

# Печатный БИЗНЕС

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№6 (134) ноябрь-декабрь 2020

**2020 год: полиграфисты подводят итоги**

**«Режевская типография» — 90 лет**

**Внутренний портрет: Дмитрий Тарасов**

**Виктория Ручка:  
кризис — это новые возможности?**

*С Новым  
годом!*





# С НОВЫМ 2021 ГОДОМ!

Искренне Ваш «ЯМ Интернешнл (Урал)»



[www.yam.ru](http://www.yam.ru)

*Коллеги! С Новым 2021 годом!  
Желаем вам*

***Мотивации  
Интуиции  
Мира  
Азарта  
Креатива  
Идей***

**МитакИ-Урал**





## Дорогие полиграфисты!

Ицхак Адизес — эксперт в сфере повышения эффективности ведения бизнеса, в своей книге писал, что для эффективного управления необходимо иметь 4 типа сотрудников: **Р. Производитель** — нацеленный на краткосрочные результаты.

**А. Администратор** — нацеленный на процессы и эффективность. **Е. Предприниматель** — нацеленный на долгосрочные результаты и видение перспектив. **И. Интегратор** — нацеленный на эффективное взаимодействие людей в компании и благоприятную психологическую атмосферу. Друзья, важно не позволять себе впадать в уныние, наоборот, прагматично и смело предпринимать новые шаги для достижения поставленных целей.

Традиционный опрос полиграфистов об итогах года показал, что вам удастся соблюдать баланс между всеми типами сотрудников. Это умение направлять и вдохновлять, работать в команде, решать сложные проблемы.

Все будет хорошо! Коллеги, с Новым 2021 годом! Благодарим за поддержку и позитивный настрой. Мы вышли на новый уровень общения и сотрудничества. Желаем вам здоровья, процветания и пусть все, что вы предпринимаете, подарит вам многократный успех!

Берегите себя и своих близких.

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

## Читайте в номере:

### НОВОСТИ

- 2 RMGT Tatarstan Open House 2020
- 4 Новости компаний «Гейдельберг-СНГ», «Кениг унд Бауэр РУС»
- 5 Новости ГК «ТЕРРА ПРИНТ»

### ЮБИЛЕЙ

- 6 «Режевская типография»: 90 лет

### ИТОГИ

- 8 Полиграфисты подводят итоги 2020 года

### ВНУТРЕННИЙ ПОРТРЕТ

- 15 Дмитрий Тарасов

### РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

- 18 Фотокниги: как живет индустрия?
- 20 Виктория Ручка о новых возможностях в кризис

### ДЕТАЛИ

- 22 Новая эра экологичной бумаги с «Европапир»

Поздравления от «ЯМ Интернешнл (Урал)», «Mimaki-Урал», «Формат», «Копия», «Европапир», «ОКТОПРИНТ СЕРВИС», «САНТАЙ», «ГРС», «Режевская типография», «МАХИМА»

**Учредитель:** ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). **Журналисты:** Семейкина М.В. (semejkinamargo@mail.ru), Чекакина Е.П. **Дизайн и верстка:** Садыкова К.В. **Корректура:** Власюк Т.Я., Семейкина М.В. **Адрес редакции и издателя:** 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. **Телефон редакции:** (343) 286-17-44. **www.ural-pb.ru.** Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №6 (134) ноябрь - декабрь 2020 г. **Подписано в печать:** 18.12.2020. **Выход в свет:** 21.12.2020. **Печать:** типография «ГрафТек» (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. © 2020 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

16+

## ПОЗДРАВЛЯЕМ С НОВЫМ ГОДОМ!

*Пусть на вашей жизни стоит печать успеха.  
Желаем, чтобы все события в жизни были радостными  
и упакованы ярко и красиво. Пусть в календаре всегда  
будет счастливая дата, а книга с отзывами клиентов  
высчитывает своим масштабом.*

### ООО «Полиграфические валы»

152900, Россия, Ярославская обл.,  
г. Рыбинск, ул. Луговая, 7.  
Тел./факс: (4855) 26-58-06  
rezina@formattd.ru

### Московский склад

г. Королев,  
пос. Первомайский,  
ул. Советская, 39В  
Тел.: (495) 223-94-58 (61)  
Факс: (495) 223-64-47

# На гребне успеха RMGT Tatarstan Open House 2020

Как говорят японские полиграфисты, если вы позаботитесь о качестве, прибыль позаботится о себе сама. Новая печатная машина японского бренда RMGT 920ST-5+CC+SLD является олицетворением этого принципа. Именно эта модель стала центральной фигурой на отраслевой конференции, организованной в Казани компанией «ТЕРРА СИСТЕМЫ».

## Внимание на «Куранты»

Компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ» традиционно проводит ежегодную конференцию. Главным поводом для встречи стала инсталляция компанией «ТЕРРА СИСТЕМЫ» новой офсетной машины в типографии «Куранты» (Казань).

Центром притяжения конференции стала типография «Куранты», в которой продемонстрировали в работе новую печатную машину А1 формата RMGT 920ST-5+CC+SLD с пятью красочными секциями, секцией для нанесения водно-дисперсионного лака и ИК-сушкой.

До 10 красочных секций, устройства переворота листа, ВД и УФ лакировальные секции дают возможность конфигурации машин RMGT 920 под различные потребности типографий. Оснащенные машины LED-UV сушками позволяет получить пользователям RMGT 920 дополнительные конку-

рентные преимущества. Особенности машины: повышение производительности при печати с переворотом листа, решение проблемы нехватки квалифицированной рабочей силы за счет автоматизации, повышение привлекательности продукции с лакированием в линию, сухой оттиск без порошка благодаря LED-UV, индивидуальное проектирование каждой машины под задачи типографии.



**Андрей Мартынов, руководитель типографии «Куранты»**, несмотря на ситуацию в отрасли,

отметил оптимистичный настрой, подчеркнул, что нужно двигаться дальше и мыслить позитивно. Тем более участники мероприятия на одной волне: коллег объединяет желание развиваться и обновлять парк оборудования.

Типография «Куранты» основана в Казани в 2000 году. Типография имеет большой собственный парк офсетного, флексографского, цифрового и широкоформатного печатного оборудования, а также широкий парк оборудования для последующей обработки.

Типография начинала как рекламное агентство и уже тогда работала на офсетной машине RYOBI. Компания из года в год

развивалась, и в 2020 году руководство сделало следующий шаг и вышла на новый уровень. Они называют это «выход в премьер-лигу». Сделали ставки на RMGT 920ST-5+CC+SLD неслучайно. Это осознанный выбор «третьей RYOBI в семье» и результат доверия поставщику, который за годы сотрудничества стал надежным партнером. «Упор на данном оборудовании мы сделали исходя из его технологических возможностей. Это ведь тенденция. Я живу тенденциями и хочу выиграть конкурентную борьбу за счет технологий», — так объяснил причины выбора данной модели директор типографии.

Андрей Мартынов поделился своим взглядом на то, как развиваться в непростых условиях. По его словам, всегда нужно быть довольным собой. Клиенты и коллеги уверены, что типографию «Куранты» отличают высокие амбиции, которые двигают компанию вперед, на новый уровень и новые рынки. Сейчас новая цель — максимально автоматизировать производство. И первые результаты не за горами, потому что в возможностях и японском качестве оборудования руководитель уверен.



**Стефан Валуйский, генеральный директор компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ»:**

«Мы очень рады, что у нас есть возможность быть надежным партнером в бизнесе типографии, и со своей стороны приложим все необходимые усилия для развития наших дальнейших отношений».

Компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ» на протяжении последних восьми лет является официальным дилером одного из мировых производителей листовых офсетных печатных машин RYOBI MHI Graphic Technology. За эти годы компании удалось сделать большой объем работы по про-



движению японского бренда RMGT в России и достичь по-настоящему хороших результатов.

**Офсетному производству — жить**

С приветственной речью по видеосвязи выступил президент RMGT г-н Хирокава-сан и поздравил руководство типографии с приобретением самой современной в России многокрасочной печатной машины RMGT 9-й серии. Перед участниками конференции выступили как представители компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ» (Александр Гаврилюк, руководитель направления офсетной печати, Алексей Искоростинский, технический директор), так и полиграфисты, кто уже имеет опыт работы с машиной RMGT 9-й серии. Среди них по видеосвязи поделился опытом Игорь Крыль, основатель типографии «Рубикон» (Воронеж) и выступил непосредственно перед участниками мероприятия Сергей Питиков, руководитель типографии «ПСП-Принт» (Санкт-Петербург).

**Андрей Мартынов** подводит итоги встречи: «Очень рад, что конференция состоялась. Было любопытно узнать, как живут, чем дышат полиграфисты других регионов. Ни один из них не сказал о том, что пора уходить из бизнеса, и это очень радует. Каждый хочет развиваться, обновлять оборудование, совершенствовать собственные технологии.

Обмен информацией приводит к тому, что мы получаем опыт друг друга. На встрече я для себя отметил, что крупные предприятия очень заинтересовались нашими технологиями. Небольшие типографии понимают, что это требует больших ресурсов. Надеемся, что нам удалось вселить позитивный настрой, ведь настрой руководителя передается всем сотрудникам предприятия. Это в свою очередь помогает нашей отрасли выстоять в трудные времена.

Кроме того, сделал вывод, что нужно делиться информацией всеми доступными способами, свои идеи не скрывать, а выставлять на общее обозрение и в процессе об-

суждения корректировать, делиться своими наработками, замыслами, планами.

Насколько нам известно, руководители типографий после посещения нашей типографии поняли возможность ускорения процессов и экономии собственных ресурсов, начали проводить реформы своих предприятий. Это означает, что наш посыл достиг своей цели. И если мы начнем мыслить тенденциями, а тенденции — это снижение себестоимости продукции, сокращение ее времени производства, то мы будем понимать, что развитие технологий — это то, что нужно каждому из нас.

Данная встреча дала нам возможность доказать, что у офсетной технологии есть будущее. Мы продемонстрировали печать и доставку двух тиражей и трех заказов за 40 минут. Это говорит о высоком технологическом прорыве офсетных технологий, и они есть в типографии «Куранты». Не каждая цифровая типография может достичь такого результата, поэтому офсетному производству — жить!».

Маргарита Семейкина

# 5 причин купить светодиоды



Совершенно сухой оттиск



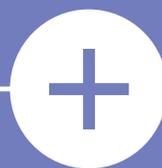
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по невпитывающим материалам



для любых офсетных печатных машин  
led@terrasystems.ru



## Heidelberg: итоги «Недели инноваций»

Несколько тысяч зарегистрировавшихся из более ста стран, сотни персональных консультаций со специалистами, без малого 100 000 просмотров видео — таков итог «Недели инноваций», организованной компанией Heidelberg Druckmaschinen AG (Heidelberg). Беспрецедентное для отрасли пятидневное онлайн-мероприятие недавно завершилось. Наиболее актуальные вопросы полиграфической отрасли обсуждались, объединенные слоганом мероприятия — *Unfold your potential* («Раскройте свой потенциал»). Посредством презентаций новейших продуктов, лекций об инновациях, дискуссий в видеочатах компания Heidelberg представила подробный обзор своих решений в сегментах коммерческой, этикеточной и упаковочной печати.

«Отклик, который мы получили от участников и партнеров, нас буквально ошеломил, — сказал руководитель продаж и маркетинга в Heidelberg Людвиг Альговер (Ludwig Allgoewer). — Участники высоко оценили и формат мероприятия, и представленный контент». Короткие профессиональные видео, лекции об инновациях и последующее обсуждение в чатах с почти 300 экспертами — такой подход одобрили все. «В итоге, зарегистрировавшихся оказалось столько же, сколько бывает на международной промышленной выставке, — продолжил г-н Альговер. — Мы убеждены, что результатом состоявшихся здесь многочисленных дискуссий станет заключение бизнес-контрактов в ближайшем будущем».

Главной во всех презентациях была тема оптимизации технологической цепочки офсетной и цифровой печати. Основой для этого служит концепция *Push to Stop* во



всей ее многогранности, включая автоматическую оптимизацию последовательности работ и навигационную поддержку печати, а также удобные для оператора интерфейсы программ. Все это вкуче с «интегрированным интеллектом» обеспечивает высокую производительность при малом количестве персонала. Также компания Heidelberg проинформировала о предложении в таких областях, как программные продукты Prinect, расходные материалы, контракты на обслуживание. Причем акцент был сделан не на отдельных функциях, а в целом на удовлетворении наиболее насущных потребностей клиентов в соответствующих сегментах рынка.

*По материалам  
компании «Гейдельберг-СНГ»*

## Koenig & Bauer: отчет за третий квартал 2020

Пандемия наложила свой отпечаток на развитие бизнеса Koenig & Bauer Group. В третьем квартале заказы снизились на 13,8% до 232,6 млн евро, а продажи снизились на 32,2% до 198,1 млн евро по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Суммарно за первые девять месяцев года поступление заказов на сумму 712,8 млн евро меньше показателя предыдущего года в 843,0 млн евро на 15,4%, но значительно лучше отраслевых показателей, опубликованных VDMA для продаж печатных машин в целом. В соответствующий период они были в минусе –26,8%. Совокупный оборот за первые девять месяцев 2020 года составляет 602,6 млн евро (в 2019 году: 798,2 млн евро).

Исполнительный и наблюдательный советы приняли решение внедрить программу *Performance 2024*. Единовременные затраты, необходимые для реализации комплексных мер, отнесены на расходы в третьем квартале в виде резерва в размере 57,6 млн евро. Новые правила учета доходов отрицательно повлияли на показатель EBIT в размере 6,3 млн евро. Но при этом разовый доход от продажи недвижимости во Франкентале в размере 4,8 млн евро оказал положительное влияние на результаты третьего квартала. В целом, EBIT за 3 квартал составляет –61,3 млн евро. Однако показатель EBIT до вычета особых статей значительно увеличился с



–34,9 млн евро в первом квартале и –10,2 млн евро во втором квартале до –2,2 млн евро в третьем квартале. Таким образом, точка безубыточности скорректированной EBIT была почти достигнута в третьем квартале.

Денежный поток от операционной деятельности и свободный денежный поток были положительными в третьем квартале, составив 20,8 млн евро и 26,9 млн евро соответственно, и увеличились по сравнению с тем же кварталом предыдущего года (–27,7 млн евро и –39,0 млн евро соответственно).

В сегменте листового офсета в третьем квартале получено стабильное количество заказов в размере 128,6 млн евро.

*По материалам  
компании «Кениг унд Бауэр РУС»*

## AccurioPress C3070L в Белгороде

«Белгородская областная типография» — современное полиграфическое предприятие полного цикла. В типографии специалистами ГК «ТЕРРА ПРИНТ» инсталлирована высокопроизводительная цифровая печатная машина Konica Minolta AccurioPress C3070L. Выбор модели AccurioPress C3070L был сделан благодаря выгодной себестоимости отпечатков и новым возможностям по печати высокого качества на бумагах различных форматов и плотностей.

В AccurioPress оптимизирована работа с носителями различных типов, в частности, с мелованной и фактурной бумагами плотностью до 350 г/м<sup>2</sup>. Новый модуль подачи для баннеров позволяет загружать до 1000 листов длиной до 750 мм и гарантирует эффективную печать продукции соответствующего формата, например, суперобложек для книг или меню в три сложения.



ГК «ТЕРРА ПРИНТ» — элит-партнер Konica Minolta в России.

*По материалам  
ГК «ТЕРРА ПРИНТ»*

## Smyth F55-L в «ТЕХНОЛОГИИ ПЕЧАТИ»



Сервисным центром ГК «ТЕРРА ПРИНТ» проведен запуск ниткошвейной машины Smyth F55-L на производстве московской компании «ТЕХНОЛОГИИ ПЕЧАТИ». Оборудование было выбрано для выпуска высококачественных книг различного формата (в том числе увеличенного) небольшими тиражами. Надо отметить, что модель F55-L также является идеальным решением для изготовления

нестандартных изделий — книг по искусству и престижных эксклюзивных изданий, которые не могут быть изготовлены на ниткошвейных машинах стандартного формата. Это дает возможности привлечь новых заказчиков и расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Основные преимущества модели: работа со всеми видами бумаг, быстрая переналадка с тиража на тираж, нет необходимости в ручном разделении блоков за счет автоматического разреза ниток на выходе и формирования холостого стежка, компактность и простота в эксплуатации, увеличенный формат 520x550 мм, скорость работы оптимально соответствует ручной подаче — 14 цикл/мин.

ГК «ТЕРРА ПРИНТ» — официальный представитель SMYTH (Италия) в России и СНГ.

*По материалам  
ГК «ТЕРРА ПРИНТ»*

## Horizon EF-354 в типографии «ВМС-Принт»

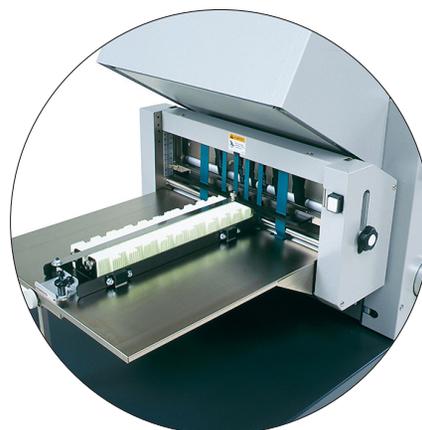
Специалисты ГК «ТЕРРА ПРИНТ» провели поставку и запуск 4-х кассетной фальцевальной машины Horizon EF-354 с модулем удлиненной приемки ED-354 для типографии «ВМС-Принт» (Подольск).

«ВМС-Принт» — многопрофильный полиграфический комплекс. Предприятие оснащено современным, высокотехнологичным полиграфическим оборудованием ведущих мировых производителей. Сегодня «ВМС-Принт» работает в трех основных направлениях: флексопечать самоклеящейся этикетки, офсетная печать картонной упаковки, а также выпуск упаковки из микрофроектона. Значительная доля выпускаемой продукции приходится на фармацевтическую упаковку — «ВМС-Принт» входит в пятерку крупнейших производителей этой продукции в России.

Фальцевальная машина Horizon выбрана предприятием по нескольким причинам, основными из которых является уверенная и качественная работа на тонких

бумагах, возможность выполнять сложные виды фальца и легендарная надежность марки Horizon. Машину возможно в любое время дооснастить модулем КТУ-35 для перекрестной фальцовки за один прогон для еще более оперативной работы.

ГК «ТЕРРА ПРИНТ» — эксклюзивный поставщик решений Horizon в России.



*По материалам  
ГК «ТЕРРА ПРИНТ»*



Тарасова Галина Васильевна,  
генеральный директор

### Душа и характер

История создания типографии связана с началом издания городской газеты «Большевик» в 1930 году. Типография была филиалом Артемовской городской типографии, а в 1969 году стала самостоятельным предприятием.

Расцвет «Режевской типографии» начался с приходом новой современной технологии — офсетной и цифровой печати. 90-е годы стали переломными в судьбе «Режевской типографии». Целых 10 лет типография не получала поддержку со стороны государства. Сплоченный, неравнодушный коллектив провел собрание. Решение принято — пригласить Галину Васильевну Тарасову возглавить типографию. Назначение состоялось 28 декабря 2000 года. Галина Васильевна согласилась сразу: за плечами 10-летний опыт работы главным бухгалтером в частной типографии. «Я шла сюда работать с полным чувством уверенности, что все получится», — рассказывает Галина Тарасова.

«Считаю типографию своим предприятием, вторым домом, здесь реализовалась моя цель, мечта —

## «Режевская типография»: 90 лет

У «Режевской типографии» интересная судьба — жить и успешно работать в любых условиях и в любое время. Какая душа у типографии? Что повлияло на характер? В 2020 году предприятию исполняется 90 лет — самое время поговорить по душам.

превратить эту маленькую типографию в современное предприятие. Мои дети также нашли свое дело в типографии».

### Первые победы

С 2001 по 2008 год «Режевская типография» развивалась особенно бурно. Этот период перехода на офсетную печать был самым интересным и творческим. «Примерно в 2003 году, когда у наших коллег появились современные машины и они освоили полноцветную печать, мы, режевские умельцы, учились печатать полноцвет на Romayor. И когда я представила образцы в Управление печати — все были просто шокированы от неожиданности, — вспоминает Галина Васильевна. — Девиз начала моего руководства: «Нет заказов — нет денег, нет денег — нет зарплаты» красовался на входе в производственный цех. Работал». А еще у «Режевской типографии» свой гимн, который написал Михаил Петрович Клевакин, режевской поэт и композитор.

Первый серьезный заказ — изготовление каталога формата А4 в термопереплет тиражом 500 штук. «Сумма заказа была такой, что нашему коллективу хватило бы выплатить заработную плату за 2 месяца. Мы долго и изнурительно отрабаты-

«Всех нас сроднила  
профессия,  
В будни и праздники —  
вместе мы.  
В альбомах наших храним  
фотографию.  
Все это мы — типография»

*Гимн типографии*

вали все этапы технологии, так как на производстве был простой лазерный принтер, Romayor, резак. Нужно клеить в другой типографии, а раньше это не приветствовалось. Но заказ был выполнен в срок, и это победа! Так у команды появилась мечта иметь в парке оборудования свой термопереплетный станок. И мечта, конечно, вскоре исполнилась».

В 2012 году новый поворот: реорганизация и присоединение типографий. Теперь в состав входят типографии городов Артемовского, Алапаевска, а с января 2013 года «семья» расширилась: присоединилась «Ирбитская типография».

Период реорганизации был непростым. В каждой типографии действовали свои правила, нормы, уровень заработной платы, свои привычки. Для эффективной работы необходим общий, объединяющий план и сильная команда. Здесь ключевую роль сыграла главный бухгалтер Скрябина Марина Александровна, которая только-только пришла в коллектив. Она смогла в короткие сроки автоматизировать бухгалтерский учет, объединив все участки в единую базу. Это позволило руководителю быстро взять под свой контроль работу участков.

Коллектив типографии обновлялся постепенно. На смену ветеранам пришли молодые специалисты, которые работают уже более 10 лет.





Системный администратор, он же дизайнер и менеджер Авдюков Максим, технолог Кокшарова Татьяна Викторовна, машинист резальной машины Карфилов Андрей, работники переплетного цеха Иванова Елена, Барина Елена, менеджер Людмила Голендухина. Старожилы: Малыгина Наталья, уникальный наладчик, Кожевников Александр, единственный уцелевший печатник Леонтьев Евгений. 19 лет работает в типографии в отделе продаж Нина Васильевна Дорохина. Менеджер по призванию, любит свою работу, умело выстраивает отношения с заказчиками. Под ее контролем находятся все заказы.

### Скоро 100!

Эксперименты в истории «Режевской типографии» занимают особое место: печатали цветные газеты на однокрасочной машине для РГППУ, цветную продукцию на двухкрасочной машине, нумерацию миллионными тиражами, широкоформатную печать, печатали и высекали этикетку на машине высокой печати, изготавливали книги в термопереплете и твердом переплете, освоили сублимационную печать и лазерную гравировку. Все это имеет место сейчас. Производство книг небольшими тиражами — главный конек. Для этого есть все оборудование, а главное, кадры. «Я считаю, что успешной типография стала благодаря направлению производства книг в твердом переплете, которое возглавила технолог Кокшарова Татьяна Викторовна. Она профессионал своего дела, за советом к ней обращаются и коллеги, и конкуренты, и заказчики. Ответственная и строгая, берется за любую работу и делает красиво и качественно, — отмечает Галина Тарасова. — Типографию можно считать надежным партнером. Если

заказчик однажды обратился в типографию, то он обязательно вернется. С партнерами мы всегда стараемся быть честными и открытыми».

За 90 лет в «Режевской типографии» сменилось 5 поколений полиграфистов, 10 руководителей. 90-летний юбилей — это еще не 100-летие, но почти целый век. Много ли предприятий в Свердловской области имеют такую длинную историю? В объединении типографий Ирбитская и Алапаевская типографии уже отметили 100-летие. Это говорит об одном: что полиграфические услуги были востребованы как 100 лет назад, так и сейчас, просто меняются технологии.



### Константин Оносов, директор издательства «Репейник. Цепляйся к лучшему»:

«Какое счастье для нашей компании найти несколько лет назад «Режевскую типографию». Типография полностью и блестяще справляется со специфическими задачами нашего издательства. Профессиональное, внимательное и отзывчивое отношение всего коллектива: директора, менеджеров, водителей, и качество исполнения и сроки поставки — вот за что мы ценим и любим «Режевскую типографию». Мы желаем всей типографии развития, успехов и крепкого здоровья! С днем рождения!».



### Светлана Шангина, директор «Издательства «АсПуР», член Союза российских писателей:

«Есть предприятия градообразующие, а «Режевскую типографию» по праву можно назвать «судьбообразующим» предприятием. Для многих людей она стала судьбой, в том числе и для меня.

Из 90 лет работы «Режевской типографии» я застала только последние тридцать с небольшим. И прекрасно помню, какой была типография в середине 80-х годов прошлого века. Начиная от технологий — высокая печать с ручным набором, когда каждую линейку, каждый пробел или точку надо было ювелирно ставить вручную, затем — полукруглые

матрицы газеты «Правда коммунизма», которая печаталась на ротации, металлические клише иллюстраций, изготавливаемые на аппарате ЕГА, и людей, которые работали в те годы... В переходе типографии на офсетную печать я уже участвовала лично как выпускница Ленинградского филиала Московского полиграфического института. Конечно, в те времена даже в самых смелых мечтах невозможно было представить, какой станет в будущем полиграфия вообще и наша типография в частности. Одно осталось неизменным: высокий профессионализм сотрудников и любовь к своему делу.

Многое пережито вместе с родной типографией, начиная от «Перестройки с ускорением», «лихих 90-х», нескольких экономических кризисов и до нынешних непростых дней... Но я точно знаю, что всегда могу обратиться в типографию даже с самым технически сложным заказом, требующим разработки и внедрения новых технологий, и получить отлично отпечатанную продукцию, которую можно с гордостью представлять в Москве, Санкт-Петербурге и за рубежом.

От имени «Издательства «АсПуР» и Союза российских писателей я хочу выразить искреннюю благодарность директору Тарасовой Галине Васильевне и всем мастерам своего дела за огромное количество качественно отпечатанных книг и от всего сердца пожелать «Режевской типографии» процветания, а всем ветеранам и сотрудникам — большого человеческого счастья, крепкого здоровья и благополучия».

### Коньгина Светлана, директор компании «Типография Для Вас»:

«С «Режевской типографией» нас связывают давние и теплые отношения. 90 лет — это почти целый век. Очень приятно, что большой отрезок этого пути мы прошли вместе. Лучшего компаньона и не найти. Только настоящие профессионалы могут достойно пройти такой профессиональный путь. Примите поздравления за ваш труд! Желаем дальнейшего процветания. С праздником команду, которая стала нашим партнером и другом!».

# 2020 год: полиграфисты подводят итоги

1. Как вы пережили этот чрезвычайно непростой год? С какими результатами вы его завершаете?
2. Чему вас научила пандемия?
3. Какие планы по развитию компании вы надеетесь воплотить в следующем году?
4. Под каким девизом вы жили в этом году — и под каким вступаете в 2021-й?



**Андрей Слободчиков,**  
руководитель  
отдела маркетинга  
и продукт менедж-  
мента «Гейдельберг СНГ» (Москва)

1. Год был интересным и вызывающим. Однако он показал, что приоритеты, которых придерживается компания «Гейдельберг-СНГ» — правильны и перспективны. То, что мы сделали ставку на договорное сервисное обслуживание и поставку расходных материалов, очень поддержало и нас, и наших клиентов в период самоизоляции.

Сервисная служба «Гейдельберг-СНГ» активно работала даже в локдаун, конечно же, соблюдая все нормы и правила, установленные в то время. Возьму на себя смелость сказать, что наши клиенты в период изоляции практически не ощутили изменений в схеме предоставления нами услуг: мы поставляли расходные материалы, наши сервисные инженеры очно или удаленно проводили необходимые работы, как и раньше.

Полиграфисты, у которых непрерывное производство (например, упаковки) очень высоко это оценили. Если предприятие находится в цепочке непрерывных поставок, для него критически важна своевременность сервисных работ. Знаю, что некоторым полиграфическим предприятиям, которые обслуживались у фрилансеров, в этот период было очень нелегко. Именно из-за отсутствия техподдержки.

2. Ко всему надо готовиться заранее. Жить не сегодняшним днем, а будущим. Понятно, что не все возможно предугадать, но риски закладывать надо. Потому что, когда пришел кризис, учиться поздно.

3. О планах сейчас говорить, конечно же, хорошо, но будем честны: текущая ситуация очень нестабильна. Давайте переживем этот период. Какой будет новая реальность, пока не очень

понятно. То, что она не будет прежней, это факт, но какой именно она будет, можно только предполагать.

4. Будем работать и надеяться. Надеяться, что 31 декабря нам покажут «Иронию судьбы, или С легким паром», и наутро мы проснемся — а коронавируса нет. И будет, как сейчас говорят, новая нормальность.

О состоявшихся инсталляциях вы узнаете из прессы: даже в такой непростой год компания «Гейдельберг-СНГ» устанавливала новое оборудование на всех участках полиграфического производства, и эти машины успешно работают в типографиях в разных городах нашей огромной страны.



**Сергей Капутин,**  
глава дивизиона  
продаж на рынках  
коммерческой печат-  
ки и малого и сред-  
него бизнеса Ricoh Rus (Москва)

1. Несмотря на ощутимое падение продаж мы продолжаем реализовывать свои проекты. В этом году мы продали 20 машин высокого сегмента (Ricoh Pro C7200–C9200) и 27 машин нового поколения (Ricoh Pro C5200–5300). Отдельно хотелось бы отметить прорыв в струйных технологиях, где мы удвоили наши результаты и нарастили долю рынка. И наконец, мы позитивно оцениваем повышение эффективности нашей сервисной организации, где налицо улучшение ключевых для нас показателей.

2. Пандемия научила тому, как необходимо постоянное развитие и как важна цифровизация бизнеса.

3. Вернуться на допандемийные показатели продаж и продолжить совместно с партнерами растить бизнес в сегменте полиграфии.

4. Девиз — только вперед! Если серьезно, то сплочение и партнерство, которое выражается в гибком, индивидуальном подходе к каждому заказчику несмотря на все сложности.



**Максим Новоселов,**  
учредитель  
проекта  
Printnetwork  
(Москва)

1. Последние 20 лет моим основным делом было — помогать владельцам типографий наладить бизнес. Printnetwork был моим основным проектом. Но с весны этого года я перестал давать консультации. Потому что менялось вообще все, и менялось стремительно.

На протяжении нескольких месяцев было непонятно, какие схемы будут работать в полиграфическом бизнесе, а какие — нет. Продавать советы в этой ситуации мне казалось нечестным. Я решил заняться чем-то другим и вытащил на свет Божий старый проект, которым мне всегда хотелось заниматься — изготовление садового инвентаря.

«Садовый» проект сейчас успешно работает. Заказы есть даже сейчас, не в сезон. И это лишний раз доказывает, что фундаментальные знания о том, как строить бизнес — они пригодятся везде. Я еще раз проверил это на себе.

2. То, что сейчас происходит, по сути не ново: ведь были в истории человечества и пандемии, и войны. Урок для полиграфистов и вообще предпринимателей здесь ясен. Строй свое дело так, чтобы никакой катаклизм не мог тебя подкосить.

Сегодня эпидемия, завтра еще что-нибудь случится. А ты, выражаясь образно, не строй из соломы — строй кирпичные дома. Что-то делаешь — делай серьезно, капитально. По-настоящему.

3. Сейчас уже понятно, что происходит в полиграфии и куда двигаться типографиям, чтобы развиваться и крепнуть. Поэтому я вернусь к консультированию. Но и «садовый» проект буду развивать также.

4. «Побеждай каждый раз». Это девиз на все времена.



**Александр Иванов,**  
президент  
Издательско-поли-  
графической  
ассоциации высших

**учебных заведений (Ассоциация  
ВУЗИЗДАТ) (Санкт-Петербург)**

1. В марте, когда мы с коллегами (владельцами типографий) собрались на закрытое обсуждение после объявления президентом первой выходной недели, то вывод был один — если еще такое повторится, то многие не переживут. Спустя полгода пришла вторая волна, но у власти хватило ума не душировать пока полностью экономику, хотя сегодня симптомы тревожные: до февраля многих наших клиентов (студентов, малый бизнес) переводят на удаленку.

Спад по многим позициям в весенние и частично летние месяцы достигал 60% от аналогичного периода прошлого года. Всем пришлось изворачиваться и вытаскивать запасы «из кубышки». Мой бизнес (два издательства и цифровая типография) несколько вырос по сравнению с 2019 годом — примерно на 20%. Однако этому есть объяснение:

мы применили новую персонализированную технологию привлечения клиентов и начали это делать еще до пандемии. Появились новые проекты и новые бизнес-концепции, особенно в образовательной сфере.

При этом ни о каких налоговых льготах я не говорю, так как нам никто не разрешил их применить. В итоге помощи от государства (которое и закрыло весной малый и средний бизнес!) никакой не было, выплывали все сами. Это нам урок — рассчитывайте только на себя!

Особое огорчение — закрытие массовых мероприятий. Единственный живой семинар по полиграфии прошел в Москве в конце сентября. Полгода мы все общались друг с другом в зумах и гуглах. Лично я не приветствую онлайн-сессии: да, ты сэкономишь время, но результат не очевиден. В обычном формате можно поговорить тет-а-тет и задать вопросы, а в интернете кроме говорящих голов вы ничего не получаете.

2. Прежде всего не бояться локдаунов и прочих «даунов». Учитесь считать свои деньги и сокращайте ненужные траты, всегда мож-

но найти выход из любой ситуации. Мне пришлось даже сдать на лето часть своего дачного владения, чтобы пережить самый трудный период начала локдауна.

Отдельный разговор — о новом отношении к собственному здоровью. Иммуитет должен быть! Весь этот период я практически ежедневно посещаю спортзал, играю в настольный теннис и много хожу пешком. Стараюсь не употреблять в пищу вредные продукты и слежу за рационом. Удалось даже похудеть на несколько килограммов. Явилась ли причиной этому пандемия? Де-факто нет, но как стимулятор — да!

Пандемия также заставила просчитывать бизнес-схемы на несколько ходов вперед. Мы: издатели, полиграфисты — просто физически чувствовали, что люди не хотят тратить деньги на визитки, рекламки, книги и газеты.

3. В следующем году планирую реализовать несколько медийных проектов и исследовать эти, достаточно большие, возможности. Речь идет и о социальных сетях, и об образовательных технологиях. Здесь есть потенциал.

### ПРОМЫШЛЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В КОМПАКТНОМ ИСПОЛНЕНИИ!

Дуплекс до 360 г/м<sup>2</sup>

Скорость печати  
80/65 стр/мин  
(до 256 г/м<sup>2</sup>)

Вакуумная подача

[ricoh.ru](http://ricoh.ru)

Уже сейчас я немного расширил штат своих сотрудников, чтобы воплощать свои идеи в жизнь. Надеюсь, что это принесет результат.

4. В этом году девиз был прост: надо выстоять! В следующем: надо наверстать упущенное!



**Максим Круглов, директор по продажам компании ООО «Кениг унд Бауэр РУС» (Москва)**

1. Год мы пережили достойно: сохранен штат компании, сервисная поддержка клиентов осуществлялась и осуществляется своевременно. Заключены и реализованы несколько контрактов по офсетному оборудованию и постпечати.

2. Беречь близких — как дома, так и на работе.

3. Так как наша головная компания Koenig und Bauer AG создала следующее поколение печатных машин, то рассчитываем в следующем году установить в РФ новые печатные машины Rapida в Dupa-дизайне.

4. Девиз в следующем году будет такой же, как и в этом: we're on it.



**Михаил Нестеренко, генеральный директор компании «ИНТЕРМИКРО» (Москва)**

1. Как и для всех, 2020 год был непростым для «ИНТЕРМИКРО». Вынужденная работа на изоляции, закрывающиеся выставки, невозможность ездить к поставщикам, сильное снижение спроса на некоторых рынках, особенно на рекламнопечатном полиграфическом.

С другой стороны, сетевая организация нашей компании, работа в облачных информационных системах, оптимизированные операционные затраты и изначальное отсутствие «балласта» в коллективе позволили работать и в новых условиях. Переориентация на более широкий рынок привела к тому, что оборот «ИНТЕРМИКРО» вырос по сравнению с 2019 годом примерно вдвое.

2. Все человечество в 2020 году пострадало от пандемии коронавируса примерно так же, как после Первой мировой войны от эпидемии

«испанки». Подводить итоги и делать выводы пока еще рано — ковид останется с нами на ближайшие годы.

Ощущение, что мировые границы стираются и весь мир един, было преждевременным. Значение местных производств, способность производить почти все в каждой стране будут только расти в ближайшие годы, границы между государствами будут укрепляться, барьеров будет больше. Это дает шанс местным производителям и местным рынкам, которые и будут развиваться. Это мы видим и в России. Пандемия научила нас активно работать с местными производителями.

3. Мы уникальны своей специализацией на раскройных системах и режущих плоттерах, продвигаемый нами бренд IESHO имеет отличную репутацию и очень востребован. «ИНТЕРМИКРО» — единственная компания, которая имеет опыт работы представительством IESHO в России. У нас есть демозал со всей линейкой IESHO, масса реализованных проектов, в наличии запчасти, расходные материалы и инструменты, лучший сервис. Учитывая почти неограниченный рынок раскройных решений, работы у нас будет много и в 2021 году.

4. Наш девиз указан на сайте [intermicro.ru](http://intermicro.ru) и очень прост: «Привозим и запускаем с 1988 года». Продолжим это хорошее и полезное дело!



**Михаил Кувшинов, директор по развитию компании «НИССА Центр» (Москва)**

1. Уже набилась оскомину фраза о том, что китайский иероглиф кризис 危机 состоит из иероглифов опасность 危 и возможность 机. Но по факту именно реализация принципа изыскания возможностей в кризис нам и, что важнее, нашим клиентам удалась в полной мере.

«НИССА Центр» фокусируется на цифровой трансформации в профессиональной полиграфии. И эта ставка в 2020 году дала беспрецедентный выигрыш. Достаточно посмотреть динамику объема печати на поставляемых нами машинах. Видно, что в целом объем печати на HP Indigo в 2020 году несколько вы-

рос. В коммерческом сегменте заметный спад — а вот в индустриальном, как мы называем рынок печати этикетки и упаковки, виден рывок вверх на 22%.

Бум спроса на цифровую этикетку и упаковку зафиксирован не только в России, но и во всем мире. Важно, что именно наши клиенты в России оказались к нему наилучшим образом подготовлены. Для нас же это вылилось в кратный рост продаж.

В коммерческом сегменте мы объявили в 2020 году о запуске в эксплуатацию трех машин HP Indigo (одна из которых формата B2) и о первой в России машине для цифрового облагораживания Scodix (также формата B2). Согласитесь, неплохие результаты, но далеко не ошеломляющие. А вот в индустриальном сегменте зафиксирован двукратный рост по ЦПМ: с учетом машин, которые сейчас монтируются и будут запущены к моменту выхода журнала из печати — 9 единиц. Интересно, что этот сегмент как таковой практически не вырос. У нас рост вдвое, у всех конкурентов — спад в несколько раз, если не до нуля. Очевидно, именно решения на базе HP Indigo оказались востребованы в кризис.

Не за горами серьезная инсталляция в области производства термоусадочной этикетки. В 2020 году удалось переломить тенденцию и запустить производство стоячих пакетов, то есть самой актуальной гибкой упаковки, именно с использованием печати на узкоролонных флексомашинах HP Indigo. Первую в России пакетоделательную машину Karlville KS-DSUP-400GSW приобрела самая, наверное, инновационная полиграфическая компания в стране — научно-производственный Центр новых технологий «Азимут». Сейчас в Швейцарии собирают вторую Karlville KS-DSUP-400 для России.

Так что результаты хорошие. Любой поставщик оборудования чувствует себя как производная от бизнеса своих клиентов. Бизнес наших клиентов быстро растет.

2. Si vis pacem, para bellum. Мы многие годы с маниакальным упорством инвестируем в наш «парабеллум» — сервисную инфраструктуру. Не секрет, что ряд грандов последние годы сокращали сервисные ре-

сурсы в регионах, сэкономили на локальных складах запчастей. Нам тоже пришлось сокращать — но мы сокращали только торговые представительства. В Питере, Екатеринбурге, Новосибирске у нас сейчас нет людей, занимающихся продажами — а сервисные структуры есть. Как видим, не зря.

Все десятки машин, запущенных в этом году, были запущены нашими сервисными инженерами: невозможность приезда иностранных специалистов не стала препятствием.

3. Мы хотим расти. При этом рыночная доля «НИССА Центр» в сегменте цифровой этикетки подавляющая, значительно увеличить ее технически невозможно. Значит, нужно расти за пределы сегмента, и очевидное направление — цифровая упаковка.

4. Наш девиз не меняется годами: «Прибыль — в цифре!». У него два смысла, и оба очевидны. Мы понимаем, что заработать можно только на успехе клиента, и его надо тщательно рассчитывать. Пытаться продать то, что не будет у него прибыльно работать, — это стрелять себе в ногу. Мы продаем оборудование с многолетним финансированием и получаем значительную часть денег с поставок цифровых расходных материалов. Если клиент будет печатать мало, мы окажемся в минусе, да еще и с подержанным железом на руках.

А второй смысл: деньги — в цифровой трансформации, и чем дальше, тем больше. «Скорый поезд набирает ход!».



**Алексей Лукьянчук,**  
руководитель  
департамента  
продуктового  
маркетинга по индустриальной

**и производительной печати  
Konica Minolta Business Solutions  
Russia (Москва)**

1. Наша компания пережила этот год, и это уже хорошо — хотя в том, что нам это удастся, абсолютно не было сомнений.

Самым сложным было сохранить свою работоспособность. В условиях удаленной работы и снижения деловой активности трудиться и взаимодействовать с клиентами оказалось совсем не просто. Одна-

ко, несмотря на сильное снижение объемов печати в полиграфии, нам удалось выполнить заметно больше половины от первоначального, «до-вирусного» плана. Конечно, здесь в какой-то мере очень помогли возросшие объемы печати на рынке этикетки и упаковки: наши рулонные ЦПМ хорошо загружены; шли и продажи оборудования.

В условиях дистанционной работы особого внимания потребовали системы печати — их важно поддерживать в рабочем состоянии. Еще до пандемии мы начали заниматься системами удаленного мониторинга, отлаженными системами заказа и поставок материалов и частей машин. «Вирусные» времена подтвердили своевременность развития этих направлений.

При этом просто «расцвело» направление «умных» систем видеонаблюдения Mobotix, преимущественно за счет роста спроса на камеры с возможностью измерения температуры тела на расстоянии. Так были еще раз доказаны уникальность и востребованность подобных решений.

2. В первую очередь пандемия научила всех работать удаленно. Хотя всегда есть люди, которым трудно работать без личного общения.

Интереснее ситуация с доступностью сервиса, ведь это основа успеха на рынке печати. Во время пандемии сервис во что бы то ни стало необходимо удерживать на высоком уровне. Сегодня типографии сталкиваются с плохой логистикой, разрывом цепочек соисполнителей работ, кардинальным изменением клиентской базы и ее запросов. Падение качества обслуживания в этих условиях может поставить бизнес наших клиентов на грань выживания.

Думаю, также пандемия еще заставит пересмотреть приоритеты между продажами оборудования и продажами услуг. Что касается продаж, то предположу, что будет меняться портфель продуктов многих компаний. Когда стало понятно, что изменения в экономике будут носить долгосрочный характер, стала очевидной и необходимость пересмотра стратегии. Что касается Konica Minolta, меня всегда поражала способность японцев найти в любой ситуации вариант решения, который будет обеспечивать долго-

временное планомерное развитие. Уверен, так случится и в этот раз.

3. В следующем году мы надеемся воплотить планы устойчивого развития. В эти планы входят совершенствование организационной структуры, поддержка коллектива, изменение продуктового портфеля, а также разработка новых методов работы, в том числе цифровых.

Продуктовый портфель будет меняться в двух направлениях. Во-первых, мы планируем развивать производительную печать: запустим новые модели, сделаем акцент на продажах нашего флагмана AccurioPress C14000. Машина очень интересная: быстрая, универсальная, «всеядная». С системами интеллектуального контроля качества печати и автоинспекции она должна стать хитом в своем сегменте.

Во-вторых, мы уверенно заходим в отрасль современной цифровой отделки продукции. Особое внимание будет уделяться системам премиальной отделки серии MGI JETvarnish.

4. Как известно, смена девиза японскими императорами всего несколько веков назад происходила под давлением обрушившихся на империю бед. Надеюсь, мы все же последуем современному японскому пути: будем устойчиво развиваться без ненужного риска и согласованно принимать решения.



**Стефан Валуйский,**  
генеральный  
директор компании  
«ТЕРРА СИСТЕМЫ»  
(Москва)

1. Наша компания в целом пережила этот год спокойно. Все сотрудники компании остались на своих местах и усиленно трудятся. Безусловно, нам пришлось немного изменить свой подход к работе и затратной части, но, повторюсь, в целом мы движемся вперед.

Несмотря на все сложности и ограничения, связанные с пандемией, мы заключили несколько контрактов на поставку новых офсетных печатных машин RMGT и цифровых печатных машин Ricoh, а также достаточно хорошо поработали по направлению картонной упаковки и продажам режущих плоттеров iEcho. Год завершаем в целом с положительными результатами, но финаль-

ные итоги будем все-таки подводить уже после Нового года, в январе.

2. Мы немного пересмотрели свое отношение к такому понятию, как «работа в удаленном режиме». Сейчас активно внедряем новую систему CRM в нашей компании, и в каком-то смысле пандемия нам подсказала пару новых идей.

3. Все зависит от того, как будет дальше развиваться ситуация с пандемией и, соответственно, каким образом это скажется на экономике. Но я надеюсь, что все ограничения будут уже сняты и мы все-таки сможем вести полноценную работу и развивать наши бизнесы.

4. Я думаю, что все в этом году жили под девизом: «Нас бьют, но мы летаем». Но в любом случае в следующем году может быть только один девиз: «Дорогу осилит идущий!»



**Виктория Ручка,**  
директор  
типографии  
**RUCHKA**  
(Краснодар)

1. Год был чрезвычайно сложным, могу его сравнить с кризисом 2008 года. Падение уровня продаж по рекламной полиграфии в момент ограничительных мер доходило до 50%. Я знаю, что это не самый плохой сценарий: у кого-то из коллег падение составило до 90%.

Наша компания выжила благодаря направлению упаковки, а также долгим контрактам, поддержке лояльных клиентов. В момент локдауна мы приняли все возможные меры, чтобы не останавливаться, весь офис был переведен на удаленку. Я была руками своих менеджеров.

Конечно, общая паника на рынке и среди коллег поначалу меня захлестнула. Но в панике невозможно принять правильных решений. Поэтому я отстранилась от общего фона, убрала весь новостной шум и просто молча работала.

Завершается год очень интересно: сейчас мы больше сконцентрированы на упаковочной продукции. Также произошли серьезные изменения у меня как у личности, пришло понимание, чего я хочу. 2020 год оказался годом полной трансформации.

2. Систематизация — то, чему нужно уделять время. Благодаря систематизации и обучению персонала я смогла переехать в Москву. Гибкость — диверсифицированное производство дает больше возможностей, нежели узкая ниша: можно быстро «сменить рельсы». Здоровье — первостепенная ценность.

Важный урок: иногда отказаться от чего-то — это не проигрыш, а новая ступень к росту. Год был полон изменений. И события, которые оценивались как «все, конец» — на самом деле стали ступенью для чего-то нового.

3. Развитие направления упаковки, обновление парка оборудования. Планирую уйти на время от управления и посвятить свободное время получению новой профессии, реализации зависших проектов.

4. Кроме как «выжить любой ценой» ничего в голову не приходит. В этом году у меня перелетов было больше, чем когда-либо. Я веду достаточно активную социальную жизнь, но мои подписчики и половины не знают.

Насчет 2021 года — вопрос в том, как мы хотим его прожить? Однозначно не в таких стрессах, как было в 2020-м. Последние наблюдения показывают, что типографии начали демпинговые войны. Я в них участвовать не хочу. 2021-й год будет новой ступенью для меня и бренда RUCHKA.



**Татьяна Климова,**  
технический директор  
«ОКТОПРИНТ  
СЕРВИС» и «хубер-  
груп РУС» (Москва)

1. Этот год мы пережили в рабочем режиме. Очень непросто было в самом начале. Непонятно, как будут развиваться события. В каждом регионе (а наши филиалы расположены в 10 регионах) были свои правила и нюансы. Но мы быстро сориентировались, и все процессы компании вернулись в рабочее русло. Производство, склады продолжали функционировать — мы ни на один день не прекращали отгрузки, офисные сотрудники были переведены на удаленную работу. А внедренная три года назад система управления компанией на базе «Битрикс 24» позволила функционировать всей системе без потери эффективности. Завершаем

мы этот год практически без потерь: без потерь в коллективе, без потерь оборотов и объемов.

2. Любой кризис — это время новых возможностей для развития. А самый главный наш капитал — это наши сотрудники. С такой командой не страшны никакие кризисы.

3. В следующем году мы планируем запустить станцию смешения спиртовых флексографских красок, расширить станцию смешения флексографских красок на водной основе. Планируем запустить программное обеспечение по управлению складскими запасами, что позволит эффективнее управлять ассортиментом. И конечно, продолжим предлагать нашим клиентам только самые качественные и современные материалы.

4. Наш девиз: «Вместе делаем мир ярче!» И он не трансформируется несмотря ни на какие кризисы. Мы помогаем делать бизнес наших клиентов успешным и продуктивным!



**Нина Светличная,**  
генеральный  
директор компании  
«ЯМ Интернешнл  
(Урал)»

1. Несмотря на непростое время для страны и мира в целом для нашей компании этот год был очень плодотворен. В первую очередь — знаковыми установками оборудования.

Наша компания установила печатную машину KOMORI GL-540C на Урале — в типографии «Темп». К этой установке «ЯМ Интернешнл» и «Темп» шли несколько лет. Специально под новую печатную машину был построен новый цех, и это еще раз подтверждает, что кризис не мешает развитию.

Нельзя не упомянуть, пожалуй, самую интересную и революционную сделку этого года как для компании «ЯМ Интернешнл», так и для российской полиграфии в целом — поставку цифровой печатной машины B2 формата Impremia IS 29. Машина будет установлена в санкт-петербургском типографском комплексе «Девиз».

Весной этого года, как раз в самый разгар режима самоизоляции, мы установили в московской типографии «Буки Веди» печатную машину

с переворотом листа формата А1 — Komori GL-837P, работающую по технологии H-UV. Это была одна из самых непростых и интересных инсталляций, так как перед нашей компанией стояла задача запустить оборудование в максимально сжатые сроки.

2. В это сложное время для типографий было очень важно оптимизировать свое производство, а нам как поставщикам — быть рядом со своими клиентами.

Мы развиваемся, когда развивается наш клиент — поэтому даже во время режима самоизоляции мы не прекращали работать в режиме 24/7, оказывая своим клиентам техническую и технологическую поддержку.

Сервис «ЯМ Интернешнл» — это стратегически важное направление, и поэтому в любые непростые времена наш клиент всегда может быть уверен в круглосуточной сервисной поддержке. Во время пандемии мы также не прекращали отгрузки расходных материалов и запасных частей.

3. Надеемся, что будущий 2021 год принесет интересные проекты. Для нас и наших клиентов желаю развития бизнеса и воплощения в жизнь самых смелых идей.

Сейчас уже не актуально желать: «Пусть новый год будет успешнее». Как показывает жизнь, каждый новый год приносит новые препоны. Но мы их преодолеваем, идем вперед, и от этого становимся все сильнее и сильнее. Поэтому — всем нам побольше сил, энергии и здоровья!

4. Никогда не сдаваться! Только сильным и смелым покоряются моря и горы!



**Сергей Бакшиш,**  
генеральный директор  
компании  
«Графические  
системы»

1. Для нашей компании, как и для всей страны, это был непростой год. Было много проблем и сложностей. Но мы сумели справиться с новой реальностью и настроить работу по-новому. Конечно, потери были, но несущественные.

2. Пандемия заставила нас провести полную ревизию нашего бизнеса, оптимизировать затратную часть и настроить работу в новых условиях.

3. Мы поставили для себя ряд новых задач по развитию бизнеса, и в новом году планируем направить все ресурсы на их реализацию.

4. В этом году мы жили под девизом: «Не отступать и не сдаваться!». А в следующем будем жить под девизом: «Только вперед!».



**Валерий Балябин,**  
управляющий  
партнер  
компании  
STAN

1. Как и у большинства компаний, провал в самый пик сезона мы не смогли нагнать. Однако из-за реформирования рынка текстиля мы закрываем год оптимистичнее, чем прогнозировали!

2. Концентрироваться на задачах даже в нестабильной обстановке. Мы старались максимально сохранять и поддерживать рабочий настрой: быстро переключились на удаленный режим работы, начали активно использовать CRM, поэтому после возвращения в офис в середине мая оперативно вошли в ритм.

3. В 2021 году в нашу реальность войдет маркировка, поэтому начало года мы посвятим выстраиванию работы с партнерами, так как многие из них о маркировке еще не задумываются, надеясь на авось. Также у нас стартует ряд новых проектов: в начале 2021 года планируем запустить обучающий центр и выпустить журнал STAN. Если весной мероприятия еще не «оттают», то уйдем в онлайн.

4. Наш слоган — Стань ярче! С ним мы прошли 2020 год и вступаем в 2021-й!



**Галина Тарасова,**  
генеральный  
директор  
«Режевской  
типографии»

1. Наша типография уже с начала года испытывала трудности из-за снижения объемов заказов. Поэтому все усилия были направлены на поиск клиентов. К концу марта нам удалось договориться о производстве книжной продукции с крупным заказчиком — но все планы были нарушены начавшейся пандемией.

Заказчик приостановил заказ, а мы работали на «75 лет Победы». Самый горячий месяц — апрель — стал самым непонятным: как работать в условиях распространения коронавирусной инфекции? Работали, что называется, с оглядкой, постоянно следили за развитием событий и указами губернатора. Когда увидели в списке разрешенных производств печатную продукцию, стали чувствовать себя увереннее.

Эта уверенность заказов не добавила, но мы стали искать другие пути для сохранения предприятия. Поддержкой для нас стала Программа ЦЗН в сфере общественных работ. За счет этого удалось сохранить ключевых сотрудников в коллективе, а также заработную плату на прежнем уровне.

Поскольку было больше свободного времени — делали в типографии ремонтные работы, до которых прежде не доходили руки.

2. Пандемия нас научила соблюдать чистоту на рабочих местах и дорожить своей работой. Многим приходилось закрывать свой бизнес — а мы имели возможность работать.

3. Планы на следующий год — сохранить предприятие. В соответствии с выбранной стратегией, мы планируем оптимизировать свое производство, сосредоточившись не на объемах производства, а на его эффективности.

4. В этом году у нас всех был не девиз, а желание быть здоровыми. Того же хотим и в следующем году. Если все будут здоровы, то мы преодолеем все трудности. Поэтому всем хочу пожелать крепкого здоровья, оптимизма и только положительных эмоций. Берегите себя!



**Денис Сухов,**  
директор  
типографии  
«Копия»

1. Год выдался непростым не только для типографий, но и для всего бизнеса в целом. Пандемия наступила неожиданно, предприниматели не были готовы к такому сложному году. Но хотя было непросто — мы справились, и это главное.

Конечно, планы приходилось менять, что называется, на ходу. Принимать непростые ключевые решения. В целом мы довольны результатами — хоть и планировали больше.

2. Пандемия научила нас быть еще внимательнее к клиентам, коллегам и партнерам. А также работать по-новому, адаптируя рабочие процессы под текущую ситуацию. Мы однозначно стали сильнее и профессиональнее.

3. Намечены новые проекты и новые пути развития. Есть определенные цели, к которым мы планируем прийти в следующем году. Мы прекрасно понимаем, что и следующий год простым не будет — но то, чему мы научились, нам точно поможет справиться со всеми трудностями.

4. Мне кажется, девиз в этом году у всех был один: «Главное — выжить и справиться с трудностями». В следующем году мы идем с намеченными целями и с позитивным настроем. Для нас важно, чтобы, несмотря на все трудности, нашим клиентам было комфортно с нами работать. И мы все делаем для этого. Клиенториентированность — вот наш девиз!



**Юрий Третьяк,**  
коммерческий  
директор  
компании  
«Mimaki-Урал»

1. Я считаю, что этот год компания пережила достойно. У нас было несколько крупных сделок, в том числе мы продали наш флагман — УФ-плоттер Mimaki JFX-500. Это хороший результат.

2. Более бережно относиться к своим близким.

3. Планы грандиозные!

4. Не унывать и не бояться. Мы команда, и трудности нас закаляют.



**Александр Шубин,**  
директор  
компании  
«Деловой партнер»

1. Год выдался непростым практически для всех сфер бизнеса, в том числе и для полиграфии. Наиболее напряженным периодом как со стороны основной деятельности компании, так и со стороны эмоциональной — была весна 2020 года. Офис на время прекратил работу, сотрудники работали удаленно, при этом наблюдался резкий спад продаж и активности партнеров, клиентов нашей компании. С конца весны ситуация стала стабилизироваться, деятельность компании входила в привычное рабочее русло.

По состоянию на конец 2020 года результаты деятельности почти сопоставимы с прошлогодними, развиваются новые направления. Коллектив компании работает в прежнем составе.

2. Текущая ситуация научила меня как руководителя чаще принимать нестандартные решения, искать новые пути развития бизнеса и возможности, рисковать, быть еще более клиентоориентированным, ответственным и стрессоустойчивым. Поддерживать, вдохновлять и ценить свой коллектив.

3. Продолжить развивать новые направления, расширить географию продаж и клиентскую базу, принять в штат новых сотрудников.

4. Год, несмотря на сложность, отразил сильные и слабые стороны в работе, заставил мобилизовать силы, использовать весь накопленный опыт и деловую репутацию, находить нестандартные пути решения поставленных задач, благодаря чему итоги года по большей степени радуют и вдохновляют. В качестве девиза 2020 года весьма подойдет слова: «Выживает сильнейший».

Хочется верить, что в 2021 году никому не придется выживать, что нас всех ждет плодотворная работа, высокие результаты и новые достижения!



**Виктор Андреев,**  
генеральный  
директор  
компании  
UBESSER

1. Действительно, пандемия наложила свой отпечаток на наш бизнес, заставив нас пересмотреть все бизнес-процессы в компании и выйти к концу года с хорошими показателями.

2. В первую очередь забота о безопасности здоровья сотрудников и, конечно же, своих близких.

3. Увеличение ассортимента поставляемых нами товаров и услуг, расширение рынка сбыта.

4. Не сгибаться и не сдаваться. Превратим мировой кризис в успех и процветание нашей компании и партнеров!

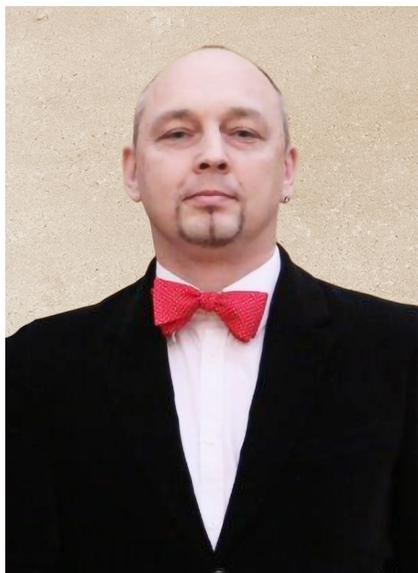
**ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ И ПАРТНЕРЫ!**

Мечты превращаются в цели  
Когда идешь по намеченному пути.  
Желаем вам, чтобы намеченные цели  
Были достижимыми несмотря на трудности.  
Роста и развития вашему бизнесу!

**С НОВЫМ 2021 ГОДОМ!**

типография  
**КОПИЯ**

## «В полиграфии самые интересные люди»



Сегодня в нашей рубрике «Внутренний портрет» — именно такой преподаватель, **доцент кафедры полиграфии и веб-дизайна (а ныне Департамента информационных технологий и автоматизации Института радиоэлектроники и информационных технологий) УрФУ Дмитрий Тарасов**. Читателям «Печатного бизнеса» этого человека представлять не нужно: наверное, мало кто не знает организатора Уральского полиграфического форума. Мы просто познакомимся с ним немного поближе.

■ **Дмитрий, традиционный для «Печатного бизнеса» вопрос: как вы пришли в полиграфию?**

В полиграфию меня занесло еще студентом. Обучаясь на третьем курсе Физтеха УГТУ-УПИ, я напросился на летнюю практику в замечательную компанию «Форт Диалог» (ныне «Форт Диалог-Исеть») в качестве инженера. Мне, конечно, хотелось поближе к компьютерам. Я и рассчитывал, что на практике займусь их сборкой и тестированием. Параллельно со мной туда же пришел на практику мой одноклассник Гена Никитин. Компания тогда только-только начала заниматься полиграфией — поставляла ризографы и простейшую постпечатку, но и компьютер-

Как справедливо замечал Генри Адамс, любой учитель влияет на вечность: его уроки ведомыми и неведомыми путями простираются в самое далекое будущее. Поэтому преподаватель, которому не все равно, чему и как он учит — это огромная ценность.

ная техника, а также телефония, сетевое оборудование тоже активно продавались.

Работа у нас с Геной была непростая: сборка компьютеров, некоторой другой техники, а также в итоге и ремонт помещений. Мы за лето отремонтировали там пару комнат, отгородили склад, протянули сеть — в общем поработали на славу.

«Форт Диалог» на нас произвел сильное впечатление. Очень понравился коллектив — дружные молодые ребята, горящие своим делом. Ну, и некоторый лоск коммерческого предприятия сильно контрастировал с тем, что мы наблюдали вокруг: времена были не легкие, 90-е годы. То, как там все было устроено, нас тоже очень впечатлило. Наши упражнения с отвертками-молотками и перфоратором, наверно, тоже как-то в фирме оценили. В итоге мы с товарищем после летней практики остались на подработку, а к окончанию университета в 1999 году уже полноценно работали в компании.

■ **В качестве кого?**

Гена пошел по сервисной линии, а мне больше по душе было творчество. Поэтому я стал менеджером по рекламе, а заодно дизайнером, верстальщиком, копирайтером... — в общем, и швец, и жнец, и на дуде игрец. Коммерческим директором компании в то время был Игорь Владиславович Гребенкин, который, в общем-то, и заразил меня интересом к полиграфии. Он хоть и сдерживал мои неистовые творческие порывы, в целом относился очень лояльно и всячески участвовал в процессе. Мы выпускали ежемесячные об-

новления рекламы в «Пulse цен», разрабатывали рекламные кампании, писали сценарии к видеороликам. Потом добавились многочисленные выставки, выездные мероприятия... Платили мало, но зато опыта я «хапнул» от души и на всю оставшуюся жизнь.

Как раз в эти годы полиграфическое направление в компании стало очень интенсивно развиваться и в итоге стало доминирующим, а компьютерная техника осталась «постольку-поскольку». Все новое оборудование я с удовольствием «обкатывал»: подборочные и брошюровальные системы, степлеры, переплетчики, ламинаторы и прочие виды техники для постпечатной обработки — все это было мне очень интересно, необычно и привлекательно.

■ **Вы ведь специально учились маркетингу и рекламе, у вас профильное высшее образование?**

Да, после окончания вуза, я затем дополнительно учился маркетингу. В УГТУ-УПИ тогда была интересная совместная российско-голландская программа, собравшая замечательных преподавателей, которые рассказывали много интересного, нестандартного и даже неожиданного. Это было очень полезно. Вспоминаю время этого обучения с теплом и благодарностью.

Кстати, в маркетинге мне удалось в полной мере реализовать знания, которые я получил на физико-техническом факультете — а именно, разные математические методы и статистическую обработку результатов исследований. Если раньше я делал это как-то по наи-

тию, что ли, то теперь мог получать объективные и более обоснованные цифры при оценке емкости рынка, разработке рекламных кампаний, анализе продаж.

Это мне помогло в продвижении направления специальных видов печати, когда я уже работал в филиале компании «Нисса». Сейчас я занимаюсь фактически тем же с Уральским полиграфическим форумом. Несмотря на то, что форум — мероприятие некоммерческое, здесь тоже классический маркетинг вполне пригождается: нужны позиционирование, продвижение, оценка рынка, анализ отклика и т.п.

### ■ Чем вас зацепила полиграфическая отрасль? Почему вы решили остаться именно здесь?

Во-первых, мне нравится печатное производство в целом, как синтез творчества и высоких технологий. На самом деле, это уникальное сочетание, и другого такого нет.

Во-вторых, меня привлекало то, что никакие бандитские структуры тогда этот бизнес не охаживали. Для меня это было очень важно. 90-е годы были насыщены тяжелой криминальной энергетикой, а полиграфия была от этой среды как-то изолирована. Возможно это по-

тому, что в эту сферу в свое время пришло большое количество людей, которые были не только профессионалами своего дела, но еще и разносторонне развитыми личностями. Все это сформировало вокруг полиграфической среды особый микроклимат, он некоторым образом закапсулировал отрасль.

Вот эти люди: умные, веселые, талантливые, разносторонние — еще одна причина, почему я остался в полиграфии. Хорошие люди — это то, чего всегда не хватает в жизни и то, к чему всегда тянешься. А в полиграфии почти все — такие!

### ■ Какое свое дело вы считаете основным?

Трудно сказать. И преподавание, и научная деятельность, и регулярная организация форума невозможны одно без другого. Это все одна большая деятельность, которая направлена на формирование и на поддержание уральского и российского рекламно-полиграфического бизнеса.

Мне хочется, чтобы рекламно-полиграфическое производство на Урале было впереди планеты всей. Чтобы наши выпускники всегда были востребованы на рынке, чтобы они формировали этот рынок и чтобы в будущем уральские специалисты играли одну из ведущих ролей в отрасли в стране. Поэтому основной своей задачей как преподавателя я вижу то, чтобы сформировать новых профессионалов, которые будут вовлечены в свое дело и заинтересованы в его развитии.

### ■ Кстати, о развитии полиграфической отрасли: какие перспективы есть сегодня у печатного дела?

Благодаря тому, что мы находимся в центре IT-образования на Урале — на радиотехническом факультете, мы так или иначе погружаемся в IT-индустрию. И я вижу, что полиграфия в последние годы все более тесно сплетается с «цифрой», имея в виду и новые способы обработки изображений и текста, и методы управления, и



уход от аналоговых технологий. Недаром несколько последних полиграфических форумов напрямую связаны с вопросами автоматизации.

Это одно из направлений, которое имеет широчайшие перспективы и огромный потенциал именно здесь, на Урале. У нас очень много талантливых молодых людей, уже имеющих опыт, которые способны прийти на рынок и решать задачи индустрии, если эти задачи будут четко сформированы. Я могу сейчас сказать, что сейчас полиграфическая индустрия даже не поспевает за возможностями рынка и находится в позиции догоняющей. Хотя надо, чтобы полиграфия и отрасль IT развивались параллельно.

Мне кажется, у российского полиграфического производства достаточно радужные перспективы. Например, сейчас у нас в стране активно развивается сельскохозяйственный рынок — и это, безусловно, даст толчок к производству упаковки и этикетки. Вот в этом сегменте явно будет (и уже наблюдается) рост.

### ■ Какие обстоятельства и люди сформировали ваш характер и отношение к жизни?

Мировоззрение мое и характер лет до 9-10 формировали родители. Но как только я вошел в более или менее осознанный возраст, одновременно появилось вокруг

#### Кем вы мечтали быть в детстве?

Следователем.

#### Любимая книга.

«Война и мир»

#### Любимая музыкальная группа.

«Битлз» и еще пара десятков почти таких же любимых.

#### Любимый кинофильм.

«Семнадцать мгновений весны».

#### Лучшее место на земле.

Там, где жарко, море и нет людей.

#### Самая значительная историческая личность.

Александр Невский.

#### Кто знает вас лучше всех?

Конечно, жена.

очень много интересных и неординарных людей, которые оказали влияние на меня, и на мое жизненное ощущение.

Вообще, мне как-то везло с этим. Я до сих пор глубоко благодарен уникальным (без всякого преувеличения!) педагогам Валерию Георгиевичу и Нине Георгиевне Булановым, в моем детстве и отрочестве руководителям хоровой музыкальной школы № 1 и хора «Аврора», где я имел счастье петь в детстве.

Практически все учителя и «музыкалки» и моей общеобразовательной школы №43 были людьми с большой буквы. Даже среди моих одноклассников и одноклассников собралось столько неординарных личностей, что, несмотря на детский возраст, я вовремя получил «прививки» правильных черт характера. Не все они, к сожалению, прижились во мне, но многое во мне именно оттуда, из-за парты.

Словом, людей, которые сформировали меня как личность, повлияли на характер и отношение к жизни, множество. Все они вложили в это часть себя — за что я им крайне благодарен, хоть не могу сказать «спасибо» каждому персонально.

### ■ Что придает смысл вашей жизни и делает вас счастливым?

Из очевидного — семья. Жена моя — умница, красавица, комсомолка и просто хороший человек, а в дочке я вижу продолжение себя. Но есть и другие глубинные факторы, в частности — постоянное движение вперед, поиск чего-то нового и возможность отдать то, что ты нашел, другим. При этом я не люблю борьбу, мне ближе убеждение словом. Тут я слышу созвучие Лао Цзы: «Чтобы быть сильным, надо быть как вода. Нет препятствий — она течет; плотина — она остановится; прорвется плотина — она снова потечет; в четырехугольном сосуде она четырехугольна; в круглом — кругла. Оттого, что она так уступчива, она нужнее всего и сильнее всего».

Счастливым ты становишься, когда понимаешь: то, что ты делаешь, — не бесполезно. Если твое дело нужно людям, если оно делает мир немного лучше, интереснее, если оно подвигает кого-то к поиску научной истины — то это, на мой взгляд, и есть счастье.

### ■ Как вы относитесь к неудачам?

На самом деле, жизнь полна неудач: даже при хорошем планировании далеко не всегда удастся достичь того, что хочется. Поэтому я привык к разочарованиям и отношусь к ним философски. Сегодня они есть, завтра нет.

Кроме того, неудачи катастрофического толка бывают очень редко. Чаще всего их можно расценивать как приобретение опы-

та, в них можно найти какое-то положительное, рациональное зерно. Бывают и такие случаи, когда удастся обратить неудачу себе на пользу. Справедливости ради скажу, что это бывает редко.

Так или иначе, неудача — это не повод складывать руки, а дополнительный «волшебный пендель».

### ■ Чего хотелось бы достичь в жизни?

Сложный вопрос. Наверное, хотелось бы достичь состояния внутренней гармонии, которое не позволяет внешним факторам слишком сильно влиять на тебя. И самое главное — научиться убеждать других людей в том, во что ты веришь сам. Ну а так, конечно же, я за мир во всем мире. Пускай никто не воюет и не болеет.

### Что вы можете сказать о непростом 2020-м годе (как преподаватель)?

Очевидно, что нас заталкивали, заталкивают и будут заталкивать в дистанционные форматы обучения. В рамках эпидемии это, возможно, оправдано. Но все-таки и для таких случаев нужно изобретать другие формы.

Инженерное образование, которое мы даем, немислимо без практики. Когда ты работаешь со сложными механизмами и, одновременно, с людьми — тут необходима практика, живое общение, наставничество. А в дистанционном формате и подготовка студентов, и процесс оценивания их работы проходит несколько формально. Я уже не говорю о потере воспитательной составляющей.

### Чему вас научила пандемия?

Я за это время получил вынужденный опыт тайм-менеджмента, пришлось более тщательно планировать рабочее время. С другой стороны, более структурированная жизнь дала возможность использовать свободные «тайм-слоты» под личное обучение. Кроме того, дистанционка научила меня всегда иметь под рукой резервные мощности и каналы связи для контакта с аудиторией.

### Под каким девизом вы жили в 2020 году — и под каким вступаете в 2021-й?

Все пройдет. В старом мультике Свердловской киностудии про Муми-тролля был такой персонаж, Ондатр. Он все сидел в кресле-качалке и читал книжку «О тцете всего сущего». Когда я был маленьким, мне было непонятно, про что эта книга. Сейчас я ох как понимаю! Поэтому, еще раз: все пройдет и все будет хорошо. С наступающим Новым годом, друзья!

## Фотокниги: стильный элемент

### Как устроена индустрия печати воспоминаний?

Изготовление фотокниг — противоречивая, неоднозначная ниша. Однако к этому сегменту полиграфисты и клиенты проявляют интерес. Мир фотокниг не будет прежним, к которому многие привыкли. Тогда каким он становится? Эта история создается на наших глазах.

#### На страницах истории

Активное развитие фотокниг началось в XX веке благодаря фотохудожникам. Они поставили на поток выпуск собрания своих работ в виде полноформатных альбомов с красочными иллюстрациями, отпечатанными на бумаге. Качество печати, позволяющее передавать малейшие нюансы, подвигло издательства к выпуску тематических коллекций фотографий для ценителей фотоискусства в твердом переплете — книги для журнального столика.

История развития фотокниг похожа на американские горки. Это взлет и всплеск интереса к новому направлению, затем ровное отношение. В середине XX века фотокниги имели особенное положение благодаря наглядности и возможности снабжать привлекательные фото на глянцевых страницах вдохновляющими надписями. В 2010-2015 годах это был топовый подарок для всех выпускников школ. На каком этапе мы сейчас? Среди профессионалов встречается мнение, что фотокниги — это на самом деле чистый маркетинг. Продажи по

сравнению с общим числом фотослужб невелики. «В свое время всем хотелось «волшебную пилюлю» от падения спроса на фотографии, и печатники фотографий получили ее, даже правильнее сказать, сами создали и сами поверили. Сейчас процветают они только в сегменте «школьная фотография».

Американские горки — это всегда неожиданные повороты, и кажется, пора держаться крепче. Индустрия меняется, и интерес «перекочевал» из школьных альбомов в солидные свадебные альбомы, в сегмент семейных подарков и даже предметы интерьера. **Михаил Макашин, технический директор компании «Екб-фото», фотолaborатории «Печатник» и онлайн-проекта «Принт-платформа» (Екатеринбург)**, подтверждает, что сейчас в приоритете коллекционные издания: «Нам очень нравится работать с детскими профессиональными фотостудиями и свадебными фотографами. Когда работаешь с фотографией, которая несет радость и позитив, сам становишься чуть добрее. Из последних проектов,

запомнилась работа с фотографом по созданию книг, посвященных путешествию на шестой континент — Антарктиду. Получились очень интересные, атмосферные фото».

В Екатеринбурге более 30 предложений от местных компаний по изготовлению фотокниг, плюс многие московские типографии готовы выполнить заказы и организовать доставку в регионы. При этом местные типографии с интересом исследуют новое направление и планируют в новом году рассмотреть сотрудничество. Так, например, по словам **Екатерины Селезневой, соосновательницы типографии «Самоцвет» (Арамил)**, в ближайшей перспективе сотрудничество с одной крупной московской компанией. Компания специализируется исключительно на фотокнигах. И это не единичный случай.

«Направление фотокниг мы развиваем уже более 10 лет. Последние несколько лет мы фиксировали постоянный рост объемов. 2020 год оказался непростым, но по итогам можно сказать, что если падение есть, то незначительное», — делится **Михаил Макашин**.

#### Трансформация

Если проанализировать статистику заказов, то наиболее популярным продуктом сейчас у заказчиков, по наблюдениям Михаила, стали фотокниги «стандарт» и «полиграфические» фотокниги, их выбирают из-за оптимального соотношения цены и качества. 60% объема занимают книги, выполненные на основе классической «сырой» фотографии. Частично такие книги начали замещать многостраничные фотокниги, напечатанные «цифровым» способом. При этом основными можно считать книги выпускной тематики, свадебные книги и книги новорожденных.





Главное, что меняется и почему сейчас снова идет движение вверх: новый формат. «Первые станки для изготовления фотокниг мы выбрали очень долго, ведь с оборудованием приходится выбирать технологию производства. Выбор был сделан в пользу итальянского производителя PhotoStory. Это была отправная точка для развития, расширения парка оборудования. Два года назад мы запустили новый для нас формат фотокниг. Это книги, напечатанные «цифровым» методом. Для этого была запущена в работу печатная машина Xerox. Модель позволяет получать высокое стабильное качество печати. Благодаря этому мы теперь предлагаем нашим клиентам качественный недорогой продукт. Сейчас это направление становится привлекательным для заказчиков», — делится **Михаил Макашин**.

### Впечатлить клиента

Главной особенностью взаимоотношений с заказчиками **Михаил Макашин** считает индивидуальный подход. Благодаря этому принципу многие клиенты работают с компанией долгие годы. Изначально основным видом деятельности компании была профессиональная печать фотографий. «Мы первые в нашем городе начинали работать в круглосуточном режиме. Техническая поддержка клиентов также работает круглосуточно. Причем общаются с клиентами не операторы коллцентра, а сотрудники, которые занимаются печатью фотографий профессионально на протяжении нескольких лет.

Мы очень трепетно относимся к качеству продукта, который отда-

ем заказчику. По этой причине мы не занимаемся переработкой заказов. Вся продукция нашей компании изготавливается только собственными силами на собственных производственных мощностях. Четкое понимание своих возможностей позволяет нам оперативно реагировать на вопросы наших клиентов и выполнять зачастую заказы, за которые не берутся другие производители. Основным критерием для изготовления фотокниг мы считаем высокое качество. Именно поэтому мы ведем постоянный контроль материалов и оборудования, используемых в производстве, и никогда не берем заказы, которые не можем выполнить своими силами».

С первых дней работы у компании «Екб-фото» было четкое понимание, что взаимодействие с клиентами надо строить в онлайн-режиме. У компании одной из первых появился полноценный сайт с возможностью оформить заказ не выходя из дома. Организована собственная служба доставки, и это позволяет доставлять заказы максимально оперативно. На данный момент компания развивает несколько проектов. Один из которых: платформа с онлайн-редактором для верстки фотокниг и другой продукции различной тематики. Этот инструмент позволяет клиенту самостоятельно создать фотокнигу для печати.

### Высокие материи

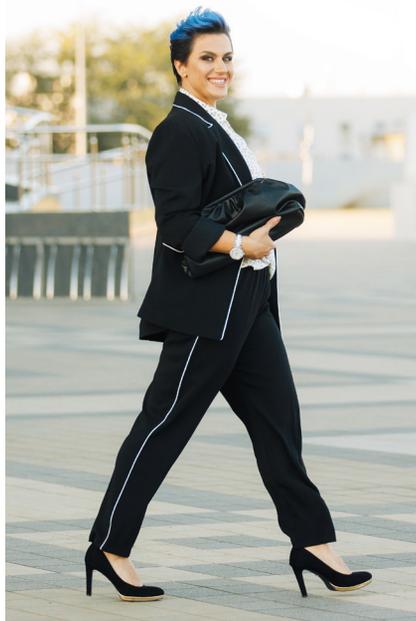
От выбора материала зависит значительное качество результата. Клиенты сегодня требовательны и «избалованы» обилием материалов и часто «встречают по обложке». «Когда мы начали заниматься этим направлением, большого выбора пос-

тавщиков материалов не было. Книжки только начали заходить на рынок России. При этом европейские технологии на тот момент развивались уже более 10 лет. По этой причине выбор был сделан в пользу европейского бренда. На данный момент появляются новые материалы различных производителей, что-то начали производить у нас в России. Мы постоянно ведем изучение новых технологий сборки книг, некоторые внедряются в работу, часть не проходит дальнейшее тестирование», — описывает ситуацию **Михаил Макашин**.

Теперь звание «стильная фотокнижка» заслужить сложнее. Компании, которые представляют исключительно фотокнижки, оказываются трендсеттерами. Их основатели развивают личный бренд и становятся инфлюенсерами. И благодаря многотысячной аудитории популяризируют свой продукт. Один из лидеров продаж в сегменте фотокниг премиум-класса, компания «Периодика пресс», предлагает фотокнижки с такими характеристиками: тактильно приятная обложка, сложного, глубокого цвета. Страницы из матовой дизайнерской бумаги натурально-белого цвета, 150 г/м<sup>2</sup>. Полупрозрачная вставка из кальки в начале и в конце книги. Тиснение черной фольгой на обложке и корешке книги. Экологичные и качественные материалы и матовая дизайнерская бумага. Если говорить о выборе коллег по цеху, компания «Фотосфера» (Москва), печатает развороты фотокниг на высококачественной профессиональной фотобумаге Fujicolor Crystal Archive Digital тип DP II: матовая, глянцевая или тисненая (шелк). Она обеспечивает широкий цветовой охват и точность цветопередачи. «Мы выбрали цифровую печать, потому что она позволяет нам печатать на приятной руке дизайнерской бумаге. Для нас важны тактильные ощущения, плотность страниц, их некая крафтовость — ваша фотокнижка будет напоминать дизайнерский журнал».

Сейчас появляются новые форматы, компания «Периодика Пресс», например, представляет новый продукт — зинбук. Это слово еще не знают поисковые системы. Так что это уже другая история.

## Кризис — это новые возможности?



Трудности делают нас сильнее — фраза известная. Но как эту теорию переложить на практику? Что делать типографиям, когда кажется, что выхода нет? Есть выход — развиваться. **Виктория Ручка, генеральный директор типографии RUCHKA (Краснодар)**, — пример для вдохновения.

**■ Виктория, по вашим ощущениям, на каких скоростях сейчас развивается отрасль и типография Ruchka?**

Неоднозначный вопрос. По каким критериям и цифрам считать скорость развития? По выручке, прибыли или сумме инвестиций в бизнес?

Многие типографии сейчас переобуваются и целятся в направление «упаковка». Я наблюдаю за тем, как улетает б/у оборудование для производства упаковки, и если считать через суммы инвестиций, то отрасль развивается. Если смотреть через призму прибыли — скорее стагнирует, многие до сих пор не компенсировали потери после локдауна.

Типография Ruchka развивается, правда, не с той скоростью, с которой бы мне хотелось. Мы активно инвестируем в производство, обновляем парк оборудования. Весной установили новую фальцесклею Omega 6 точек. Провели оптимизацию производства, строим новый цех, продали

ненужное оборудование, запускаем под новые проекты те машины, которые стояли без дела. Расширили спектр предлагаемой продукции. Сегодня я расписала продуктовую матрицу на 56 видов товаров по шести направлениям. Выхожу на рынок B2C под брендом RUCHKA.

**■ Что сейчас в отрасли вы бы назвали «Лидер продаж»?**

Упаковка. Пока это единственная ниша, которая стабильно растет. Более того, я вижу активный интерес производителей к упаковке. Стало больше заказчиков, которые стремятся в более дорогой сегмент, а там покупатели обращают не только на качество, но и на упаковку.

Из-за кризиса среднего класса практически не стало. Вырос премиум сегмент и вырос сегмент ниже среднего. Спрос на упаковку премиум растет. Те, кто печатали дешевую, хотят еще дешевле. Все логично. Чтобы понимать, куда вам нужно, почитайте статистику по доходам населения и что покупают. Типографии обеспечивают производителей товаров. Что растет, для тех отраслей и печатать. Логика.

**■ Что делает типографию успешной?**

Ожидание = реальность. Когда заказчик получает ровно то, что ожидал. Также я всегда стараюсь обратить внимание руководителей типографий на точки контакта с клиентом, сервис, качество, скорость. Про цену не говорю, я никогда не участвовала в ценовых «войнах» и дешево не продавала. По последним опросам, нашим заказчикам важны в большей степени качество, на втором месте скорость, и только на последнем — цена. Дополнительно отмечали высокий уровень вовлеченности менеджера в реализацию их проектов.

На полиграфическом форуме я говорила о заботе. Это тренд в продажах. Когда вы проявляете заботу — заказчик к вам лоялен. В чем проявляется забота? Как минимум, честно говорить о том, что на листе есть свободные поля и они могут туда что-то разместить или заранее преду-

предить о подводных камнях в плане производства. Заказчики — не полиграфисты. Знаете, что я чаще всего слышала, когда возникала ошибка по вине заказчика — «Вы же профессионалы, почему не предупредили?». Нельзя думать о том, что заказчик может знать тоже самое, что и вы, и что он может предусмотреть возможные проблемы с его продукцией. Поэтому одна из частей заботы — заранее проговорить все моменты. Вы же когда приходите к врачу, вас сразу предупреждают о всех последствиях. Вы такие же врачи, только в полиграфии.

**■ С чем в первую очередь нужно «бороться» полиграфистам?**

С устаревшими правилами. На рынок выходят молодые креативные ребята. Еще лет 5, и «старичков» не станет. Без обид. Себя не отношу к молодняку, и я чувствую, как мне дышат в затылок. Эта одна из причин, почему я регулярно учусь и внедряю новые инструменты. На данный момент обучаюсь в бизнес-школе по двум направлениям. В следующем году хочу освоить новую профессию.

Второе — снять корону. Полиграфия — такой же бизнес, как и все остальные. Здесь работают те же механизмы. Пока есть иллюзия уникальности, кажется, что невозможно применить работающие инструменты систематизации, стандартизации в нашей, столь креативной, сфере. Но скажу так: даже процесс креатива — это система.

**■ Как развивать личный бренд? Почему это выгодно компании?**

Личный бренд — это мощный актив. Люди работают с людьми. Развивать можно разными способами. Сейчас мир в онлайн, основное — социальные сети. Инстаграм, фейсбук, писать статьи, давать интервью, участвовать в конкурсах, общаться с коллегами, выпускать качественный контент, выступать на форумах.

Я начинала через инстаграм, транслировала свои ценности, делилась мыслями. Позже меня стали приглашать выступать на форумы, бизнес-завтраки, участвовать в пря-

мых эфирах. В прошлом году участвовала в нескольких премиях, победила. Приглашают как автора писать статьи. Сейчас тренд — женщина в бизнесе.

Чем помогает развитый личный бренд? Если вы совпадаете по ценностям, то с вами хотят работать как заказчики, так и сотрудники. С вами заранее знакомятся, и уровень доверия значительно выше — не нужно долго рассказывать, какой вы классный, и так все ясно.

За последнее время ко мне увеличился поток целевых клиентов. По рекомендации или прочитав обо мне на каком-то из ресурсов. Также ко мне в команду пришли классные сотрудники «Хочу с тобой работать».

Путь развития личного бренда — это вопрос не одного месяца. Это системная работа, состоящая в первую очередь из стратегии — какой результат вам нужен? Личный бренд — это фильтр вашей целевой аудитории.

### ■ Как «освежиться», взбодриться типографиям?

Приглашать специалистов из других отраслей. Наблюдаю, как типографии друг у друга переманивают профи, но по факту все варятся в одном соку. Если вы хотите внести что-то свежее в свой бизнес — нужны люди из других отраслей. Большая часть моих сотрудников никогда не работала в типографии, они обогатили своими знаниями и опытом мою компанию.

Я периодически собираю сотрудников и предлагаю решить ту или иную задачу. Каждый накидывает варианты. И самые крутые у тех, у кого не замылен глаз полиграфической рутиной — у новичков.

### ■ Как можно посмотреть на проблемы под другим углом?

Посмотреть в прошлое. Я уверена, что всегда все падения вели к росту. Задать себе вопрос: Каковы были мои решения, из-за которых я сейчас нахожусь в такой ситуации? Что могла сделать по-другому? Какие новые правила введу в свою жизнь, чтобы не допустить похожих ошибок? Ответственность — это готовность справляться с последствиями ранее принятых решений.

Я люблю ошибки, это лучший способ вырасти и изменить свою жизнь. Если вы, конечно, не в образе жертвы и весь мир ополчился против вас.

### ■ Как коучинг может помочь полиграфистами сдвинуться с мертвой точки?

Да просто начать применять вышеописанные вопросы в своей жизни. Это коучинговые вопросы для саморефлексии.

Коучинг — это универсальный инструмент, который повышает уровень осознанности, помогает наладить коммуникацию, достигать целей, быть в балансе, жить здесь и сейчас. Коучинг учит задавать вопросы, слушать и слышать, быть вовлеченным.

Как только полиграфисты научатся слушать и слышать хотя бы своих сотрудников, атмосфера внутри компании сильно изменится. Вокруг вас находится огромный ресурс, который мало кто использует.

### ■ Как получить от трудностей максимум выгоды?

Когда все валится, можно увидеть другие векторы развития. Теряется смысл оставаться там, где ты был. Каждый руководитель проходит стадии принятия: отрицание, гнев, торг, депрессия, принятие. Из стадии принятия видно «куда, как, зачем». Именно в этой стадии появляется четкая цель, происходит рост энергии, желание идти новой дорогой.

Кризис дает возможность оптимизировать производство, отрезать ненужные «кусочки», пойти в новое. А идем мы в новое, потому что позади еще страшнее, чем впереди. Ведь чаще всего нас тормозит страх. Страх — это проекция будущего, которое не произошло.

### ■ Как мыслить в кризисных ситуациях?

Обычно я думаю так «Никто не умер, у меня богатый опыт. Если все рухнет, я на пепле построю новое», и меня отпускает. Пять стадий принятия проживаю достаточно быстро. В спокойном, сосредоточенном состоянии принимать решения значительно легче, чем когда ты в хаосе и истерике. Поэтому главное — помнить, кто вы есть, ценить себя не по нако-

пленным материальным ценностям, а по опыту, который у вас в голове. Если вы смогли выстроить бизнес один раз, то сможете еще и еще, потому что важен навык и опыт. И все последующие разы у вас будет получаться быстрее.

### ■ Как люди, команда может «вывести» все?

Команда все может, если это команда. Часто происходит подмена понятий «команда» и «рабочая группа». Команда — это когда если у компании убытки, то все теряют в доходах и никто не высказывает в возгласом «А я тут причем, это менеджеры плохо работают». В команде все несут равную ответственность, в рабочей группе только персональную.

Чем хороша команда? Это люди, объединенные общей целью, ценностями, мотивацией, правилами. Они взаимозаменяемы, так как работа в команде дает возможность обмениваться знаниями, учиться друг у друга, поэтому, когда кто-то выпадает из процесса, работа не останавливается.

Построить хорошую команду — это сложный и трудоемкий процесс для лидера. Командная работа дает возможность «сожрать слона» по частям. Но не везде нужна команда, чаще достаточно рабочей группы.

Про командообразование я могу говорить долго, так как изучаю этот процесс и строю команды внутри своего бизнеса. Бонус, который получаю — свобода. Летом я переехала в Москву, не появлялась в типографии два месяца, команды сработали на отлично. Позже стала приезжать по неделе и докручивать механизмы, сейчас перестраиваю структуру и вижу, кого мне не хватает.

### ■ Как меняются отношения компании и клиента, компании и партнеров?

В нашем случае отношения сдвигаются к более открытому общению. Одна из главных ценностей, которую я транслирую — забота. Клиенты это чувствуют и видят. Да, мы не идеальные, мы тоже делаем ошибки, но одно то, что мы открыто это признаем и исправляем, дает возможность выстраивать лояльные отношения с клиентами.

## Новая эра экологичной бумаги с «Европапир»

В связи с растущим спросом на переработанную бумагу компания «Европапир» расширила свой ассортимент Color Style, включив в него новую цветную бумагу и картон, изготовленные на 100% из переработанного сырья. Color STYLE Recycling дополнила коллекцию Color STYLE, чтобы привлечь внимание любителей ЭКОбумаг.

**Color STYLE Recycling** — это впечатляющий ассортимент грубой цветной бумаги и картона из 100% переработанных волокон, сертифицированных FSC и отмеченных экологическим знаком «Голубой ангел». Ассортимент предлагает широкий выбор ярких и насыщенных цветов.

Благодаря 16 новым освежающим цветам **Color STYLE Recycling** дизайнеры могут реализовывать свои творческие проекты на переработанной бумаге. Выбор цветов варьируется от ярких тонов (например, солнце, мандарин, рубин или яблоко) до спокойных тонов (орхидея, лазурь), земляных тонов (табак, сахара) и нейтральных тонов (сланец, обсидиан, алмаз или черный).

Доступны все 16 цветов плотностью 120 и 270 г/м<sup>2</sup> в формате 70x100. Кроме того, доступны 5 выбранных цветов плотностью 350 г/м<sup>2</sup> (бриллиант, рубин, сапфир, обсидиан и блестящий черный).

Color STYLE Recycling производится из 100% переработанных волокон, а также удостоен сертификата Blue Angel, который является высшим стандартом экологичного потребления и подтверждает, что бумага была **произведена с особой экономией энергии и воды**. Кроме того, **не содержит хлора и кислот** и поэтому **безвредна для здоровья и окружающей среды**. Новый ассортимент соответствует стандарту DIN EN 71-3, что делает его **безопасным для использования** в производстве игрушек.

**Сделайте свой бренд экологичным**, используя Color STYLE Recycling для высококачественной упаковки, листовок, плакатов, папок, конвертов и т.д. Вы подчеркнете экологический имидж вашего бренда,

не идя на компромисс между дизайном или качеством.

Color STYLE Recycling предлагает не только **превосходную цветовую гамму**, но и **отличную однородную поверхность** для печати. Обладает **хорошей цветопередачей**, что делает бумагу идеальным выбором для широкого спектра применений, включая обложки, роскошную упаковку, поздравительные открытки, приглашения, визитные карточки, календари и т. д. Color STYLE Recycling одинаково подходит для офсетной, трафаретной, высокой, цифровой печати и обеспечивает **превосходные процессы отделки**.

Первые впечатления имеют решающее значение в любой среде, но особенно в творческом мире. «Европапир» с гордостью представляет серию Color STYLE, подходящую для любого проекта.

Up-Cycling — растущая тенденция в бумажной промышленности. Это означает использование отходов, предназначенных для выбрасывания. Используется для создания новых, ценных предметов. Мы в «Европапир» высоко ценим Up-Cycling и твердо убеждены в том, что переработка сырья имеет большое значение для всех нас. И тем более в будущем!

Мы заботимся об экологическом воздействии наших бумаг. Вот почему наш ассортимент экологически чистых бумаг отражает все более популярную международную тенденцию в области ЭКОпродуктов. Мы предлагаем нашим клиентам все больше и больше возможностей сде-

лать свои бренды экологически сознательными, не теряя при этом высокого качества и дизайна печатного проекта!

Именно поэтому сегодня мы представляем последние дополнения к нашему постоянно обновляемому ассортименту: SH Recycling Grass и Kaffee Papier recycelt.

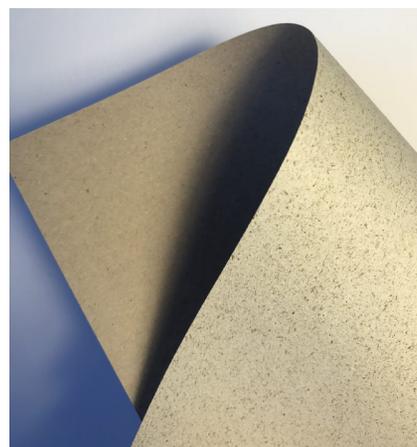
**SH Recycling Grass — наш новый переработанный картон с содержанием волокон травы.**

В течение многих лет мы добиваемся успеха с нашим ассортиментом SH Recycling, который сделан из 100% переработанного волокна и все чаще используется в упаковке премиум-класса. Теперь SH Recycling Grass дополняет и расширяет ассортимент «Европапир», предлагая нашим клиентам вариант бумаги и картона, который содержит **30% высушенной на солнце травы и 70% волокон вторичной бумаги**.

**Выбрав SH Recycling Grass, вы можете сделать свою упаковку еще более «зеленой» и подчеркнуть концепцию устойчивого развития вашей компании!**

Для производства гранул травы требуется меньше энергии, воды и химии. Это связано с тем, что в отличие от древесины трава практически не содержит лигнина, который необходимо растворять в сырье.

Упаковка, изготовленная из SH Recycling Grass, **безопасна для пищевых продуктов** при контакте с сухими, нежирными продуктами питания, а также с продуктами, очи-



ценными или промытыми перед употреблением. Он подходит для офсетной и трафаретной печати, прекрасно зарекомендовал себя в цифровой печати, а также подходит для всех распространенных методов последующей отделки.

«Европапир» предлагает ассортимент SH Recycling Grass плотностью 120 и 350 г/м<sup>2</sup>. Обратите внимание, что в варианте 120 г/м<sup>2</sup> одна сторона покрыта травой, а другая — хорошо известной коричневой поверхностью вторичной переработки SH. Для материала 350 г/м<sup>2</sup> с обеих сторон наносится травяное покрытие.

**Kaffee Papier recycelt / Coffee Paper — наша новая линейка продуктов с повышенным содержанием кофейных волокон.**

Экологическая сознательность и устойчивость являются важными компонентами коммуникации бренда. Кофейная бумага демонстрирует это с первого взгляда: **переработанные кофейные частицы и 100% переработанные волокна** придают ей эффектный рисунок и **явно**

**экологичный характер.** Уникальная оптика и отличные возможности печати делают **Kaffee Papier recycelt** идеальным материалом как для упаковки, так и для печати.

Так же, как и при производстве травяной бумаги, добавление **5% остатков кофе в целлюлозную массу** заменяет традиционную целлюлозную массу и **требует меньше воды и энергии для производства.** Бумага состоит из кофейной кожуры, которая падает при обжарке кофе. Его поставляют на предприятиях в Нидерландах и Германии. Из-за переработанного содержимого **каждый лист бумаги уникален** и возвращается в потребительский цикл. Kaffee Papier recycelt родился из растущего желания компаний и клиентов иметь особые и эксклюзивные качества выбранной ими бумаги.

Kaffee Papier recycelt является **безопасным для непрямого контакта пищевых продуктов.** Покажите своим клиентам, что ваш бренд ценит устойчивость и заботится об окружающей среде, используя Kaffee Papier recycelt для



брошюр, годовых отчетов, а также канцелярских товаров, почтовых отправлений, упаковки и даже самоклеящихся этикеток. Вы можете добиться **потрясающих результатов** благодаря **оптимальным возможностям** печати при офсетной, лазерной печати, а также терморефлективной печати. Эта бумага прекрасно подходит **для всех видов отделки!**

*По материалам компании «Европапир»*

**С НОВЫМ ГОДОМ!**

ЭТОТ ПРАЗДНИК ДАРИТ НАМ  
НОВЫЕ НАДЕЖДЫ И ЗАСТАВЛЯЕТ  
ВСПОМНИТЬ ХОРОШИЕ ДЕЛА.  
ПУСТЬ В НОВОМ ГОДУ ВАМ  
УЛЫБАЕТСЯ УДАЧА, А ДОСТИЖЕНИЕ  
ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ ДАЕТСЯ ЛЕГКО.  
ЖЕЛАЕМ, ЧТОБЫ НОВЫЙ ГОД ПРИНЕС ВАМ  
ОГРОМНЫЙ ЗАРЯД БОДРОСТИ,  
ЖЕЛЕЗНОЕ ЗДОРОВЬЕ,  
ДУШЕВНОЕ СПОКОЙСТВИЕ И ОПТИМИЗМ.

**С ПРАЗДНИКОМ И ВСЕХ БЛАГ!**

**1<sup>ST</sup> OF ALL**

**EUR PAPIER**  
www.europapier.ru

*Уважаемые партнеры, коллеги, друзья!*

*Коллектив компаний «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «Хубергруп РУС»  
поздравляет вас с наступающим волшебным праздником!*

*Пусть год идущий станет для Вас этапом на пути к достижению новых целей, а  
Новый год поможет в их реализации.*

*Желаем Вам финансовой стабильности, смотреть с уверенностью  
в завтрашний день, семейного благополучия, здоровья и успеха во всех начинаниях...*

*Вместе продолжаем делать мир ярче!*

**oktoprint SERVICE**  
ООО «ОктоПринт Сервис»  
WWW.OKTOPRINT.RU

**huber group**  
ООО «Хубергруп РУС»  
WWW.HUBERGROUP.RU

Уральский федеральный университет  
Технология полиграфического производства  
РАИ  
Печатный БИЗНЕС полиграфия & реклама

**УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ**

**XI Зимний форум переносится на неопределенный срок.  
Следите за новостями в социальных сетях**

✉ [uralprintforum@ya.ru](mailto:uralprintforum@ya.ru)

**ПЕЧАТНИК.com**  
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

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

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

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

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

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ  
УЖЕ СЕЙЧАС!**

**САНТАЙ**

**Услуги:**

- Изготовление и обрезинивание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

**Дополнительные услуги:**

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

Россия, 661014, г. Иркутск, ул. Толевая, 4  
+7 (950) 123-78-45, +7 (3952) 709-272  
e-mail: [709272@mail.ru](mailto:709272@mail.ru)  
[www.santai-val.ru](http://www.santai-val.ru)

*С Новым 2021 годом!*

# *С Новым 2021 годом!*

*Коллеги, пусть каждый из 365 дней будет  
именно таким, каким вы хотите.  
Ярким, интересным, насыщенным, радостным.  
Пусть в сутках будет столько часов,  
сколько вам нужно для достижения цели!  
И пусть клиенты круглосуточно  
выбирают ваши предложения!*



ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО  
Режевская типография



*Дорогие друзья, коллеги и  
партнеры!*

*Режевская типография  
поздравляет вас с Новым 2021  
годом!*

*Это будет год больших поступков  
и событий.*

*Каждый из нас сможет сделать  
то, о чем давно мечтал.*

*Бык, как мы помним, трудолюбив.  
И от нас он потребует этого же.*

*Так пусть белый металлический  
бык поможет вам в этом году во  
всем!*

*Будьте здоровы! Берегите себя!*



 **maxima**

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  
MS 80 BP

Производитель: CZECH REPUBLIC



Предложения носят исключительно информативный характер

*С Новым 2021 годом!*

*Будьте здоровы. Желаем вам внутренней силы,  
энергии, уверенности в будущем.*

 г. Екатеринбург  
пер. Трактористов, 4

 8 (343) 28-601-28

 [www.rezaki-maxima.ru](http://www.rezaki-maxima.ru)  
[www.grs1.ru](http://www.grs1.ru)