec.

Главным в программе был признан **новый уф-рулонный станок MIMAKI UJV100-160** — принтер, сочетающий в себе инновации — теперь в ультрафиолетовом рулоне — белила и лак. Отмечу несколько преимуществ. Доступность — самый комфортный по цене уф-рулонный принтер шириной 1,6 метра от японского производителя. Экономичность — MIMAKI максимально приблизили УФ-печать с ее возможностями вариативности материалов и различными дополнительными эффектами (белая подложка и выборочная лакировка) и при этом низкой стоимостью чернил и оборудования к сольвентному направлению. Это делает данную модель MIMAKI весьма заманчивой, поскольку большая часть производств Урала, использующих подобную технику, работает не только на внутренние мероприятия и заказы, но также имеет крупный пул заказов для центральных регионов, а высокую конкуренцию, особенно в постпандемийное время, никто не отрицал.

Хочу отметить, что мы как официальный представитель MIMAKI на территории РФ и наш партнер «Графические системы» — крупнейший в регионе поставщик станков MIMAKI, GMP и Graphtec — отмечаем боль-

шой рост продаж данной модели по всей стране. Безусловно, эта машина MIMAKI будет удерживать лидирующие позиции благодаря вышеописанным плюсам, а компания «Мимаки Урал» обеспечит всем необходимым под ключ: начиная от условий покупки и заканчивая квалифицированной сервисной службой и крупным складом в Уральском регионе, который, как обычно, принял нас с большим радушием.



Римма Тухватулина, региональный менеджер по продажам компании Ricoh Rus

Ricoh Ri 100

Один из самых компактных принтеров для прямой печати по текстилю Ricoh Ri 100 позволяет наносить изображения и фото на футболки, сумки и толстовки из хлопка. Благодаря современной струйной технологии печати с помощью экологически чистых чернил на водной основе вы получаете яркие и долговечные рисунки с разрешением 1200x1200 и размером до A4 (печатное поле 291x204 мм) на ткани толщиной до 4 мм.





Простота обслуживания и использования с помощью интуитивно понятного программного обеспечения позволяет легко и просто редактировать изображение перед печатью изделия, со скоростью печати — 80/150 секунд. Поддержка ОС Windows и Mac и подключение по USB, Ethernet и WiFi.

Ri 100 — лучшее решение для начала бизнеса печати на текстиле и отлично подходит для печати на детских вещах и текстильных изделиях небольшого размера, где требуется печать формата A4.

Ricoh Pro C5300s

Ricoh Pro C5300s — компактное, производительное оборудование, в котором много возможностей «тяжелых» промышленных систем. Скорость печати не снижается на материалах плот-

ностью до 256 г/м², поддержка модуля вакуумной подачи материала, механическая приводка, автоматическая двусторонняя печать на материалах максимальной плотности и разрешение печати 1200x4800 dpi.

Благодаря таким возможностям эта машина прекрасно подойдет и чтобы работать в цифровой типографии, и чтобы дополнить любое другое полиграфическое производство, например, офсетное.



Александр Кошкаров, менеджер компании «Графические системы»

RICOH PRO C5300s/C5310s — лучший вариант цифровой печатной машины по соотношению цена/качество.

Достоинства:

- Высокопроизводительная полноцветная печать.
- Превосходное качество изображения.
- Поддержка самого широкого в своем классе диапазона материалов (включая дизайнерские, форматом до 330x1260 мм и материалами плотностью до 360 г/м²).
- Точная приводка и стабильная цветопередача.
- 10-дюймовая смарт-панель

управления с интуитивно понятным интерфейсом.

- Большой выбор финишных опций!

RICOH RI 100 — уникальное решение для печати на текстильных изделиях.

Сочетает в себе два устройства: принтер, способный печатать на разных текстильных изделиях и устройство для фиксации чернил на ткани.

Достоинства:

- Простота в обслуживании и эксплуатации.
- Высокое качество печати.
- Самый компактный в своем классе.
- Широкое применение: футболки, сумки, скатерти, платки, фартуки...
- Быстро. Просто. Удобно!

Данные машины актуальны не только в регионе, но и в центральных городах России, а также в европейских странах. Непосредственно на мероприятии мы наблюдали высокий интерес к оборудованию. Это связано с тем, что наши клиенты посещают семинары с определенной целью.

Клиенты отметили, что хорошо и круто сделать мероприятие сейчас могут многие, но нужно прежде всего определить интерес участников. Узнать, чем можно заинтересовать новых клиентов, чем удивить. Ведь обычная листовая печать уже не является чем-то уникальным. Мы пересекли ту границу, когда себестоимость оттирка ставится приоритетом над качеством изображения. Теперь все наоборот. Наши листовые машины становятся лидерами рынка, ведь они актуальны не только новыми, но и уже зарекомендовавшими себя предыдущими версиями машин.

Что касается печати по текстилю, рынок растет с каждым годом, интерес к собственному производству не утихает. Это действительно то, что может расширить ассортимент и привлечь новых клиентов для комплексного обслуживания.



Эко-текстиль: особенный подарок



Индустрия бизнес-сувениров разносторонняя и динамичная. Тренды сувенирного рынка меняются с большой скоростью. Важно не просто следить за ними, а углубляться вместе с экспертами в суть и нюансы. Особенно это касается эко-направления. Это глобальный тренд, который проявляется в разных отраслях, в том числе и в текстиле.

В компании «Прагматика» в мае состоялся семинар с ведущими представителями поставщиков сувенирной продукции России и Европы. Обсудили вопрос с разных сторон и в интерактивном формате изучили главные новинки сезона. Открыл конференцию **Игорь Чижов, генеральный директор компании «Прагматика»**. Познакомил участников с миссией компании, рассказал, что включает в себя качественный подарок, какую роль в этом играют не только позитивные эмоции, но и системный подход. Отметил важность направления эко-сувениров в современном обществе.

Сувенирная кухня

Маргарита Лалетина, маркетолог компании «Прагматика»: «Наша компания уже более 27 лет специализируется на бизнес-подарках, и кому, как не нам, рассказывать нашим клиентам о том, как развивается отрасль, что сейчас «болит» и что актуально. Поэтому в этом году мы решили провести серию мероприятий под общим названием «Сувенирная кухня». На этих семинарах и мастер-классах мы планируем не только приоткрыть «закулисы» «сувенирной кухни» и делиться не только своими знаниями, но и приглашать на встречи сильнейших экспертов нашей отрасли, специализирующихся на разных направлениях — текстиле, вязании, технике, эко-продукции и т.д. Конечно, помимо новых знаний, наши клиенты, как всегда, смогут

погулять по шоуруму — присмотреть для своих рекламных компаний интересные новинки от поставщиков Урала, России и Европы, или выбрать уже полюбившиеся сувениры и подарки.

Тема экологической осознанности все ярче подсвечивается не только в целом в социуме, но и в нашей отрасли. Если мы хотим сохранить неповторимую красоту нашей планеты, хотим, чтобы наши дети, внуки, правнуки дышали чистым воздухом, пили чистую воду, любовались чудесами природы, мы должны действовать сообща. Поэтому сейчас каждая отрасль стремится внести свой вклад в сохранение экологии для последующих поколений и все чаще поднимаются вопросы о цикличной экономике, безотходном производстве, переработке тканей, пластика, минимизации вреда, причиняемого природе во время производства тех или иных товаров. Что касается компаний-клиентов, то пока не так много компаний выбирают в качестве основы для своих брендов эко-сувениры в целом, и эко-текстиль в частности. В основном это крупные федеральные компании, компании из Москвы и Питера.

Мы полагаем, что тренд на эко-сувениры и эко-текстиль в нашем регионе только формируется и считаем своей задачей — дать нашим клиентам ключевые ориентиры, расшифровать основные понятия. Например, что такое осознанная мода и экологичность? Что такое рециклинговые материалы?



Какие они бывают? Чем отличаются органические ткани от эко-френдли тканей? Поэтому в нашем шоуруме, помимо стойки с обычным текстилем, появилась стойка с эко-текстилем, на которой можно увидеть необычную ветровку из тайвека, стильную шоппер из переработанного полиэстера, практичную футболку из органического хлопка и так далее».

Экологичный — это какой?

Елена Маркелова, партнер компании «Прагматика», поделилась личным опытом работы с эко-материалами и объяснила, что на самом деле означает понятие «осознанная мода». Это не только материалы, которые используются. Осознанная мода подразумевает весь углеродный след создания изделия: как выращено органическое сырье, как оно перерабатывалось, как окрашивается ткань. Экологическая мода нацелена на то, чтобы заботиться и о природе, и о человеке. Шерсть, например, может быть экологичной — здесь важно понимать, в каких условиях живет животное, как срезают шерсть и как перера-



батывается материал. Что касается текстиля, то есть даже практика чипирования футболок с информацией обо всех этапах создания. Осознанная мода включает в себя понятие «этическая мода». В ее основе – организация производства и отношение к работникам, в том числе особое внимание тому, в каких условиях работают люди. Елена Маркелова акцентировала, что эко-мода – это не просто покупка изделия из хлопка. Мы несем ответственность за изделие от и до. После того, как вы перестаете пользоваться вещью, по правилам этического производства ее нужно отдать на переработку. Это закон цикличности.

«Гармоничное развитие»

Продолжила тему **Валерия Стрельникова, руководитель направления Happy Gifts Ural:** «Компания «Прагматика» традиционно устраивает встречи, на которых обсуждаются самые актуальные вопросы рекламного рынка. Мы не могли пропустить настолько интересную тему. Экологичность — это уже давно не дань моде, а образ жизни. Все большее количество людей выбирают экологичный и осознанный образ жизни. Они задумываются о том, что покупают, используют и выбрасывают. Осознанный подход поможет изменить к лучшему жизнь современных людей и состояние планеты в целом. Мы в Happy Gifts в это верим и всячески поддерживаем это стремление, увеличивая ассортимент эко-подарков.

Экология — это новая религия. Осознанное потребление и забота об окружающей среде — это важный аспект современного ми-

ра. Об эко-материалах говорить важно, всему виной так называемая «быстрая мода», постоянно обновляющаяся разовая мода. Текстильное сверхпотребление имеет огромную экологическую стоимость. Текстильная промышленность стала одной из самых загрязняющих планету отраслей и особенно важны изменения в этой отрасли. Использование рециклируемых, быстро возобновляемых натуральных материалов является первым и очень важным шагом на пути к разумному потреблению.

Основная идея моего выступления заключается в том, что осознанное потребление напрямую отражается на экологической обстановке и только коллективная ответственность сможет привести в мир гармонию и безопасность для последующих поколений. Я рассказала о том, что скрывается за маркировкой «органический хлопок» и насколько важно выбирать его правильно, а также как пластиковые бутылки превращаются в стильные панамы и бейсболки. Презентовала новинки от главных трендсеттеров корпоративного текстиля: SOLS и Atlantis. Рассказала об использовании природных материалов в корпоративном гардеробе.

Закрывающим эту важную и глубокую дискуссию стал международный обмен мнениями. Участникам мероприятия — ведущим компаниям Урала из различных сфер деятельности, удалось обсудить эко-тренды в прямом эфире с Фабрицио Каппуччи (Fabrizio Cappucci) из Флоренции, региональным менеджером по Восточной Европе и Италии ком-

пании Midosean, крупного европейского поставщика бизнес-сумочек.

Новый мир

Участники конференции окупились в новый мир. Узнали о кокосовой коже, ткани из крапивы и переработанного пластика, изучили эти материалы в живую и разобрались в законах осознанного потребления. Кроме того, собственноручно изготовили себе эко-сумку на мастер-классе от Марины Банных, регионального менеджера компании Oasis Catalog. Лично обсудили технологию изготовления и познакомились с новинками.

Валерия Стрельникова: «Мы получили много слов благодарности за экскурс в мир «эко» и осознанного потребления. Многие крупные компании сейчас серьезно задумываются над тем, какое влияние они оказывают на окружающую среду и транслируют принципы осознанного потребления не только на собственных производствах, но и при выборе одежды для своих сотрудников и создании фирменного мерча. Наибольшее внимание у аудитории вызвали новинки текстиля из органического хлопка и шопперы».

Маргарита Лалетина: «Семинар прошел на «ура». Наши клиенты благодарили за то, что поднимаем интересные темы и не только щедро делимся знаниями, но и показываем актуальные этой теме новинки. Конечно, впечатление от наших мероприятий создается не только знаниями и пользой, но и эмоциями. В этот раз заряжали эмоционально наши поставщики. Каждый участник с удовольствием сделал своими руками яркую сумку-шоппер на мастер-классе от OASIS и принял участие в розыгрыше стильного городского рюкзака от Happy Gifts. От всей души благодарим наших спикеров, партнеров и клиентов — за доверие, интерес и поддержку! До встречи на следующих мероприятиях «Прагматики!»»

Маргарита Семейкина

Татьяна Климова о поддержке клиентов, тенденциях и адаптации к новым условиям



Татьяна Климова,
технический директор
компании
«ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

■ Татьяна, какие ценности «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» транслирует миру?

Надежность, поддержка российского бизнеса, рост профессиональных знаний, как у нас, так и у клиентов. Мы помогаем делать бизнес наших партнеров максимально эффективным. Вместе делаем мир ярче.

■ В последнее время Россия находится в непростой экономической ситуации. Как на этом фоне выглядит ваша компания?

Не только Россия находится в сложной экономической ситуации, всего мира это коснулось. Мы сохраняем свои позиции, обеспечиваем бесперебойную работу, потому что от нашей стабильности зависит работа всей полиграфии в России.

■ Какие трудности в работе на сегодняшний день вы бы отметили в первую очередь?

Осложняет работу, в основном, нестабильность всех экономических процессов. То есть, с одной стороны, в полиграфии это нехватка картона, бумаги, с другой стороны, дефицит сырья. Как следствие, идет рост цен. Полиграфия, в срав-

Компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» за 17 лет работы стала для полиграфистов не просто партнером и коллегой, а настоящим другом, который поддержит и предложит лучшее. Специалисты компании обладают внушительным багажом знаний и готовы делиться им с другими. Татьяна Климова, технический директор компании, потомственный полиграфист — голос полиграфии сегодня.

нении с другими отраслями, все-таки маленькая. И если начинается глобальная нехватка сырья, например, у той же нефтеперерабатывающей или у строительной промышленности, то сырье уходит туда, и образуется естественный дефицит для производства расходных материалов для полиграфии: лаков, красок, офсетной резины, смывок, ну и, в первую очередь, как я уже сказала, бумаги и картона.

■ Что нужно усилить региональным типографиям для успешной работы на рынке?

Мы об этом, на самом деле, начали говорить задолго до наступления пандемии, наверное, уже лет 8-10 назад. Необходимо лучше считать: четко понимать, из чего складывается себестоимость готовой продукции и просчитывать риски. То есть сейчас идет глобальный рост цен на расходные материалы. Есть типографии, которые, на мой взгляд, реагируют мудро: «в условиях тотального дефицита мы не можем рисковать, если после неудачных тестов какое-то количество материалов уйдет в брак». А есть типографии, где мы объясняем, что мы не сможем держать такую цену на товар и мы временно вводим надбавку на товар. На что нам отвечают: отлично, тогда мы будем искать, где цена ниже. Но они не учитывают того, что этим самым они сами увеличивают свои затраты и потери. Потому что, если раньше, при ценах двухгодичной давности, при расчете себестоимости про-

дукта, затраты на расходные материалы по сравнению с затратами на тот же картон, составляли 8-10% от общего объема затрат, то сейчас доля расходных материалов в себестоимости конечного продукта уменьшилась. И если сейчас мы повышаем цены на какой-либо продукт на 3%, то эта доля в себестоимости конечного продукта составит всего 0,01%. И таким образом, при неправильном расчете, в брак уходит тот самый дефицитный процент дорогого запечатываемого материала.

■ Как вы поддерживали клиентов весной 2020 года, на пике кризиса?

Мы сразу же начали подбирать и внедрять эконом-линейки проверенных материалов и, что самое главное, обеспечивали наличие товара на складе. В условиях карантина, наши логисты постоянно были на связи, внимательно отслеживали доступность товаров. В случае задержек, мы своевременно информировали об этом клиентов и оперативно предлагали альтернативные товары. Также мы сделали семинары, проходящие в формате онлайн, от проекта Школы Современного Полиграфиста — бесплатными.

■ Изменилась работа «Школы Современного Полиграфиста»? Какой интерес к такому онлайн-образованию у представителей отрасли?

Работа проекта не изменилась, а набрала темп. Интерес вырос и вырос по двум причинам: наличие

свободного времени у клиентов и доступность вебинаров — они, повторюсь, стали бесплатными. Проект сам по себе уникален. В самый разгар пандемии мы проводили по два вебинара в неделю. Мы были к этому готовы. Это было сделано из-за большой необходимости в технологической поддержке наших специалистов. Учитывая ограничения, как по перемещениям по стране в целом, так и по доступу на производства, мы обеспечили стабильное взаимодействие со специалистами через прямые эфиры с возможностью получить ответы на все вопросы лично. Это стало идеальным вариантом в решении многих задач.

Сейчас проект обладает неким архивом прошедших семинаров, которых больше ста, и для удобства пользователя на канале Школы Современного Полиграфиста сформированы плейлисты для лучшей навигации по товарным линейкам и технологиям.

Все темы для вебинаров востребованы сотрудниками типографий, именно поэтому проект развивается дальше и готовит только нужные и эффективные материалы.

■ Как вашей компании удается адаптироваться к изменчивым рыночным условиям?

С одной стороны, к удаленной работе мы готовы давно. Мы всегда говорили о преимуществах нашей внутренней интранет-системы Битрикс. У нас общение с сотрудниками не прерывалось ни на день, совещания происходили в том же ритме. Склады и производство не останавливали свою работу: мы обеспечиваем множество предприятий, связанных с пищевой промышленностью. Это и упаковка, и те расходные материалы, которые используются для приклейки этикеток на продукты.

Но что нам удалось сделать с появлением времени «на подумать» — мы пересмотрели структуру расходов в компании и за счет этого нам удалось значительно снизить их.

Также мы произвели оптимизацию складских запасов по товарам. Логисты компании постоянно

отслеживают оборачиваемость и дефицитность некоторых товаров, чтобы обеспечить клиентов в случае наступления дефицита альтернативными товарами, включая срочную доставку через промежуточные склады, чтобы не оставить клиентов совсем без товара.

■ Какие ключевые тенденции вы видите на рынке? Как они влияют на ваш бизнес?

Ключевая тенденция — рывок в пищевую упаковку. Мы видим это по заказам. Если в 2019 году на наших девяти станциях смешения офсетных красок мы изготовили 220 тонн — и это уже был рекорд для России, то в 2020 году, учитывая, что не все типографии работали в полную силу, мы изготовили 270 тонн смесевых красок и по большей части для пищевой упаковки. Но тут необходимо учитывать, что в данном случае появляются специфические требования к печатному и послепечатному оборудованию.

■ Есть ли у российской полиграфии особые отличительные черты?

До пандемии в российской полиграфии никак не приживался web-to-print. Цифровые типографии давно начали работать по этой технологии. Но во время изоляции и у заказчиков в офсетной печати появился интерес к этому. Типографии тоже осознали эту необходимость. И стало возможным размещать заказы и «без поговорить».

■ Какие новинки вы представляете на рынке? На чем у вас сейчас фокус внимания?

Сейчас «мы строим завод» — так принято сейчас громко заявлять среди конкурентов. На самом деле это будет кластер для жидких красок. Мы ставим большую современную станцию смешения для красок на основе растворителей, станцию смешения для водных красок и также станцию смешения для УФ-флекс красок. Ориентировочный запуск — июль-август. Мы обязательно анонсируем это событие и устроим презентацию, которая также будет транслироваться и онлайн.

■ Проявляется ли в отрасли современный тренд на осознанность и бережное отношение к себе и природе?

Этот тренд был убит коронавирусом на корню. В феврале 2020 года на Всероссийском полиграфическом форуме мы представили ассоциацию «Экология печати», где ставилась цель продвигать идею о защите окружающей среды, экологичности материалов. Но сейчас цель полиграфической отрасли — выжить. Это как вопрос о здоровом образе жизни. ЗОЖ могут позволить себе люди со стабильным достатком, а те люди, чья жизнь построена на выживании, потребляют то, что дают. На данном этапе у клиентов интереса к этому вопросу нет. Но как только экономическая ситуация в мире стабилизируется, мы намерены вернуться к этой теме, потому что это важно и нужно.

■ Что вы представляете на выставке Printech?

Мы анонсируем открытие флексо-станций по смешению красок. Это некая точка роста. Также на выставке мы традиционно демонстрируем работу режущего плоттера Zund. Хочу отметить, что в 2020 году продажи режущих плоттеров были рекордными. Люди начали считать деньги, и принцип «скупой платит дважды» работает, возникает понимание, что выгоднее купить одну единицу оборудования, более быструю и эффективную, которая будет работать долгие годы, тем более учитывая наличие технологической поддержки.

■ Полиграфия еще способна вас удивить?

Мы удивляемся до сих пор и готовы удивляться дальше. Иногда нашим клиентам приходят в голову такие идеи, а нам ставятся такие задачи, которые могли в голову не прийти, но мы готовы, мы удивляемся и справляемся, предлагая клиентам решения. За такой подход клиенты нас очень любят и ценят!



“ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС. ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА” ПРАЗДНУЕТ 18 ЛЕТ!



Авторы разных лет рассказали о своей работе в журнале

Людмила Трошина, главный редактор

Журнал "Печатный бизнес. Полиграфия & реклама" начал свой профессиональный путь в 2003 году в ИД "ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ".

В марте 2021 года журналу исполнилось 18 лет. 18 ярких, интересных, сложных, замысловатых, полных надежд и любви лет. Журнал растет и продолжает развиваться благодаря вам, уважаемые рекламодатели, эксперты, подписчики и, безусловно, журналисты.

Хотелось бы сказать слова благодарности замечательным журналистам, профессионалам своего дела, с которыми мы прошли отдельный путь и продолжаем идти вперед, познавая мир полиграфии. Эти талантливые люди внесли большой вклад в журнал.

Вкладывая душу, мастерство, силу, мы достигли определенного результата и движемся дальше. Желаю вам, чтобы ваша энергия была неиссякаемой и трудолюбие — нескончаемым, пусть новые проекты воплотятся в реальность. Благодаря вас за ваши старания, преданность и любовь, а также творческий подход к делу.



Ольга Раева (Михеева)

Печатный бизнес — это старт. Хороший и добрый старт благодаря людям, которые в нем работали. В первую очередь, мне сильно повезло с наставником — тогда главным редактором журнала Леной Воробьевой. Я пришла в «Печатный бизнес» на пятом курсе филфака. Отличная база, но неумение писать так, чтобы было интересно читать меня. Лена как раз этому и учила. Помню, как мы долго правили мои первые статьи. Вычищали все клише, ужасно сложные речевые обороты. Лена и ходила со мной на первые интервью. Журнал узкоспециализированный, поэтому помимо умения правильно задавать вопросы нужно было понимать, о чем ты спрашиваешь. Было даже страшно сначала — вдруг что-то ляпну какому-нибудь закоренелому печатнику. Но день за днем узнавала больше о печатном мире и становилось проще и спокойнее. Спасибо и Люде Трошиной, и Жене Терюшеву — менеджерам проекта. Простые, добрые и готовые поддерживать. Особенно, когда я стала главредом и в голове был просто ужас — а вдруг не справлюсь.

Из героев главным учителем для меня стал легенда печатного бизнеса Андрей Леонидович Попов. Помню, как на первое интервью с ним со мной была Лена. И тогда он сказал: «Этой девочке я дам интервью только тогда, когда пойму, что она понимает, о чем спрашивает и пишет». Задело сильно и стало стимулом расти. В итоге он мне дал интервью. А по жизни научил не сдаваться и верить

в то, что всему при желании можно научиться. Что упертые девочки добиваются.



Елена Чекакина (Воробьева)

Всегда особенно нравилось писать о людях: рубрики «Персона гра-та», «Гость номера», «Внутренний портрет». Потому что нет ничего интереснее, красивее, таинственнее и глубже человеческой души.

Не так давно брала интервью у Дмитрия Тарасова. Он отметил, что полиграфия — это высокотехнологичное производство, и в эту сферу в свое время пришли люди, которые были не только профессионалами своего дела, но и разносторонне развитыми личностями. И все это сформировало вокруг полиграфической среды особый микроклимат. Я с этим согласна. Мне кажется, что в этой отрасли особая концентрация умных и одаренных людей.

Когда разговариваешь с человеком больше часа, эта беседа неизбежно оставляет в душе след. Восхищение, возмущение, сочувствие, с чем-то ты соглашаешься, с чем-то споришь, о чем-то впервые задумываешься.



ваешься — в любом случае, в душе после таких бесед идет работа, переосмысление. Поэтому я считаю, что каждый из героев моих публикаций на меня каким-то образом повлиял.

До сих пор помню свою первую статью для «Печатного бизнеса», что-то о перспективах полиграфической отрасли на Урале. И вердикт Дмитрия Ермакова (он тогда был директором екатеринбургского филиала «Гейдельберг-СНГ»), которому я отправляла статью на согласование. Он прислал единственную фразу: «Содержанием удручен». И подарил здоровенный «Справочник полиграфиста». Это меня здорово отрезвило тогда. Я поняла, что обычного журналистского подхода, «галопом по европам» — тут явно не хватит. Надо знакомиться с полиграфией серьезно. И начала знакомиться по-настоящему, в том числе штудирова основы печатного дела.

Журналу «Печатный бизнес» я благодарна за многое. Во-первых, это был для меня колоссальный профессиональный опыт, я даже главным редактором одно время работала. Во-вторых, я познакомилась с интересными людьми — я сейчас имею в виду и редакцию, и игроков уральского полиграфического рынка. В-третьих, я очень много узнала: о полиграфии, рекламе, технологиях управления предприятием.

«Печатный бизнес» — это огромный пласт моей жизни. Желаю журналу и его замечательному главному редактору, Людмиле Трошиной, долгой жизни и процветания.



**Юлия Сорокина
(Раильченко)**

Мне всегда было интересно писать об оборудовании. Полиграфические станки ведь по своей сложности, наверное, не уступают самолетам. И хотя книгопечатание появилось давно, техника остается очень сложной. Плюс монтаж, наладка оборудования — такие интересные процессы.

Полиграфисты дружные и легкие на подъем. С ними приятно работать.

Пожалуй, главный урок — уверенность в том, что печатное слово не умрет. Да, цифровой век на дворе, но остаются вещи, доступные только на аналоговых носителях. И остаются люди, готовые платить за печатные книги, журналы.

Из разряда казусов помню поездку на выездную конференцию, организованную компанией «ЯМ Интернешнл» совместно с Ниной Николаевной Светличной. В мои задачи входило слушать, запоминать и снимать. А я фотоаппарат цифровой второй раз в руках держала. В дороге автофокус выключился и включился ручной. Я, понятное дело, этого не заметила. В общем, нормальных фото с поездки было немного.

«Печатный бизнес» уже стал хранителем традиций, а это большая ответственность. Желаю журналу оставаться востребованным, интересным и живым.



Инна Ожерельева

Я всегда за живое общение. И моим самым любимым направлением было интервью, потому что разговор глаза-в-глаза в буквальном смысле раскрывает человека, а не прячет его в онлайн-рамки. Естественно, самыми интересными, с моей точки зрения, получились материалы именно с офлайн-форумов, выставок, презентаций. Кстати, формат B2B тем и интересен для журналистов, что заставляет предоставить информацию не только объективно, но и профессионально, и интересно. А вот чтобы такой коктейль получился, и нужны живые встречи.

Полиграфисты — достаточно мужественные люди. И мужество это проявляется именно в поисках новых идей, новых форм. Особенно сейчас, когда наступает гаджет, и требуются новые варианты привлечения внимания клиента, так как поколение визуалов простой рекламой не привлечь.

18 лет — серьезный возраст. Особенно для регионального печатного издания. Искренне поздравляю уважаемый журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама», всю ре-

дакционную коллегия, издателей, журналистов с совершеннолетием. Желаю всему коллективу журнала «Печатный бизнес» силы духа в конкурентной борьбе с онлайн-сообществом, захватывающих тем для читателей, интересных идей для подачи информации, а также уверенности, оптимизма, веры в собственные силы и, конечно же, здоровья! Ура!



Маргарита Семейкина

Люблю каждый формат, потому что благодаря разнообразию жанров и складывается интересный номер. Внутренний портрет — именно в период моей работы мы переименовали рубрику. Наша задача — раскрыть человека изнутри и показать его личность. Аналитическая статья о трендах и направлениях отрасли — в одном материале встречаются коллеги из различных компаний, обмениваются опытом. Это каждый раз как «микрофорум». Блиц-опрос — особенно по итогам года. Здесь можно разгуляться, задать нестандартные вопросы, спросить про песни, рисунки и какого цвета был год. Каждый раз нужно придумать что-то новое и небанальное — и это держит в тонусе.

Я начала работать в журнале после сдачи диплома и окунулась с головой в этот мир. Можно сравнить полиграфию с подводным царством. Принимает не всех, но если приняла — то перед тобой открываются все красоты. Здесь яркие рыбы, дружелюбные дельфины и акулы.

В первые дни работы я оказалась на летнем полиграфическом форуме и была удивлена дружеской и семейной обстановке. Можно сказать, что все мы — родственники. Кто-то более близкий, кто-то дальний, но все чем-то похоже и связаны общими целями.

Искренне благодарю Елену Чекасин и Людмилу Трошину за внимание, веру и за то, что я стала частью полиграфической семьи.

Психотипы заказчиков и упаковка типографии



Виктория Ручка,
генеральный директор типографии RUCHKA (Краснодар)

ГИПЕРТИМ – вечный ребенок. Любит покупать быстро яркие, креативные товары, качество неважно. Денег мало. – Тень ГИПОТИМ – грустняшка, обидка, депрессия. Покупают б/у, прошлые коллекции, ретро. Денег мало.

Если вы хотите заполучить этого клиента, то на первом месте в упаковке должны быть кричащие лозунги про скидки. Гипертимы – активные покупатели сайтов со скидками, китайских товаров, те самые pop-it радужного цвета, которые сейчас сметают с прилавков. Именно с ними работает стратегия «Дешево + много» с той отличительной особенностью – должно быть ярко и необычно. У ребенка нет денег, но есть желания и он тоже хочет покупать. Что покупают ваши дети? Вряд ли они покупают Bentley на карманные деньги. Чаще всего это какие-то безделушки ярких цветов. Грустная новость в том, что условные дети могут быть вполне себе взрослыми по возрасту и им тоже нужна полиграфия.

Гипертимам не надо закрывать возражения из разряда «гарантия качества». Им наплевать на это, важна цена, внешний вид и скорость.

Думаю, у многих возникли вопросы на тему «Как составить аватар клиента?» и мало кто пошел гуглить, чтобы действительно это сделать. Вполне ожидаемо, учитывая объем работы руководителя типографии. В этой статье я решила написать про психотипы заказчиков и как они покупают, а также затронуть упаковку типографии под эти психотипы.

ИСТЕРОИДЫ – суперзвезда. Демонстративность, важно произвести впечатление. Весь мир – театр. Покупает все дорогое, бренды, VIP-пакеты, дорого-богато. Не будут покупать дешевое. Требуется сервис и платит хорошо.

Им важен сервис и эксклюзив, готовы ждать по срокам и чаще платят сразу и много. Все супер новинки, креативные разработки, нестандартное использование стандартных вещей, дорогие товары – это для них. Истероиды окружают себя дорогими яркими вещами, чтобы в том числе подчеркнуть свой статус, чтобы вещи отражали их звездность.

Если у вас на одном сайте будут визитки за 50 копеек и рядом визитка за 100 рублей за штуку, они у вас не купят. Для них нужна отдельная площадка только с дорогими, эксклюзивными товарами.

ШИЗОИДЫ – сумасшедшие ученые. Выглядят также. Креативят и создают новое в голове и реальности. Востребованные ребята, так как обычно круто разбираются в своей сфере, генерируют идеи. Деньги не ценность, но деньги есть. Готовы платить за интересное и качественное. Задают много вопросов и разбираются в теме.

Такие заказчики готовы вместе с вами создавать что-то новое и при этом платят деньги. Я их обожаю, потому что именно с ними мы реализуем крутые проекты, где они идут в неизвестное. Полиграфию сложно продавать, потому что клиент не может в 100% вероятности представить, что полу-

чится на выходе. Мы продаем услугу по производству и надо ее описать так, чтобы заказчик визуализировал. Так вот с шизоидами все проще. Им не надо на пальцах рассказывать, достаточно показать разные отделки, и они уже сами все в голове сложили и хотят купить. По сути вам надо иметь возможности реализовать то, что клиент шизоид хочет, и он ваш навсегда.

ПАРАНОЯЛ – комфортно в структуре и иерархии, ярко выражена целеустремленность, лидеры, трудоголики, властные. Лаконично, строго, по делу. САМАЯ ГЛАВНАЯ ЦЕННОСТЬ – ВРЕМЯ. Быстро, эффективно, качественно. За ВРЕМЯ готов платить и платит.

Это заказчики, которым надо «вчера» и качественно. Готовы платить за срочность. Чаще всего занимают руководящие должности. Ненавидят голосовые ватцап, предложение лучше отправлять одним письмом и сразу предусмотреть все. Их нельзя заваливать правками, они не будут решать ваши проблемы и сопереживать на счет того, что, например, нет нужного картона. Он заплатил – сделайте. Это хороший стабильный заказчик, который четко платит, проявляет лояльность в случае, если у вас нет частых ошибок. Если же они есть, хлоднокровно сменит типографию и вернуть их практически невозможно. Для них важно закрыть возражения по гарантиям, качеству, времени производства, доставке.

ЭПИЛЕПТОИДЫ – стремление к иерархии, но как на поле боя. Моторизаторы, стремление к статусу, любят порядок (все документы), будут учить вас, как правильно, ругаются. Покупают статусные, дорогие изделия, ценят бренды, хорошо покупают «индивидуальность». Решение принимают быстро. Готовы платить дорого.

Хорошие заказчики, если вы готовы работать с теми, кто вас будет учить, как правильно делать биговку или вырубать коробки. Платят хорошо и по договору, не требуют скидок, но часто устраивают честный тендер. Обычно после выбора типографии не меняют ее, при условии соблюдения договоренностей. Со временем перестают раздавать советы, а просто скидывают заказ, просят счет на оплату и ожидают готовую продукцию в срок. Потому что время для них так же ценность.

ЭМОТИВЫ – домашние. В этой группе много тревожников. Для таких важны гарантии. Ценят сервис внутри офиса – чай, кофе, журнальчик. Ценность – семья, гармония, спокойствие. Уходят от конфликтов.

Такие заказчики хотят поговорить по душам, могут затронуть личную тему, чтобы сравнить фундаментальные ценности и понять «Этот человек похож на меня», чтобы снизить свою тревожность. Часто приезжают заказать лично, чтобы быть уверенным в том, что выбрали все правильно. Задают много вопросов. Выбирают соотношение цена/качество/надежность. Для них важно с какого года работает типография, коллектив, опыт, комфорт внутри помещения. Не любят яркие кричащие цвета, выбирают спокойствие.

АСТЕНИК – тревожный тип личности. Пытаются все предусмотреть, аккуратны, тревожность «почему мне не звонят?», «меня обманут», старомодны. Средний ценовой сегмент.

Тревожники всегда будут звонить и узнавать, а точно ли тот картон вы заказали, а проверили

ли штамп на высеку, прочитал ли корректор текст. Для них важно закрыть все возможные возражения, описать процесс производства по пунктам (по которым они еще вас будут контролировать), присылать готовые монтажи на проверку, хотя личного участия, потому что без них точно ничего не получится. Чувствуют свою личную ответственность и ошибку типографии будут воспринимать, как свой личный провал. С ними важно подписывать и согласовывать абсолютно все. Через время тревожность уходит и с ними вполне комфортно работать, достаточно сказать «Все будет хорошо».

На форуме Print Park 2021 я говорила о том, что любой бизнес – это прообраз человека и задавала вопрос «Как выглядит ваш человек? Можно ли понять, о чем он? Кем он работает? Какой у него характер?», на слайде были разные визуальные образы людей и следом шел слайд с человеком без лица. Бизнес, который не упакован, является человеком без лица, ему не доверяют, он может вызывать страх и неуверенность. Кто хочет подробнее посмотреть презентацию, у меня в инстаграм Ruchka_vika в Igtv есть видео.

Упаковка бизнеса – это то, как вас видит клиент. Упаковкой являются все точки контакта с клиентом:

- Логотип
- Сайт
- Социальные сети
- Сотрудники: менеджеры, секретарь, курьер, бухгалтер, первое лицо
- Офис
- Производственная территория
- Маркетинг-кит
- Статьи
- Презентационно-рекламная продукция
- Подпись в электронном письме
- Скрипты общения с клиентом
- Коммерческое предложение
- Наружная реклама
- Автотранспорт
- Аватар в мессенджерах
- Видео презентация
- Отзывы

Желательно пройти по всем пунктам и докрутить внешний вид типографии, чтобы по любой из точек контакта было понятно, кто вы есть. Правильно упакованная типография автоматически закрывает многие возражения клиентов, и они вас начинают ВИДЕТЬ в толпе других компаний.

Я настоятельно рекомендую уделить этому внимание, инвестировать в упаковку время, энергию и деньги. Инвестиции возвращаются достаточно быстро, и приятным бонусом будет увеличение лояльности и потока клиентов по «сарафану».

Моя компания больше упакована под истероидов и шизоидов. Потому что это та категория клиентов, которая мне наиболее интересна, в том числе из-за того, что я сама являюсь смешанным типом личности «истероид + шизоид» – это видно, если понаблюдаете за мной в социальных сетях.

В упаковке использую яркие цвета, нестандартные подписи в почте, веду социальные сети, показываю креативные решения и свои эксперименты, не стесняюсь показывать свою экспертность, делаю крутую полиграфию для типографии на раздачу, обязательно со сложными отделками, чтобы показать уровень качества и возможностей, продаю по средним и высоким ценам, у меня не найдете дешевых товаров. Сама внешне являюсь ярким представителем вышеописанного психотипа, не сдерживая это внутри себя, проявляю свою суть в мир и заказчики меня видят – большая их часть заходит в работу через мой личный бренд: выступления, инстаграм, сарафан, выставки, презентации.

Для своей типографии определитесь, с кем вы ХОТИТЕ работать, представьте, как выглядит этот человек и упакуйте компанию в соответствие с образом заказчика.

Подобное притягивает подобное.

Желаю вам удачи, коллеги.

Форум как курсы повышения квалификации



Фотограф: Виктория Фоменко,
@vufphoto_pro

Ольга Аплеснина,
доцент Кафедры культурологи
и дизайна УрФУ,
член Союза художников
России, спикер Уральского
полиграфического форума

Традиционно Уральский полиграфический форум — это место встречи полиграфистов и специалистов направления дизайна. Представляем вашему вниманию главные мысли одного из докладов и мнение о форуме из первых уст.

Ежегодно Кафедра культурологии и дизайна УрФУ участвует и поддерживает Уральский полиграфический форум. Для педагогов-дизайнеров это прекрасная школа повышения квалификации. Здесь мы узнаем, какой базой обладают на сегодняшний день полиграфические компании, какие

новинки появляются в области технологий печати по различным материалам, каковы их особенности. Данные знания помогают готовить более успешных специалистов в дизайне. Педагоги различных вузов также радуют каждый год новыми студенческими полиграфическими работами. Каждый год посвящается большой важной теме. Например, в одну из встреч мы углубились в процессы проектирования и печати календарей самых различных назначений. Другой темой стало проектирование и изготовление упаковки, третья тема — создание и печатные процессы в области книгопечатания, полиграфических периодических изданий.

Иной школы в Екатеринбурге, где педагоги могут обменяться своими наработками и увидеть достижения других, на сегодняшний день просто нет. Педагоги очень нуждаются в подобных обменах опытом. Необходимо отметить отличную организацию форумов. Живое общение и решение профессиональных проблем важны всем участникам встреч. Именно здесь уже сформировалось содружество специалистов по дизайну полиграфии, представляющих разные вузы области. Каждая из встреч неповторима и надолго запоминается.

Этот год вскрыл новые задачи. В данном случае разговор шел о таком явлении, как молниеносное введение системы онлайн-обучения студентов в условиях пандемии. Отмечались не только трудности, а это быстрое освоение новых компьютерных программ, но и то положительное, что система принесла с собой. Это более четкое планирование и насыщенность важной визуальной информацией каждой минуты отведенного на занятие времени. Появилась возможность отслеживания всего процесса ведения проекта студентом. Он теперь обязан трудиться поэтапно и системно, еженедельно, ежедневно! И также он регулярно получает комментарии и оценки за проведенный этап работы, что непременно сказывается на улучшении результатов труда.

Форумы, как свежий воздух, необходимы всем! Нужны специалистам, преподающим полиграфические дисциплины, дизайн. Необходимы и студентам, которые здесь часто находят контакты с работодателями, для производственной практики и места будущей работы, знакомятся с возможностями полиграфии сегодня.

Современные тенденции в оформлении газет, журналов и книг

Исследование ряда изобразительных материалов по оформлению полиграфической продукции, опубликованных в открытом доступе в интернете, позволяет сделать некоторые выводы о том, что сегодня можно считать наиболее востребованным и каковы самые интересные тенденции в дизайне газет, журналов и книг. Обратимся к проектированию газеты с точки зрения дизайнера.

Начнем с форматов. Они самые разные, как и содержание газет. Все зависит от заказчика. Текстов слишком много или почти нет.

Газеты рекламного характера или чисто информационные. Если с иллюстрациями, то следует отметить, что роль изображений по величине приближается или даже доминирует над текстовой частью в композиции листа. Идет четкое зонирование отдельных материалов с помощью глухой верстки, линеек, рамок, применения другого шрифта. В рисунке часто применяются геометрические фигуры. К особенностям графического языка можно отнести применение фигурной образной верстки текста, где верстка сама является рисующим элементом.

Верстка может быть единым целым с изобразительным фрагментом.

Сегодня часто применяется в качестве усиления зрительского внимания крупноформатная фотография или рисунок в полосу набора. Рисунок и текст составляют единую композицию, выстроенную по принципу контраста форм и размеров ее элементов. Цвет же применяется часто ограниченно, только для активизации темы. Можно встретить и примеры использования глухой верстки с применением комиксов. Особенно это касается рекламных материалов.



Оформление журнала.
Дипломный проект А.Колычевой

Чем еще современная газета «хвастается», так это использованием нетрадиционной фальцовки. Еще газета любит печать по цветной бумаге. Часто дизайнеры используют многократную фальцовку, чтобы придать листу бумаги необычный газетный формат, который будет отличать данную газету от других. В подобных решениях часто используется двухцветная печать, границы же цвета могут служить определителем границ, по которым газета сворачивается.

Журнал

Прежде всего, это излюбленный прием — использование типографических композиций из активно искаженных шрифтов. Шрифты могут быть искажены с помощью сканера, наложением одного слоя изображений на другой или искажаются намеренно вручную, для придания им необычности, игрового начала.

Обложки разных номеров одного журнала могут быть выполнены абсолютно по-разному и соединяться в ряд лишь отдельными знаковыми элементами, но чаще можно заметить применение единого шаблона.

Можно заметить в постраничном макете журнала использование одной цветовой гаммы с ограничением количества цветов и равнозначное значение цветных плашек и воздуха. Теперь организм издания насыщается достаточной массой воздуха. Белый цвет стал возможным и просто необходимым наравне с информационной нагрузкой.

Можно заметить и повышенную роль в макете журнала рисующей линии. Явление опять же не совер-

шенно новое, но только сегодня ставшее столь излюбленным, организирующим элементом оформления для многих дизайнеров.

Ограничение цветов в многостраничном издании, ритм заполнения разворотов изобразительными материалами: то их малое применение, то полное заполнение страниц, работа по принципу контраста, применение и достаточно частое черно-белой фотографии как иллюстрации — организуют понятие — наш современный дизайн! И с фотографией можно колдовать! Она может быть растровой или, как иллюстрация, «многослойной». Или может включить цветное пятно в качестве акцента необходимого изобразительного элемента.

Успешный макет — это теперь и правильно выбранный формат и цельность восприятия всего журнала, ритмические игры, иллюстративный материал высокого качества и интересная шрифтовая политика. Каждый хороший макет отличается своей оригинальностью и подчеркнутой выразительностью. Хороший дизайнер создает уникальный организм, воздействующий на чувства читателя.

Книга

Книга нашего дня совсем не такая, как вчерашняя. На нее тоже оказывает влияние новое время. Время со свойственным ему экономическим укладом и технологиями. Нынешнее время — период малотиражной элитной и книжки низкой стоимости. Опять контрасты! Они кричат и спорят. Одна книга — дорогостоящая ручная. Вторая — самая демократичная и опять же самодельная. Тиражи колеблются от десятка до двух с небольшим. Такую книжку может издать каждый своими силами в домашних условиях. Будь то книга с иллюстрациями на чье-то произведение, или с авторским текстом и иллюстрациями. Такая книжка почти всегда — саморефлексия. На выставках современного искусства последние годы всегда можно видеть подобную продукцию. Интереснейшее явление. Выработались даже часто применяемые форматы и типы подобных книг.

Так, известны зины. Это любительское малотиражное изда-

ние на любую тему. На них оказала огромное влияние молодежная субкультура. По сути, основой такой книжки стал один формат А4. Согнутая определенным образом, она состоит из обложки и трех разворотов. При особом желании можно использовать и внутренние сторонки. Зинам посвящают литературные, художественные вечера и целые выставки. К этому же явлению можно отнести и скетч-книжки с их моментально выполненными иллюстрациями и интуитивным макетом.

Сегодня распространены книжки с макетами-дневниками, макетами-играми. Это и книжки-гармошки, часто почти без текста, с рисунками или даже одним рисунком, но согнутым многократно. Еще на современную книгу подобного характера оказали влияние такие разные стили, как конструктивизм и футуризм. Многократно тиражируемые и преобразованные ныне дизайнерами. Текст и картинка там представляют единое целое. Фотоколлаж или рисунок органично соединяется с текстом, да и сам текст рисуется, как это было у футуристов, или подчиняется четкой геометрии, как у конструктивистов.

Что касается иллюстрации, ее можно обозначить как скетч-иллюстрацию, быструю, спонтанную, а макет совсем не обязательно кодекс. Появились примеры книг-игр, объемных или повторяющих силуэты человека, животных. Необычайно широко развит макет с применением бумагопластики, инженерии. Существуют книги с объемными картинками, выполненными с применением различных материалов. Главное — выделиться любыми средствами. Завоевать читателя, покупателя. Все это ради эксперимента, желания обратить на себя внимание. Казалось бы, поиграл дизайнер и все. Но результаты таких игр становятся общедоступными и часто они оказывают огромное влияние на книгу завтрашнего дня, формируют возможности и стили будущей полиграфии.

Ольга Аплеснина,
статья на основе открытых
интернет-источников

Контекстная реклама на собственном опыте



Мария Наседкина,
идейный вдохновитель ком-
пании Printing House (Москва)

Все по-разному переживают посткарантинный период. Некоторые типографии «плывут по течению» и ожидают, что ситуация стабилизируется сама собой. Я не могла себе этого позволить и начала действовать.

Я основала типографию Printing House в 2013 году. Раньше мы выступали в роли рекламного агентства, но опыт показал, что лучше делать самим, так в 2019 году мы открыли собственное цифровое производство. Это решение принято, чтобы оперативно делать просчеты заказов, контролировать исполнение, соблюдать сроки и лично контролировать качество, не завися при этом от поставщика, который иногда больше суток делает просчет, не берет трубки и не дает информации, на каком этапе заказ.

Я являюсь генеральным директором типографии, но стесняюсь данной должности, в связи с чем в подписи и на двери в кабинет используется загадочное «идейный вдохновитель», которое достаточно четко характеризует мои обязанности. Я задаю вектор поведения с клиентами, общения в коллективе, продвижения и планы завтрашнего дня. Своим примером показываю, как отделу продаж выполнить амбициозные планы.

На самом деле я очень ленивый

Обмен опытом — важная часть полиграфической жизни. Открытость и готовность делиться друг с другом информацией приводит к успеху обеих сторон. Особенно актуальны и полезны честные истории со статистикой и искренними эмоциями. В нашей колонке Мария Наседкина, идейный вдохновитель компании Printing House (Москва), поделилась личным опытом ведения контекстной рекламы, рассказала об ошибках и несбывшихся ожиданиях.

человек, и пока «петух не клюнет», не буду предпринимать активных действий. Но наступил тот момент, когда сидеть сложа руки было нельзя из-за обязательств перед коллективом, арендодателем и не только. Было принято решение запускать контекстную рекламу. Почему именно этот вид рекламы? Потому что он наиболее эффективный и результат от нее, в виде просчетов от клиентов, виден уже спустя 1-3 дня после запуска кампании. Для того чтобы заявки обрабатывались качественно и своевременно, перед началом кампании мы решили пригласить в команду третьего менеджера на обработку заказов.

Расскажу о поиске. Я рассчитывала, что после карантина мы с нашим HR-агентом оперативно найдем высококлассных продавцов с опытом работы в полиграфии, но я сильно ошибалась. На сайте по подбору персонала оказалось мало резюме с опытом работы в полиграфии, а подходящих нам по остальным критериям единицы. В итоге мы нашли устроившего нас по всем параметрам менеджера, было решено запускать рекламу спустя две недели, как он освоится на новом месте. Я подбираю сотрудников для того, чтобы они меня мотивировали двигаться вперед, чтобы вовремя платить им достойную зарплату.

Теперь о контекстной рекламе (КР), которую мы решили запустить в конце июня. Если коротко

и своими словами, то КР — это закупка топовых позиций в популярных поисковых системах, по выбранным ключевым словам, имеют пометку «реклама». В вопросах продвижения я отдаю предпочтение профессионалам, которые знают алгоритмы, проходили обучение и имеют колоссальный опыт в данной сфере. Раньше я пользовалась услугами популярной компании, но вечно сменяющиеся менеджеры, их незаинтересованность и отрешенность дали свой результат — плохие лиды для нашей типографии заставили меня обратиться к частному специалисту, стоимость его услуг обошлись мне в 10 000 рублей в месяц за ведение кампании.

Мы заранее согласовали ключевые слова, по которым продвигались. Я выбрала высокомаржинальные для нашей типографии категории полиграфии, например, «брошюры», «этикетки», «воблеры», «папки», а специалист в свою очередь предоставил мне сематическое ядро на утверждение, по которому стоимость за клик будет оптимальной (чем реже запрос пользователей поисковых сетей, тем ниже стоимость перехода на сайт). Так мои «брошюры» превратились в низкочастотные «брошюры срочно», «брошюры Москва», «брошюры дешево», «брошюры А5», «печать брошюр» и т.д. Пришлось поработать и с минус-словами, при упоминании которых наш сайт не должен ото-

бражаться в поиске, например, при запросе «тз на печать брошюры», который скорее всего не принесет нам желаемого заказа, мы делаем минус-слова, такие как «тз», «техническое», «задание» и эти запросы не будут видеть нашей рекламы, а мы не будем платить за переход на страницу. Далее нам настроили кампанию таким образом, чтобы реклама не была видна в выходные и праздничные дни, а только по будням и во временном промежутке с 10 до 18 часов.

И это только те этапы работы специалистов, в которых я принимала непосредственное участие, а были еще такие, как анализ сайта, подбор сематического ядра, создание кабинетов в Яндекс и Google, распределение ключевых фраз по группам, анализ сайтов и предложений конкурентов, написание

текстов объявлений, подбор быстрых ссылок, ежедневный анализ поисковых запросов, контроль за актуальными ставками и бюджетом.

Мы запустили кампанию, а спустя три дня начали поступать заявки на просчет, но их было немного, а стоимость за клик неоправданно высокой (за то, чтобы клиент просто попал на наш сайт, приходилось платить порядка 500 рублей). Прошел почти месяц, и сделав анализ потраченных средств и полученных заказов, мною было принято решение приостановить кампанию, оставив остаток средств на балансе до лучших времен.

*Благодарим автора статьи
Марию Наседкину
за открытость и готовность
делиться опытом*



Результаты и выводы от данной кампании:

Что?	Контекстная реклама.
Где?	В поисковых системах Яндекс и Google.
Когда?	С 25.06.2020 по 20.07.2020.
Сколько?	74 000 руб. (64 000 руб. поисковым системам + 10 000 руб. за работу).
Количество кликов?	396 переходов на наш сайт.
Количество заказов?	11.
Прибыль с заказов?	46 856 руб.
Мои ошибки, которые учту на будущее	Больше не буду запускать КР в послекризисное время, когда рекламных бюджетов нет + больше не буду запускать рекламу в периоде с мая по август, так как менеджеры по закупкам в отпусках. Также перед следующим запуском я сделаю страницы своего сайта, на которые попадает будущий клиент, более понятными, с ценами и фото, то есть сделаю их «продающими».
Выводы	Имея предыдущий (прибыльный) опыт в КР и несмотря на минус с этой рекламной кампании в 27 444 руб., я буду и дальше по мере необходимости обращаться к данному виду продвижения, но уже учтя все свои ошибки. Хочу заметить, что сотрудники нашей типографии делают все, чтобы клиент вернулся к нам повторно. Так, один из покупателей, который узнал о нас в рамках этой КР, сделал дополнительные заказы с прибылью в 22 630 руб., сократив тем самым минус до 4814 руб. Еще немного, и от минуса не останется и следа, а рекламная кампания начнет приносить прибыль. Да, позже желаемого, но начнет.

Работаем со вкусом

Расходные материалы для бумажных стаканчиков и трубочек от «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергрупп РУС»



Материалы для изготовления одноразовых бумажных стаканчиков для горячих и холодных напитков

Бумажные одноразовые стаканчики для напитков стали популярны благодаря безопасности, удобству, практичности, гипоаллергенности и нетоксичности при хранении горячих жидкостей. Но пожалуй, самое главное преимущество бумажного стакана перед пластиковым собратом – это то, что он является отличным рекламным носителем. И эта его особенность активно используется гостиницами, предприятиями общепита и производителями различных напитков для продвижения своих брендов.

МАТЕРИАЛЫ:

- офсетные краски серии Label MGA®;
- водно-дисперсионный лак SENOLITH® WB GLOSS COATING FP DC 350152;
- клеи (только для двухслойных стаканов) – Advantra® 9256 W, Advantra® 9292 FF и Swift®therm 7300 FF

Выбор материалов, которые напрямую связаны с пищевой промышленностью – особая ответственность. Мы готовы разделить ее с вами и взять на себя технологический аспект. Наша компания предлагает качественные материалы, соответствующие нормам. Вам остается только сделать заказ.

Производители упаковки для продуктов питания часто сталкиваются с проблемами при печати по невпитывающим поверхностям, таким как ламинированный картон, использующийся для изготовления бумажных стаканов. Масляные краски, закрепляющиеся путем впитывания в подложку, здесь не работают.

Наши специалисты рекомендуют листовые офсетные краски серии Label MGA®. Это краски оксидативного закрепления с пониженным запахом для печати пищевой упаковки. Чистые, яркие пигменты и технологичность этих красок обеспечивают стабильное высокое качество полноцветной печати: логотипы, слоганы и оригинальные элементы дизайна воспроизводятся в соответствии с запросами самых требовательных заказчиков. Тщательно подобранные компоненты позволяют использовать эти краски для печати по полиэфиновым пленкам (на основе полиэтилена (PE)).

Для защиты изображения в процессе производства, транспортировки и непосредственно при использовании стаканов необходимо лакирование запечатанной поверхности полиграфическим лаком. Наилучшим выбором будет прозрачный глянцевый водно-дисперсионный лак SENOLITH® 350152. Он характеризуется отличной адгезией к невпитывающим подложкам и высокой паро- и влагостойкостью. Ни горячий кофе, на-

литый в стакан холодным зимним утром, ни ледяная газированная вода в жаркий летний полдень не смогут повредить яркий дизайн вашего стакана!

Для производства двухслойных стаканов на операциях формования и фиксации обечайки рекомендуется использовать специальные промышленные клеи с повышенной термостойкостью – Advantra® 9256 W, Advantra® 9292 FF и Swift®therm 7300 FF. Высокая адгезия к сложным поверхностям и материалам, термическая стабильность и технологичность этих адгезивов обеспечивают быстрое и надежное соединение склеиваемых поверхностей.

Все рекомендуемые материалы отвечают требованиям производства пищевой упаковки, что подтверждено соответствующими сертификатами. Даже сильный разогрев при налипании кипятка в стаканы, произведенные с применением наших расходных материалов, не повлечет за собой появление запахов и выделение вредных для человека веществ. При условии того, что производитель применяет качественный картон.

Новинки в ассортименте – клеи для производства коктейльных трубочек

В 60-х годах прошлого столетия производители бумажных трубочек для напитков столкнулись с растущей популярностью пла-

стика. И потратили много усилий и средств на то, чтобы отучить покупателей пользоваться бумажными соломинками для коктейлей. Сейчас из-за загрязнений природы и окружающей среды с пластиком происходит обратный процесс. В марте 2019 года депутаты Европарламента одобрили законопроект, который с 2021 года запрещает производство и продажу целого ряда изделий одноразового использования из пластика, в том числе пластиковых трубочек.

Бумажная соломинка для напитков – это несколько слоев бумаги, склеенных специальным клеем. То, насколько она будет отвечать ожиданиям посетителей летних веранд кафе и ресторанов, зависит именно от качества клея, применяемого в производстве трубочки. С точки зрения конечного потребителя такой адгезив должен отвечать двум основным требованиям – влагонепроницаемость и безопасность. Производители до-

бавляют третье – технологичность, необходимая для достижения стабильного качества продукта при больших объемах производства.

Компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» рекомендует клеи на водной основе Swift®tak 5701 и 5730 с пищевым допуском производства H.B. Fuller. Они специально разработаны для производств, где необходима влагонепроницаемость финальной склейки. Рекомендуемые основы – гофрокартон и бумага плотностью 60-120 г/м² с или без влагопрочной обработкой. Клеи характеризуются высокой влагонепроницаемостью в отношении наиболее популярных напитков: апельсиновый сок, газированная и негазированная вода.

На линиях со скоростью намотки до 50 м/мин применяется клей 5701, а на более скоростных линиях (50 м/мин и выше) – 5730.

Узнайте больше о возможностях и преимуществах Swift®tak 5701 и 5730 – дополнительную информа-



цию о данных продуктах узнавайте у наших сотрудников! Используйте лучшие свойства наших материалов на вашем производстве – заказывайте Swift®tak 5701 и 5730 на тесты!

Звоните и пишите нам: опытные специалисты нашей компании предложат грамотные решения для вашего производства и обеспечат их надежные поставки!

По материалам компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»



Математика и практика инвариантов цветовых пространств на примере определения баланса по серому для цифровой печатной системы (окончание)



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



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

Следующей существенной проблемой, которая должна была быть решена, был выбор критерия баланса серого. Мы уже констатировали очевидный факт, что тональная эквивалентность может быть достигнута либо в равной яркости (L), либо в равной координате насыщенности С цветовой системы LCH. Поскольку у нас не было предварительного предложения о том, какая основа была предпочтительнее, мы изучили оба варианта. Кроме того, в дополнение к общему насыщению (среднеквадратическая сумма хроматических координат) мы также использовали модифицированную насыщенность (Cm) в терминах уравнения dE_{2000} (уравнение (2)–(6), (9), (13), (19) и (22) в [19]), которая учитывает нелинейность пространства CIE Lab. Мы применили две различные модификации Cm, во-первых, прямой расчет и, во-вторых, обратную (вместо умножения и деления в уравнениях (5) и (22) в [19] мы применили обратные операции). При этом мы использовали критерий равной длины траектории (dl). Для сравнения использовались CIE Lab координаты канала Black (K).

На каждой геодезической мы выбрали точки, соответствующие равным значениям выбранных критериев. Таким образом, для пяти различных критериев (L, C, Cm feat.1, Cm feat.2, dl) мы получили пять таблиц сбалансированных рецептур серого цвета $3 \times (m, n)$, где $i = R, G, B$ в соответствии с (8, см. пред. номер журнала), которые были дополнительно пересчитаны в процентное содержание красителей для печати (СМУ) по уравнению (9). С учетом результатов были созданы, распечатаны и измерены таблицы проверочных испытаний.

$$\begin{cases} C = \frac{C(G) + C(B)}{2} \\ M = \frac{M(R) + M(B)}{2} \\ Y = \frac{Y(R) + Y(G)}{2} \end{cases} \quad (9)$$

Результаты и обсуждение

Количественные оценки ошибок аппроксимации приведены в таблице 1. Максимальная разница существенно превышает средние значения. Такая значительная раз-

ница наблюдается только для нескольких полей в шкале. Мы связываем это с особенностями работы конкретной системы печати или перекрытием растровых структур в электрофотографии.

Результаты последовательного выполнения алгоритма для каждого бинара отражены на Рис.4. На графиках изображена разность цветов dE_{2000} поверхностей по сравнению с (m, n) для трех бинаров (RGB), выраженных в цветовых квантах. На эти поверхности накладываются изолинии постоянных ρ с шагом 15 квантов. Изолинии

Бинар	R	G	B
$dE_{2000 \text{ mean}}$	0,027	0,026	0,027
$dE_{2000 \text{ max}}$	4,042	1,856	3,336

Таблица 1. Ошибки аппроксимации (цветовое отличие dE_{2000})

имеют экстремум (минимум), что свидетельствует о возможности проведения расчета геодезических по предлагаемому алгоритму. На Рис. 4 геодезические показаны черными точками на каждой поверхности dE_{2000} .

Результаты применения различных критериев баланса серого приведены на Рис.5. Соответствующие различия

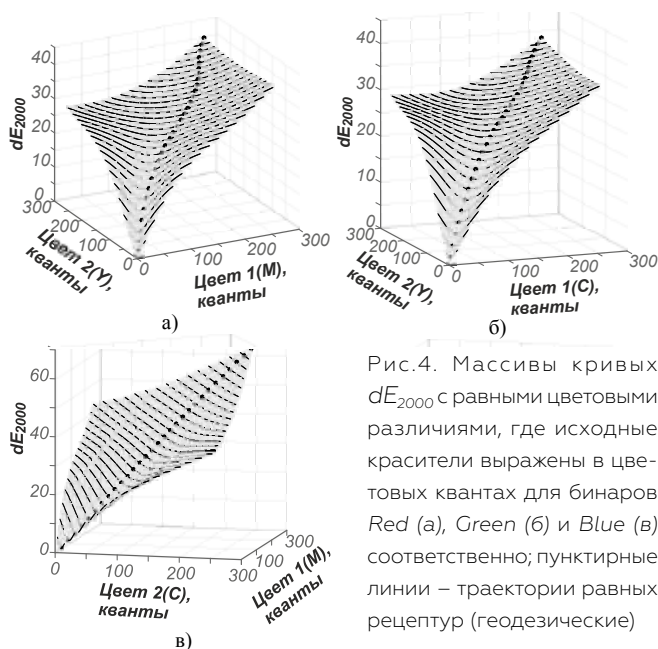


Рис.4. Массивы кривых dE_{2000} с равными цветовыми различиями, где исходные красители выражены в цветовых квантах для бинаров Red (a), Green (б) и Blue (в) соответственно; пунктирные линии – траектории равных рецептур (геодезические)

в цвете (среднее и максимальное) по отношению к точке белого бумаги собраны в Таблице 2. Как видно из рисунка, меньший разброс (см. Проекция плоскости a^*-b^*) характеризует критерии равных C и dl. Данные таблицы подтверждают предпочтение критерия C (в обратном расчете). Визуальное сравнение тестовых шкал, напечатанных с использованием различных критериев баланса серого и наблюдаемых в специальной смотровой кабине с условиями освещения D50 [22], также подтвердили результаты расчетов. Таким образом, наилучшие результаты

были показаны при применении критерия равного C . В то же время, по большому счету, нет существенной разницы в том, какую формулу оценки C использовать. Несмотря на то, что критерий равной длины дуги дает большее числовое значение цветовой разницы, визуально эта шкала оценивается как более нейтральная. Эта шкала желтоватая, поэтому оттенок менее различим по отношению к бумажно-белой точке. Напротив, равные шкалы C независимо от меньшей разницы в цвете кажутся красноватыми, что более заметно визуально.

Выводы

Мы установили связь между двумя основными аппаратно-зависимыми цветовыми пространствами, учитывающими естественное цветовое квантование в цифровой печати. Мы выражаем основные цвета аддитивного синтеза цветов (R, G, B) как двойные наложения краси-

Критерий баланса по серому	$dE_{2000\text{ mean}}$	$dE_{2000\text{ max}}$
$L^*a^*b^*$ черного (K)	1,316	2,207
Равные L^*	9,580	16,085
Равные C	4,475	6,897
Равные $Cm\text{ feat.1}$	5,749	9,863
Равные $Cm\text{ feat.2}$	3,835	5,479
Равные длины дуг (dl)	5,650	10,813

Таблица 2. Цветовые различия dE_{2000} между балансом серого и точкой белого бумаги

телей субтрактивного синтеза цветов (C, M, Y), используя универсальное цветовое пространство CIE Lab для вычислений. Бинар определяется как градационная поверхность двух красителей, которая «растянута» между их градационными траекториями.

Наложение двух цветов в печатных формах в CIE Lab разделяет поверхность оттенков, среди которых может быть найдена линия довольно стабильного тона. Мы предлагаем использовать геодезические поверхности двойных наложений в качестве таких линий устойчивого тона. Они строятся между цветами подложки и полным двойным наложением.

Сами градационные поверхности аналитически описываются достаточно сложно с привлечением аппарата дифференциальной геометрии и вычисления трехиндексных символов Кристоффеля. Однако в условиях естественной дискретизации цвета в системах цифровой печати эту сложность можно легко преодолеть, перейдя к простым дифференциальным вычислениям с исполь-

зованием метрики разности цвета dE_{2000} . В работе предложена новая дискретная интерпретация вычислений градационных поверхностей в терминах градационных траекторий в пространстве CIE Lab и специально введенные цветовые кванты как выражение квантования цвета. Описаны градационные траектории бинаров как геодезические двух перекрывающихся поверхностей исходных красителей, а также метод их расчета в дискретной форме.

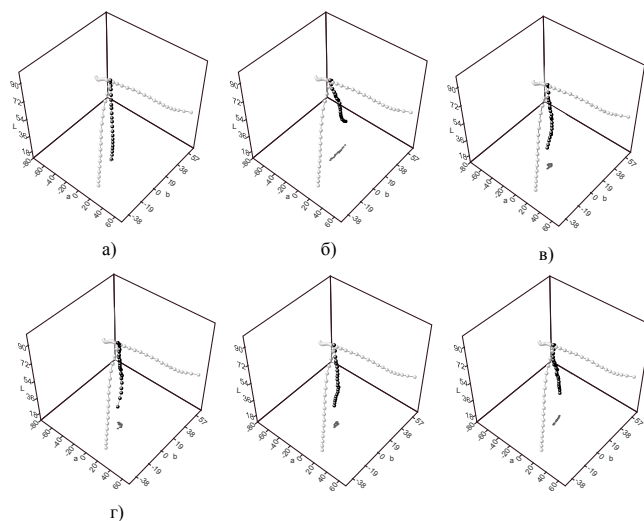


Рис.5. Результаты применения различных критериев баланса по серому (черные сферы) в сравнении с геодезическими бинаров (серые сферы) и равными долями черного (K): (а) равные K , (б) равные L^* , (с) равные C , (д) равные $Cm\text{ feat.1}$, (е) равные $Cm\text{ feat.2}$, (ф) равные длины дуг (dl); точки – проекции на плоскость a^*b^*

На основе рассчитанных геодезических можно сформулировать пять различных критериев баланса серого (CIE L^* , насыщенность CIE $LCH C$, две измененные (dE_{2000}) насыщенности и длина дуги траектории dl). На основании выбранного критерия мы получили пять различных таблиц сбалансированных рецептов серого (m, n), которые были дополнительно пересчитаны в процентное соотношение красителей для печати (CMY). Наиболее полезным утвержденным критерием баланса серого является измененная насыщенность в терминах dE_{2000} .

Несмотря на то, что были получены определенные результаты, мы пока не можем с достаточной степенью уверенности рекомендовать использование того или иного критерия баланса серого. Предполагая значительное влияние конкретной системы печати, ожидаем, что наш подход для расчета баланса серого будет распространен на максимально возможное количество различных принтеров. В этом случае, объединив результаты нескольких исследований, можно будет сформулировать более точные рекомендации.

Статья впервые была опубликована в журнале «КОМПЬЮТЕРНАЯ ОПТИКА», Том 44, №1/2020, стр.117-126, doi: 10.18287/2412-6179-CO-580)

Ссылка на статью в формате pdf: <http://www.computeroptics.ru/KO/PDF/KO44-1/440115.pdf>
www.computeroptics.smr.ru

Материал представляет особую ценность, информация важна для возможной оптимизации работы печатных систем. Именно поэтому редакция журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» приняла решение о публикации статьи для коллег полиграфистов.

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

VII

Летний Уральский полиграфический форум 6 августа



Екатеринбург, ул. Пески, 13

Регистрация — uralprintforum@ya.ru



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



ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ



Подкаст РЫНОК ПЕЧАТИ

- > Знакомим с персонами отрасли
- > Обсуждаем актуальные новости
- > Рассказываем о трендах и тенденциях рынка

ПЕЧАТНИК.com – более 60 000 уникальных пользователей в месяц:

- > ежедневная лента новостей
- > статьи и отраслевая аналитика
- > доска объявлений
- > форум и консультации экспертов



<http://pechatnick.com>

**ПОСЛЕПЕЧАТЬ
ПРЕЖДЕ ВСЕГО**

Horizon
FINISHING FIRST

HORIZON BQ-500
флагман бесшвейного
скрепления клеем

- Две отдельные клеевые секции EVA и PUR
- Снижение себестоимости работ
- Новая система автоматического управления
- Обработка сверхкоротких тиражей и книг on-demand



BQ-160 Оптимально для старта



BQ-270 Лидер продаж



BQ-280 Популярная модель



ТЕРРА ПРИНТ • Поставки оборудования • Сервис • Консультации
г. Москва, Электродный проезд, д. 6 • Тел.: +7 (495) 363-00-78 • www.terraprint.ru

terraPrint



Национальная Лизинговая
Компания

ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ ЛИЗИНГА

- ✓ Одобрение от 8 рабочих часов
- ✓ Аванс от 30%
- ✓ Удорожание от 1%

Платежи от
77 000
рублей
в месяц!

ADAST MAXIMA

Производитель:
CZECH REPUBLIC



Предложения носят исключительно информативный характер

г. Екатеринбург
пер. Трактористов, 4

8 (343) 28-601-28

www.rezaki-maxima.ru
www.grs1.ru



28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

«Технологии и услуги для производителей и заказчиков рекламы»

18–21 ОКТЯБРЯ 2021

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»
Павильон №2, залы 1–3

Организатор:



При поддержке:



Под патронатом:



Реклама 12+

www.reklama-expo.ru