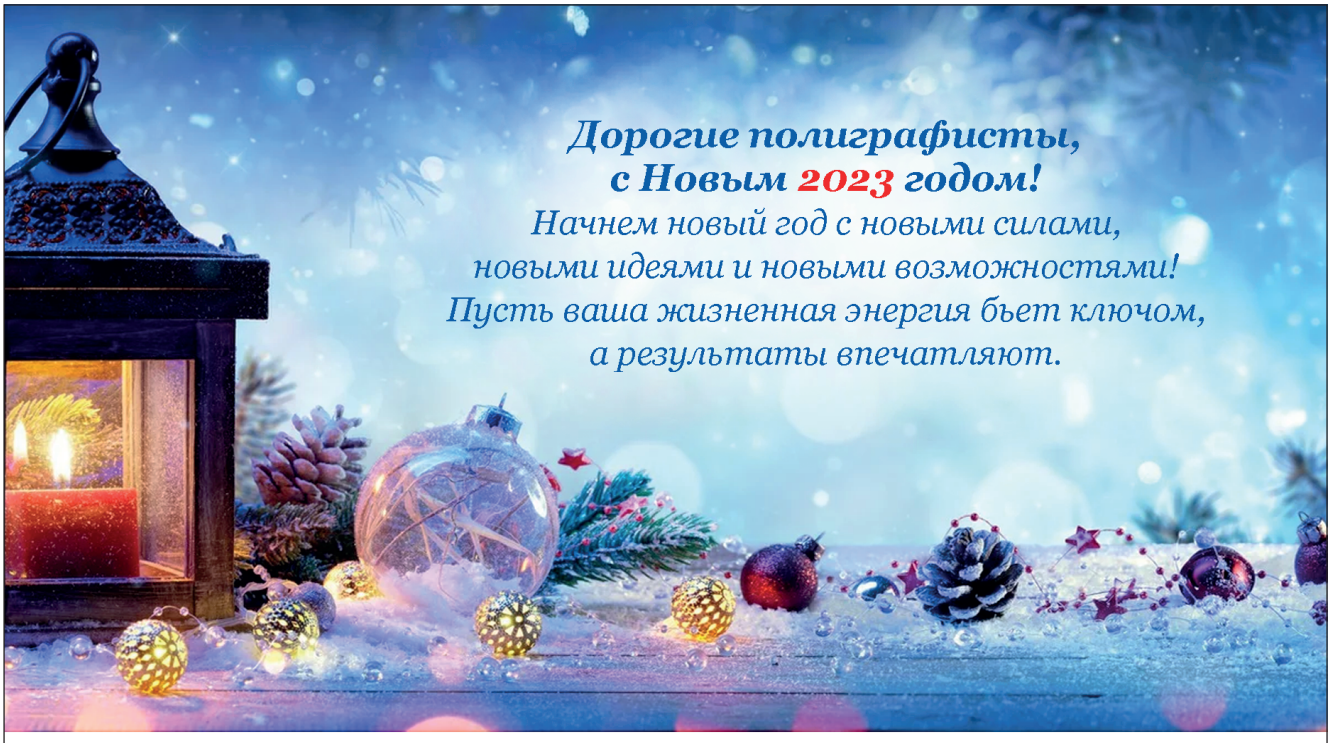
Печатный бизнес

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№6 (146) ноябрь-декабрь 2022

Итоги года
Печать на текстиле
Голос полиграфии: Ирина Плотникова и Ольга Климова
Александр Руденко: стандарты для цифровой печати
Виктория Ручка: полиграфический форум в Краснодаре



Формат

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

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

WWW.FORMATLTD.RU

Дорогие полиграфисты,
с Новым годом!

Подводить итоги — дело серьезное. Делать это в турбулентный период особенно сложно. Мы благодарны каждому герою рубрики за доверие и желание поделиться добрыми новостями. Нам важно видеть свет, веру и надежду. Коллеги, пусть даже в самую холодную зиму у вас на душе всегда будет тепло!

2022 год показал, что возможности для развития есть всегда, можно мыслить по-новому и получать новые результаты. С таким настроем будем делать шаг в новый год. Уверены: это будет год инноваций, прорывных решений и лидерства. Идем вперед, поддерживаем друг друга и добиваемся мощных результатов. Вместе мы быстрее, лучше, сильнее!

Берегите себя и своих близких!

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

Читайте в номере:

НОВОСТИ

2 Mimaki UJV55-320 в фабрике рекламы KLЯKSA (Тюмень)

ПОЗДРАВЛЕНИЯ

3 «Запускай», «Копия», «Графические системы»

13 «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

17 Chembyo

21 «Европапир»

24 «Гардарика», «Режевская типография»

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

4 11 вопросов о печати на текстиле

16 Chembyo: как выбрать увлажняющую добавку?

ИТОГИ ГОДА

8 Полиграфисты подводят итоги года

ГОЛОС ПОЛИГРАФИИ

14 Ирина Плотникова и Ольга Климова, редакционно-издательский отдел УрФУ

ВКЛАД В ПОЛИГРАФИЮ

18 Александр Руденко: стандарты для цифровой печати

ДЕТАЛИ

20 Новинки «Европапир»

ВЫСТАВКА

22 «Реклама-2022»

АНОНС

23 Виктория Ручка: полиграфический форум в Краснодаре

ОБЛОЖКА, ПОЗДРАВЛЕНИЯ:

«ЯМ Интернешнл (Урал)», «Формат», «Сантай», «Уральский полиграфический форум», «Печатник», «Мимаки-Урал», Printech-2023

16+

Сайт издания

Учредитель: ООО «Цифровые решения». Главный редактор: Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). Журналисты: Семейкина М.В. (semejkina.margo@mail.ru), Ушакова М.А. Дизайн и верстка: Кузнецов Г. М. 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 (146) ноябрь-декабрь. Подписано в печать: 14.12.2022. Выход в свет: 19.12.2022. Печать: типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Титова, 19Б). Тираж: печатная версия — 1 000 экз., электронная рассылка — 17 000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.

© 2022 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

Первый в Тюмени

Флагманская модель Mimaki UJV55-320 в фабрике рекламы KLЯKSA (Тюмень)

ГК «РуссКом» предприниматели доверяют уже 30 лет. «Графические системы» — также один из лидеров среди поставщиков оборудования и расходных материалов. Клиенты у компаний амбициозные, они ценят качество, высокий сервис и долгосрочное сотрудничество.

Яркий пример партнерства профессионалов — совместная работа компаний «РуссКом», «Графические системы» и фабрики рекламы KLЯKSA, которая началась еще много лет назад. На производстве фабрики инсталлировано множество моделей оборудования данных поставщиков, от текстильного принтера до режущего плоттера. В декабре парк оборудования компании KLЯKSA пополнился уникальной флагманской моделью — Mimaki UJV55–320 с максимальной шириной печати 3200 мм.

Сергей Бакшиш, генеральный директор компании «Графические системы»: «Мы реализовали этот масштабный проект совместно с нашим партнером, компанией «РуссКом». Mimaki UJV55–320 — машина высокого уровня, которой нет равных в Тюменской области. Это большой шаг вперед для компании, который позволит осваивать новые ниши. Теперь у команды KLЯKSA есть возможность оперативно воплощать в жизнь заказы высокого качества для требовательных клиентов, которые ранее обращались в Москву и другие города».

Павел Матусов (слева), Артем Арсентьев (справа)

Александр Андросов, генеральный директор фабрики рекламы KLЯKSA: «Мы позиционируем себя как современная и универсальная фабрика, которая может печатать на любых материалах, от визитки до фасадной вывески, на бумаге, стекле и даже на термосе. Мы напечатаем любую идею, которую клиент захочет воплотить в красках. Мы в команде даже шутим, что печатаем на всем, что не шевелится. А если шевелится, остановим и нанесем логотип.

Мы к своей работе относимся очень серьезно и влюблены в нее уже более 5 лет. Большой опыт за плечами помогает относиться к поставленным задачам не только ответственно, но и креативно.

Для того чтобы реализовать любые, даже самые смелые идеи, нам требуется достойное оборудование. Мы обратились к нашим партнерам и совместно определили наиболее подходящий для наших задач плоттер. Нам важно повышать свой уровень нормы и наших клиентов, а также влиять на городскую среду. Теперь наружная реклама, напечатанная на нашем оборудовании, будет защищена от выцветания и останется яркой даже спустя несколько лет».

В зависимости от носителя и назначения графики плоттер способен печатать с разрешением до 1200 dpi и развивать скорость до 110 кв. м/час. Используемая в Mimaki UJV55–320 технология отверждения светодиодными источниками низкого энергопотребления позволяет сразу после печати получить абсолютно сухой отпечаток, который незамедлительно готов к дальнейшей обработке, что существенно сказывается на сроках выполнения заказов и значительно повышает общую производительность.

Кроме того, УФ-отверждаемые чернила не выделяют вредных летучих органических соединений (ЛОС/VOC), благодаря чему воздействие на окружающую среду сводится к минимуму.

Несмотря на непростую ситуацию на рынке все договоренности по поставке и срокам были соблюдены. Сертифицированные сервисные инженеры компании «Графические системы» Павел Матусов и Артем Арсентьев оперативно провели запуск оборудования и обучение команды KLЯKSA. На данный момент плоттер успешно и активно используется на производстве.

Маргарита Семейкина

Зара – директор душевного печатного цеха Запускай, Екатеринбург

11 вопросов о печати на текстиле

Индустрия нанесения принтов на ткани набирает обороты. С учетом новых условий меняется покупательское поведение клиентов. Соответственно, и сами производители действуют по-новому. Коллеги делятся: с чего они начинали и как трансформируется работа сейчас.

Сергей Медведев, директор по развитию типографии «ГрафТекс» (Екатеринбург)

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

Мария Одинокова, исполнительный директор компании KUNJUT (Санкт-Петербург)

1 Какие острые вопросы обсуждаете с коллегами?

Сергей Медведев: Все вопросы так или иначе касаются полиграфического рынка. В разные периоды времени бывают сложности на разных этапах этой цепи: от выбора оборудования до кадровых вопросов. На данный момент, конечно, наша главная задача — организация бесперебойной поставки расходных материалов и запчастей.

Александр Зейтц: На данный момент самый актуальный вопрос — поставка расходных материалов для оборудования. Наш парк состоит из машин европейских производителей, в какой-то момент было ощущение, что надо от всего избавляться и переходить на аналоги. Но мы передумали, так как это может привести к изменению качества: не только печати, но и всего процесса дальнейшей обработки ткани и других материалов.

Если с расходными материалами, такими как краска, вопрос еще понятен — их можно приобрести про запас, то с запчастями все сложнее — на склад все возможные запасные части не положишь, поэтому этот вопрос остается открытым. При этом мы не наблюдаем значимого падения спроса, уменьшение объемов заказов для нас не является актуальным вопросом на данный момент.

Мария Одинокова: Самый главный момент — нарушение цепочки поставок, пересмотр договоров и сроков с поставщиками сырья, материалов и комплектующих. С этим связаны значительные затруднения, поскольку основная масса сырья и материалов иностранного производства, а на территории России практически ничего из комплектующих для наших производственных процессов не производится: начиная от красок и ткани и заканчивая сублимационной бумагой и текстильными принтерами. Как обеспечить бесперебойную работу и обязательства перед клиентами, когда часть поставщиков ушла с рынка, аналоги достать сложно или они по качеству не подходят?! Вопрос...

Затруднения вызывает и отработка лидов по стандартным каналам продаж — здесь также нарушена логистика. Кто-то уехал, перестал пользоваться соцсетями по разным причинам, некоторые пережидают или в целом перестроились на другой вид деятельности.

2 Как вы поддерживаете клиентов в непростой период?

А.З.: Самая главная поддержка, которую мы можем оказать нашим клиентам — это сохранение всех условий, в том числе финансовых, по которым мы работали в 2021 году. Во-первых, это возможность запускать заказы без предоплаты для постоянных и новых клиентов с долгосрочными контрактами, также для них мы сохранили отсрочки.

На самом деле клиентам не нужна никакая особая поддержка, им нужно выполнение взятых на

себя поставщиком обязательств. Чтобы поставщик думал о клиенте, его потребностях и проблемах и предлагал лучшие решения в отрасли, основанные на профессионализме и знании рынка и технологий, а не только на собственных возможностях и оборудовании. Если мы понимаем, что с какими-то задачами лучше справится не наше производство, а другое, даже иностранное — мы честно скажем об этом клиенту и предложим свою экспертизу в контроле и ВЭДе. Нас не беспокоит то, что мы не полностью загрузим свои мощности. Главное — оптимальное решение задачи клиента. Честность — лучшая поддержка клиента.

М.О.: Во-первых, стараемся не терять связь с нашей аудиторией и поддерживаем ее в том виде, в котором она была до всех известных событий, чтобы как-то снизить эмоциональную нагрузку и продолжать общаться продуктивно.

Во-вторых, не замыкаемся исключительно на том, чтобы только продвигать товары. Стараемся поддерживать общий информационный фон, помогает и юмористический и экспертный контент, чтобы клиенты не стрессовали и не чувствовали себя предметом торга.

В-третьих, мы осознанно не стали поднимать цены, потому что понимаем, что наша отрасль предполагает совместное причинно-следственное взаимодействие, ведь за повышенными ценами на производство поднимутся цены на конечную продукцию для потребителей и далее по цепочке от бизнеса к розничному покупателю. Мы как производители и поставщики понимаем, что являемся тем самым начальным звеном, которое не может себе позволить резко совершать ценовые маневры.

Поэтому, в первую очередь, мы ориентируемся на сохранение ценовой политики и расширение ассортимента продуктовой оптовой корзины. Также мы активно продвигаем комплексные предложения, сохраняя наше главное преимущество в том, что клиенты могут сделать все в одном месте от дизайна до готового изделия, и им не придется совершать дополнительные траты и расходовать силы.

3 Какие ключевые тенденции вы видите на рынке?

М.О.: Пока ключевая тенденция — тревога. Но и в ней есть свое преимущество: после тревоги приходит успокоение, принятие и желание двигаться дальше. Растет внутренняя конкуренция, а она — главный мотиватор, чтобы не останавливаться на достигнутом, улучшать качество, количество, ассортимент и подачу.

Мы не остановили проекты, стали больше смотреть на свою аудиторию и разрабатывать проекты, которые сейчас направлены на эмоциональную стабильность. Пример — наша одежда, с заложенными в нее смыслами и функциями.

У нас начат большой путь по профориентации подрастающего поколения: все чаще мы проводим экскурсии для школьников и студентов колледжей, демонстрируя им, что прикладные и ручные профессии, такие как швея, закройщик, упаковщик и печатник — это важная составляющая нашей повседневной жизни. Мы хотим донести, что общество нисколько не должно терять уважение к этим областям. В этом направлении мы работаем в последнее время: популяризируем нашу текстильно-производственную отрасль и ее волшебную дизайнерскую составляющую — куда же без нее.

4 С чего вы начинали и как происходило масштабирование?

С.М.: Отправной точкой для развития стало приобретение сублимационного оборудования. Начинать с печати на синтетических материалах — логичный шаг в индустрию. На первоначальном этапе команда типографии много сил вкладывала в оттачивание технологии. Сейчас мы нацелены в том числе на то, чтобы развивать направление рулонной печати на натуральных тканях.

М.О.: Мы начинали с услуг дизайна, работали с партнерскими производствами по печати. В процессе изучали рынок, основные потребности аудитории: на какой ткани нужна печать, каким способом.

По итогу начали печатать самостоятельно и уже именно на своих тканях-основах, после чего расширили услуги до пошива изделий и увеличили ассортимент, замкнув

цикл полным производством «под ключ»: от принта до готового изделия. За 13 лет из дизайн-студии мы пришли к работе с узнаваемыми масштабными проектами в сфере готового текстиля.

5 Какой у вас парк оборудования?

С.М.: С самого начала мы делали ставку на японское оборудование. Это оказалось верным решением. Мы уверены в неизменном качестве работы.

М.О.: Парк оборудования, достаточный для реализации полного цикла от дизайна до готового изделия. Все межоперационные процессы также закрыты. Под каждый производственный шаг свое техническое сопровождение — оборудование по большей части японское, на простых участках допускается корейское, китайское — но его доля крайне мала, так как ключевые мощности — печатные и швейные — это определенные марки. Впрочем, рынок меняется.

При выборе оборудования нужно ориентироваться на бюджет и мощности, которые планируются к загрузке. Чтобы оборудование не простаивало, так как цель у производства прямо противоположная.

Поскольку у нас полный цикл производства, все участки заняты: и печатное, и раскройное, и швейное в зависимости от того, как движется заказ по цепочке. Мы реализуем все возможности.

6 На какие заказы ориентируетесь?

С.М.: Мы решали и продолжаем решать сложные задачи. Технические возможности позволяют наносить принт как на полотна крупного формата, так и на небольшие изделия. Пользуются популярностью брендированные бейсболки, футболки и сумки. Сейчас наша основная ниша — детская верхняя одежда, работа с ателье. Кроме того, появились клиенты военно-промышленного направления.

А.З.: Мы работаем в сфере B2B и ориентируемся на регулярные поставки. Наши клиенты — это сетевые компании, стремящиеся планировать собственный бизнес. В том числе в области поставок регулярной продукции — будь то товар на продажу или форма для сотрудников, или какие-то проекты в области маркетинга или продвижения, мерчендайзинговых проектов. В этом году в одном из рейтингов мы заняли четвертое место в категории мерчендайзинг, и большая часть заказов на мерч у нас связана с одеждой и текстильными сувенирами, в производстве задействованы процессы покраски ткани.

М.О.: Мы ориентировались на оптовые заказы — здесь ничего не поменялось. У нас мелко и среднесерийное производство — наша ниша нами хорошо проработана, и в целом мы занимаем здесь устойчивую позицию. В опте ориентируемся на любой тип клиента — разделение идет скорее не по типу компании, а по ее цели и запрашиваемому ассортименту: сувенирка, мерч, рулонная печать на ткани — в каждом из сегментов много звезд. Стараемся подобрать персонализированный подход к каждому из них, будь то частные предприниматели или дизайнеры, продавцы на маркетплейсах или коммерческие организации, желающие приобрести корпоративные подарки или мерч для сотрудников.

7 Насколько за последнее время изменилась культура потребления?

А.З.: За последнее время нисколько не изменилась, большинство заказов — это результат участия в тендерах, и после подписания контрактов дальше это вопрос технического обеспечения поставок — никаких сложностей в культуре потребления я тут не вижу. Но мы работаем на рынке B2B, мне кажется, на нем есть определенное опережение в бизнес-процессах по сравнению с B2C, но, возможно, мое мнение искаженное.

М.О.: Мы заметили, что люди более взвешенно стали подходить к потреблению, в первую очередь, потому что сейчас клиент очень четко для себя стал понимать, что именно ему нужно. Лишнее отметается. Функциональность и модульность приветствуется. Тем не менее некоторые дизайнерские вещи с принтами даже стали лучше продаваться. Вероятно, это связано с тем, что потребителям нужно больше эмоционального отклика и позитивного смысла, а не только стандартной базы.

Вопросы и сомнения клиентов связаны в основном с тем, реально ли на 100% решить их поставленные задачи, а также с

тиражами, ведь клиенты, которые стартуют, точно будут сомневаться в том, смогут ли реализовать больший объем в случае повышения минимального заказа у поставщика или производителя.

8 С быстрым ростом маркетплейсов, где продается большое количество отечественного текстиля с авторскими принтами, вы наблюдаете рост количества таких заказов? Как эта история будет менять рынок?

А.З.: Мы не особенно связаны с рынком розничных продаж, но даже на нас оказывает влияние развитие маркетплейсов. На мой взгляд, это влияние исключительно позитивное, оно позволяет осуществлять принцип равной конкуренции, когда даже небольшие компании могут выйти на рынок одежды и успешно на нем работать.

Мы активно смотрим на формирующихся клиентов, которые вводят на своих предприятиях управление бизнес-процессами, учатся, внедряют инновации. Рано или поздно они будут становиться нашими клиентами, и чтобы лучше понимать этот бизнес, мы постоянно изучаем сотрудничество с маркетплейсами. У нас также есть свой проект на маркетплейсах — мы официально представляем Пушкинский музей во всем интернет-пространстве и продаем лицензированный мерч музея. Через опыт работы с маркетплейсом мы будем налаживать работу с большими клиентами рынка одежды.

М.О.: Рост есть, и очень заметный. Появилось много компаний, реализующих мерч и одежду с принтами, продажи которой, как мы заметили ранее, действительно увеличились.

Надеемся, что будет больше и больше разнообразия в подаче, и мы не будем наблюдать на маркетплейсах только череду белых и черных футболок. А наравне с ними будут классные принтованные изделия с интересными смыслами, свежими идеями и мыслями, которые действительно беспокоят аудиторию.

При любом раскладе пока цена на маркетплейсах остается все равно решающим аргументом – как будет меняться рынок, трудно предсказать.

9 Что поменялось в ваших бизнес-процессах в 2022 году?

С.М.: В течение года мы упорядочили, оптимизировали и структурировали бизнес-процессы предприятия. Все эти изменения идут нам на пользу, что, безусловно, не может не радовать.

> **Некоторые дизайнерские вещи с принтами даже стали лучше продаваться. Вероятно, это связано с тем, что потребителям нужно больше эмоционального отклика и позитивного смысла, а не только стандартной базы.**

А.З.: Кроме более сложных схем по поставке расходных материалов — практически ничего не изменилось. Заметен значительный рост спроса на готовые изделия, и мы активно развиваем швейное направление. У нас есть собственное швейное производство «ШВЕЙЦ» в Рязани, и мы его развиваем, пусть не так быстро, как хотелось бы.

Мы значительно увеличили работу с нашими партнерами из Узбекистана, поставки готовых изделий и ткани идут каждый месяц, это увеличило нагрузку на отдел ВЭД, но в процессах работы с клиентами и производством изменений нет.

Кроме того, мы усилили работу в HR-направлении: увеличили выделяемые бюджеты на обучение и поддержку сотрудников, социальные выплаты – сейчас поддержка людей выходит на первый план в бизнесе, если думать о долгосрочной перспективе. Хотя понятие долгосрочности тоже изменилось, раньше мы шли по стратегии на 5-7 лет, сейчас этот горизонт стал 1-2 года.

10 Есть ли в индустрии хорошие новости?

С.М.: В 2022 году китайский производитель презентовал DTF-печать без порошка. Она станет дополнительным, более практичным в использовании решением для дальнейшего развития сегмента «цифры». Подробная статья об этом опубликована в предыдущем номере журнала: №5 (145) сентябрь-октябрь 2022 «Альтернативная технология печати на ткани».

А.З.: Самая хорошая новость, которую мы видим — колоссальный спрос как на печать на ткани, так и на готовые изделия. Одной новости достаточно, чтобы двигаться дальше. Разумеется, сейчас соответствовать такому запросу сложнее: нужно успевать модернизировать оборудование, не упускать возможности, — мы стараемся делать все возможное, чтобы удовлетворить этот растущий спрос.

11 Какого прогресса вы ждете в печатной отрасли?

М.О.: Про бурный прогресс сложно сказать, так как в легкой промышленности и полиграфической отрасли мы сильно отстаем. Очень надеемся, что все быстро придет к тому, что появятся станки для печати на ткани российского производства, текстильные красители, современные основы, швейное оборудование. Отечественные каландры уже появились на рынке, и они вполне хорошо себя зарекомендовали.

И, конечно, хочется дождаться возвращения престижа и имиджа швейных профессий и печатных технологий.

Текст: Маргарита Семейкина
Фото: компания KUNJUT

«Это экзамен, и пройти его надо с честью»
Полиграфисты подводят итоги года

Это был действительно сложный и непредсказуемый год. Но мы справились и делаем шаг в новый — с верой, надеждой и ценным опытом. Полиграфисты в традиционном опросе делятся своими мыслями, итогами и добрыми новостями.

1. Приятные новости компании.
2. Добрые события вашей жизни.
3. Как за год изменились вы и ваша компания?
4. Главная мудрость.
5. За что вы благодарны 2022 году?
6. Ваша поддержка и опора.
7. Какое выражение отражает ваш 2022 год?

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

1. Сложно оценить все перипетии жизни университета. Каждый день много приятных и интересных событий, тем более, что наш институт (факультет) — один из центров уральского IT. Если все пойдет хорошо, то в следующем году будет набор полиграфистов на профильную магистратуру.

2. Учитывая время, отсутствие «злых» событий само по себе хорошо. Подтянули международные связи с Арменией и Казахстаном.

3. Университет меняется постоянно и незримо. Все больше уклон в IT. Если полиграфия продолжит пассивно наблюдать за этим, то скоро будет только IT.

4. Не то, чтобы мудрость, но новое знание. Структурные изменения расплава являются фазовым переходом второго рода. Да простят меня неискушенные читатели.

5. Благодарен за открытые глаза. Многое, что подозревал, стало явным. Знание сделало меня мудрее.

6. Главное — семья. Друзья тоже всегда сильно помогают и поддерживают.

7. Человек предполагает, а Господь располагает.

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

2. Мы выпустили 36 бакалавров-китайцев. Удивительно, как мы это сделали?

6. Семья и коллектив кафедры.

7. Вкусно и точка. Едет и ладно.

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

1. Мы отработали новые альтернативные поставки товара. Если раньше в основном это были поставки из Москвы, то теперь — напрямую из-за рубежа. Преимущественно это Китай, но есть поставки из Европы и других стран.

2. Старший сын хорошо закончил школу и поступил в Юридическую академию. Это радостное событие для нашей семьи!

3. За 2022 год мы полностью поняли, что рассчитывать надо только на себя. Разрушились старые многолетние связи с московскими поставщиками, дилерами которых мы были в регионе. У компаний возникли сложности с поставками. В результате многие отказались от региональных представительств и дилеров.

4. Для нас это экзамен, и пройти его надо с честью!

5. Благодарен за сложившуюся непростую ситуацию, которая показала, кто есть кто.

6. Наша команда, которая за все эти годы сложилась. И, конечно, семья и друзья!

7. Как бы тяжело ни было, будем двигаться только вперед!

Зарема Мусадьянова, генеральный директор РПЦ «Запускай» (Екатеринбург)

1. Наш коллектив в 2022 году не только сохранился в полном составе, но и пополнился новыми людьми. На фоне всего коллапса чувствуется духовное единение команды.

Я задала этот вопрос команде. Коллеги ответили: «Самое главное, что мы все вместе».

Из нового: у нас появился твердый переплет, полноцветная печать на темных тканях, очень сильно усилилась монтажная группа.

3. Растет не только наша компания, но и наши клиенты. Они крепко стоят на ногах и расширяются. Очень многие в этом году превратились в сеть. Мы рады, что это произошло в том числе благодаря нашей работе.

Мы теперь работаем с раннего утра до позднего вечера, семь дней в неделю. Шли к этому очень давно, об этом нас просили клиенты. За счет этого мы ускорили сроки на дизайн и производство.

7. Однажды на тренинге на сцене выступала HR-менеджер. Она сказала: «Людям нужно работать, много работать, чтобы не думать о том, что происходит вокруг».

Интересная, креативная, творческая командная работа действительно спасает и дает радость и понимание своего предназначения.

Анна Волкова, коммерческий директор типографии «Гардарика» (Екатеринбург)

1. Есть поговорка: «В любой непонятной ситуации — ложись спать!» Последние 3 года для типографии «Гардарика» она звучит так: «В любой непонятной ситуации — развивай бизнес!». В период ковида мы автоматизировали, оптимизировали и расширяли парк оборудования. В этом году — увеличивали площади, увеличивали парк оборудования и штат!

За 2022 год мы установили линию по изготовлению твердого переплета. Вторая линия сборки на пружину значительно усилила участок сборки календарей и блокнотов. Кроме того, в этом году наша типография начала внедрять принципы бережливого производства, что значительно сократило издержки и скорость производства заказов.

В 2022 году типография «Гардарика» стала почетным членом клуба промышленников Урала. Конечно, мы, как и все, обеспокоены событиями в стране и за ее пределами, но все же твердо уверены, что все наладится. Снова наступит мир, весна, подъем экономики, и мы все будем печатать только радостные новости! С Новым годом, коллеги!

Виталий Тресцов, генеральный директор компании «Урал-Минольта» (Екатеринбург)

1. Мы продолжаем плыть по течению и работать несмотря ни на что!

3. Мы стали сильнее, увереннее, приобрели новый опыт работы и освоили новые каналы поставок.

4. Нужно всегда идти вперед и не останавливаться на достигнутом. Всегда есть куда развиваться.

5. Благодарен за новые возможности.

6. Хорошие песни, вдохновляющая музыка, отличное настроение сотрудников и вера в успех.

7. Секрет жизненного успеха: будь готов к возможности до того, как она возникнет.

Сергей Медведев, директор по развитию типографии «ГрафТекс» (Екатеринбург)

1. Мы развиваемся. Наше производство расширяется, команда растет, мы переехали в новое просторное помещение.

В течение года мы упорядочили, оптимизировали и структурировали бизнес-процессы предприятия. Все эти изменения идут нам на пользу, что, безусловно, не может не радовать.

2. В нашей семье появился самый младший член семьи — чихуахуа. Когда появляется собака, все в доме оживает.

6. Собственник предприятия — наша поддержка и опора. Желание двигаться вперед и доверие помогают быстрее достигать успеха даже в сложный период.

7. «Самый эффективный способ сделать — это сделать» (Эмилия Эрхарт).

Владимир Павлов, руководитель направления по связям с общественностью компании «КАМА» (Пермь)

1. Результаты прошлых месяцев показывают, что нам удастся выйти на плановые показатели производства: 220 000 мелованного картона и 85 000 тонн легкомелованной и офсетной бумаги в год.

«КАМА» — предприятие, построенное на основе концепции Zero emission. И в этом году мы будем еще «зеленее»: мы реализовали один из крупнейших на Урале проект в сфере экологии: построили собственные локальные очистные сооружения (ЛОС), которые позволят наращивать мощности производства. ЛОС, как и остальной производственный комплекс «КАМА», построен на основе наилучших доступных технологий. Здесь используется система активного ила и система прессов для обезвоживания осадка. Осадок будет поступать в котел-утилизатор для получения тепловой энергии для производства. Ввод в эксплуатацию новых ЛОС «КАМА» намечен на декабрь.

«КАМА» ведет активную социальную политику. В этом году мы поддержали благотворительные инициативы фонда помощи больным детям «Берегиня», фестиваль импакт-кино «ЛАМПА» и многое другое.

3. Уходящий год поставил абсолютный рекорд по количеству НИОКР в компании «КАМА»: мы переходили на новых поставщиков химии, расходных материалов и запасных частей. Одновременно мы адаптировали к новым условиям нашу технологию. Благодаря ежедневным научно-исследовательским работам мы открыли ряд возможностей по расширению продуктовой линейки «КАМА».

В целом мы стали более устойчивыми, независимыми от внешних факторов, с оптимизмом смотрим

в будущее и видим направления дальнейшего движения.

4. Нужно верить в свои силы и знания российских специалистов. «В дискуссии рождается истина» — рецептура идеального продукта появляется только в плотном взаимодействии с клиентами.

5. Благодарен за возможность проверить и поверить в свои силы.

6. Профессионализм и самоотдача каждого сотрудника в команде компании «КАМА».

7. «Терпение и труд все перетрут».

Александр Арцимович, генеральный директор завода офсетной химии Chembyo (Дубна)

1. 2022 год стал максимально знаковым для нашей компании. Он дал толчок не только большому количеству разработок новых продуктов, но и открыл многим глаза именно на те ценности, на которые и была ориентирована наша компания. Это наличие товара, собственные разработки и возможность взаимодействовать в формате производитель-клиент.

2. Не скрою, что ситуация с импортными компонентами сильно на нас сказалась. Мы, как и многие, были сильно ориентированы на европейское сырье, но в отличие от компаний, которые выпускали товары по листочку, также приобретенному у европейского поставщика, мы активно развивали именно отдел разработки продуктов. Это позволило нам достаточно быстро внести изменения в наши продукты, протестировать их и предложить клиентам.

2022 год, можно сказать, сбросил с типографий пелену сказочных историй многих поставщиков, количество же наших клиентов за этот год удвоилось, а наше сотрудничество с ними только укрепилось.

Валерия Морозова, руководитель отдела маркетинга и рекламы ООО «Танзор» (Москва)

1. Год выдался невероятно сложным, однако, компания «Танзор» не просто смогла достойно ответить на вызов, но и увеличила оборот. По плану прошло расширение производственных мощностей: открытие новой производственной площадки в Подмосковье и станции смешения в Краснодаре. Также наш филиал в Екатеринбурге продолжает работать и обеспечивать клиентов региона необходимыми расходными материалами.

2. В этом году моя дочь окончила школу. Очень горжусь ей и привыкаю к новому статусу мамы студентки.

3. 2022 год заставил так или иначе измениться всех. Вряд ли кто-то смог остаться прежним. Могу сказать, что для меня лично и для компании это, однозначно, большой рост и развитие в сложных условиях.

4. Умение быстро реагировать на изменения гораздо важнее, чем выстраивание долгосрочной стратегии.

5. Я рада, что все запланированные поездки (как деловые, так и личные) состоялись. Случилось много полезных и интересных знакомств, были получены и успешно пройдены важные жизненные уроки.

6. Для меня большой эмоциональной опорой стал коллектив. В нашей команде принято открыто обсуждать не только профессиональные, но и любые жизненные и философские вопросы.

7. Думаю, многим знаком интернет-мем с фразами «Мне говорят, что я просто плыву по течению», а далее: «Мое течение в 2022» и видеоряд преодоления порогов на реке. Главное — не останавливаться!

Юлия Арешко, генеральный директор ГК «РуссКом» (Москва)

1. У нас — юбилей. В этом году мы празднуем 30 лет основания нашей группы компаний. Весь год вспоминаем интересные и приятные моменты и события, яркие эпизоды и курьезы. Делимся этими воспоминаниями на нашей страничке Вконтакте, наших сайтах.

Замечательно отпраздновали юбилейный корпоратив в день создания самой первой компании из группы «РуссКом»: проходили квесты, спортивные соревнования, поздравляли друг друга, вкусно ели и пили, танцевали до упаду и в самом финале совершенно обалдели от восхитительного огненного шоу в честь нашего юбилея.

2. Моя любимая внучка пошла «в первый раз в первый класс»!

3. Мы в очередной раз «повзрослели» — время и события, происходящие в России и в мире, дали нам очередной толчок к развитию. И мы восприняли это мужественно и с достоинством. И снова выросли во многих отношениях, в первую очередь — профессионально!

4. Я — РУССКИЙ.

5. Благодарна за правду. Пусть непростую и иногда с привкусом горечи.

6. Мои корни — мои предки. Моя семья. Моя компания — мои люди.

7. «Где родился — там и пригодился». В этом году я поняла ее истинный глубокий смысл.

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

1. На осень 2022 у нас по-прежнему самое передовое на российском рынке предложение по цифровому печатному оборудованию, причем его спектр с переходом на китайских вендоров даже расширился. У «НИССА Центрум» — гофрокартон, этикетка, издательская продукция. У «НИССА Стенсарт» — печать по рулонному текстилю и готовой одежде. Скоро несколько интереснейших сделок, оборудование уже в пути к своим будущим хозяевам.

Не секрет, что китайская промышленность неоднородна. По интернет-страницам и листовкам отличить одно от другого не всегда возможно. Поэтому мы работаем с группой HanGlory, ее подразделениями — Hanway, HanGlobal, Homer, CNTOP. Инвестировали собственные средства, обновили свой демоцентр и уже установили в демозале ЦПМ LabStar 330S для печати этикетки. В том, что у группы HanGlory технологии именно космические, предлагаем убедиться предметно, «пощупав руками».

Кроме того, я просто восхищен качеством и скоростью работы наших партнеров из Vision. Помимо превосходного финишного оборудования у нас появилась возможность открыть новые направления, включая флексографские печатные машины. Будут и еще новости — не переключайтесь.

2. То, что не убивает, делает нас сильнее. Добрая новость в том, что мы точно стали сильнее.

3. Мы в «НИССА Центрум» полностью перестроили продуктовый ряд и отношения с вендорами, но сохранили фокус на сервисе, практически весь коллектив сервисного подразделения. И, таким образом, по-прежнему можем предложить нашим заказчикам технологии лидерства.

4. Изучаю китайские чэнъюй, отдаленно соответствующие нашим поговоркам. Они ничего не скажут человеку, не знающему контекста, они лишь отсылки к тому, что читатель и так мог бы знать. «Без губ зубам холодно» или «Карп в сухой колее». Но они напоминают воинские уставы тем, что тоже написаны кровью. И, на мой взгляд, позволяют чуть лучше понимать столь чуждую нам культуру.

5. Признаюсь, я атеист. И уж тем более не склонен к анимизму и благодарить предпочитаю все же людей. Наших заказчиков и клиентов — за проявленные гибкость и волю к жизни, позволившую выжить всем, а наиболее успешным из них не просто сохранить, а значительно нарастить производство. Нашему коллективу — за фокусировку, сплоченность, работоспособность разносторонность и оптимизм, позволившие компании перестроиться, сохранив себя. Новых китайских поставщиков — за профессионализм, отзывчивость и поражающие воображение темпы развития. Ушедших поставщиков — за предметную демонстрацию цены их слов про заботу о клиентах и прочее.

6. Тургенев: «Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах моей родины, — ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык! Не будь тебя — как не впасть в отчаяние при виде всего, что совершается дома? Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу!».

7. 下马看花 — разглядывать цветы, сойдя с коня. Ах, да! У этой идиомы есть чэнъюй-антоним, который звучит почти так же. 走马看花 — дословно, соответственно, «посмотреть на цветы с лошади». Значение — ознакомиться с ситуацией бегло, поверхностно. Но мы же не про поговорки, правда?

Андрей Слободчиков, руководитель отдела маркетинга и продукт-менеджмента «ХД РУС» (Москва)

1. 2022 год изменил многое в нашей жизни, и эти изменения коснулись как нашей частной жизни, так и бизнес-отношений.

«Гейдельберг-СНГ» продолжила работу на российском рынке под новым названием «ХД РУС», при этом сохранены партнерские и деловые отношения с группой Heidelberg.

Введены санкционные ограничения на нашу работу. Но, тем не менее, мы поставили по контрактам, заключенным до 24 февраля 2022 года, и ввели в эксплуатацию все новое законтрактованное оборудование.

Наши зарубежные партнеры по оборудованию, компании Masterwork и Polar продолжают сотрудничество с нами. Ждите в ближайшее время новостей об инсталляциях в России оборудования Masterwork и Polar.

Как и ранее, продолжаем осуществлять сервисное обслуживание всего спектра нашего оборудования и продолжаем поставку запасных частей. Продолжаем поставлять на рынок практически весь ассортимент расходных материалов, некоторые позиции — от новых поставщиков.

Кроме того, отличные результаты тестов на производстве показали офсетные краски из Южной Кореи. На нашем складе постоянно поддерживаем товарный запас пластин, красок, полотен химии.

Ольга Юркевич, маркетолог компании «Полиграф-Клуб» (Санкт-Петербург)

1. Отсутствие новостей — это уже приятная новость, но это не про нас, конечно. Компания «Полиграф-Клуб» оперативно отреагировала на изменения рынка, и сейчас мы можем с удовольствием констатировать, что в 2022 году мы обрели новых партнеров, которые помогают нам оставаться полиграфическим супермаркетом, предлагая широкий ассортимент качественных материалов для полиграфии.

Несмотря на крайне тяжелые условия для бизнеса самой важной новостью является полное функционирование компании на сегод-

няшний день, без потери ассортимента. Наоборот,— вопреки — мы уверенно расширяем ассортимент, дополняя наилучшими предложениями.

5. Мы в очередной раз убедились, что нужно регулярно двигаться вперед, меняясь, адаптируясь, подстраиваясь. Благодарю за возможность шире взглянуть на отрасль, в которой мы работаем, за новые полезные знакомства, продуктивные встречи. На самом деле 2022 год в полной мере показал нам наши возможности, и они гораздо больше, чем мы думали.

6. За более чем 20-летнюю историю компании мы прекрасно понимаем, что опираться можно только на какие-то внутренние ресурсы. А они у нас немалые: большинство наших сотрудников работает в компании много лет. Мы пережили не один кризис, и нас всегда спасала слаженность действий, готовность обсуждать варианты развития событий, быстрое реагирование на ситуацию.

И, безусловно, наша опора — многолетние партнеры, которые с пониманием отнеслись к изменению условий работы, более того, предлагали пути решения ряда сложных задач.

7. Цитата из фильма «Самый жестокий год»: «Когда страшно прыгать, именно тогда и следует совершать прыжок. Иначе рискуешь всю жизнь простоять на месте».

Александр Иванов, д.техн. наук., президент Издательско-полиграфической ассоциации высших учебных заведений (Ассоциация ВУЗИЗДАТ) (Санкт-Петербург)

1. Наконец-то обосновались на новом хорошем месте! Прямо напротив метро, с отдельным входом и с большой площадью. Теперь есть куда развиваться!

2. Увеличил количество ульев на пасеке и стал получать наконец-то пенсию. На самом деле добрых событий было много. Встретил новых хороших людей, проявили себя с неожиданной доброй стороны многие из друзей!

3. Особых изменений нет, стал больше читать и размышлять. Начал много ходить пешком ради здоровья.

4. Все повторяется — и в истории страны, и в истории мира. Стали очевидны устремления правящих элит во всем мире и многие лица сняли маски. Появилось понимание, что планировать что-то можно лишь на очень короткий период.

5. За изменения! Пандемический период переделки мира кто-то завершил, и теперь мы участвуем в другом процессе...

6. Друзья, которые остались. Родные люди, сохранившие человечность.

7. «Знание делает человека свободным, но несчастным!» (Э.Ремарк).

Виктория Ручка, генеральный директор типографии Ruchka (Краснодар)

1. Приобрели машину для изготовления коробок в твердом переплете. Кроме того, в сентябре мы объединились активами и производствами с производством, которым руководит моя мама, Лариса Ивановна. Теперь мой фокус внимания направлен на продажи и маркетинг. Результат есть — наши обороты выросли. Но и это еще не все — наша команда приняла решение выделить отдел продаж в креативное агентство.

2. Одна из самых главных и важных новостей — рождение дочки.

4. Быть бизнесвумен гораздо легче, чем мамой.

5. Я благодарна судьбе за рождение дочки, гармонию в семье, за мои трансформации и новый опыт.

6. Мое окружение — моя семья, мама, муж, сотрудники.

7. «Все, что ни случается, все к лучшему» — это отражает и год, и всю мою жизнь в целом.

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

1. Участие в форумах российских полиграфистов привело к увеличению заказов в России. И в целом, они значительно выгоднее наших, прибалтийских.

2. Занимаясь обучением работников, приходится глубже вникать в темы и узнавать больше полезной информации.

3. Приобретаю опыт публичных выступлений. Я нахожусь еще только в самом начале этого трудного, но интересного пути.

4. «Нельзя научить, можно только научиться».

5. Год выдался сложный, но сложности заставляют активнее думать и добиваться большего, чем ранее.

6. Меня поддерживает интерес российских полиграфистов находить решения в сложной экономической ситуации.

7. «Тот самый Мюнхгаузен»:

— Нужно было выбирать одно из двух: погибнуть или как-то спастись.

— Ну, что же вы выбрали?

— Угадайте.

Алексей Габдрахманов, генеральный директор типографии «Печатный мир» (Сургут)

1. В наше время главное не нервничать. Летний Уральский полиграфический форум доказал, что российских полиграфистов не сломить никакими санкциями. Коллеги находят новые пути развития из сложившейся ситуации. Мы умеем быть гибкими и трансформироваться под новые условия. Работаем дальше! Мы продолжаем радовать качественной продукцией наших любимых клиентов. Всем удачи в бизнесе!

Виктор Вахитов, генеральный директор компании Pixlpark (Томск)

1. Мы запустили новые версии двух продуктов («бизнес-сувениры» и «мобильное приложение»), а также начали разработку абсолютно нового.

2. Познакомился с девушкой — это была очень долгождан-

ная и важная для меня встреча. Кроме того, активно путешествовал вместе с сыном.

4. Не складывай все яйца в одну корзину.

5. Все близкие мне люди живы и здоровы, а бизнес продолжает развиваться и расти.

6. Моя поддержка — это моя сестра. У нее двое маленьких детей, и при этом она стала еще больше помогать мне как в бизнесе, так и с личными задачами.

7. Песня Гарика Сукачева и группы «Неприкасаемые» — «Я остаюсь».

Лариса Данилова, руководитель отдела маркетинга компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» (Москва)

1. Этот год был сложным для всех: нестабильная, постоянно меняющаяся ситуация на рынке. Но несмотря на это компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» продолжает работать в штатном режиме.

С момента введения Евросоюзом нескольких пакетов санкций, в результате чего произошло прекращение поставок основных расходных материалов для полиграфии — красок, лаков, ОРТП, оборудования, мы провели огромную работу по налаживанию новых деловых связей и оптимизации расходов. Заключили договора с новыми поставщиками и организовали новые логистические цепочки.

Сегодня наши компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергруп РУС» — это 170 сотрудников, 10 офисов продаж, 8 складов, 11 станций смешения красок, 9 колористических лабораторий и центральный производственно-складской комплекс.

4. На протяжении практически 20 лет компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» поставляла расходные материалы из Европы. Но мы никогда не забывали про альтернативных поставщиков. Периодически тестировали материалы из Китая — ОРТП, краски, противоотмарывающий порошок и другие материалы. Офсетные пластины мы всегда поставляли из Юго-Восточной Азии. Этот опыт очень помог нам в будущем.

5. С 2022 года мы начали поставку красок под собственным зонтичным брендом RENK. Такой же стратегии мы придерживаемся и в поставках лака. Все лаки поставляются под собственным брендом VERN. Как и на протяжении 20 лет, наша компания гарантирует качество поставляемых расходных материалов. Под брендами RENK и VERN мы предлагаем рынку только лучшие продукты.

Специально для удобства типографий и ускорения процесса коммуникаций мы запустили сайт по технологической поддержке, на котором можно не только задать технологический вопрос, но и сразу оплатить требуемую услугу.

6. Наша поддержка — это, конечно, клиенты и наш коллектив.

7. «Кто хорошо трудится, тому есть чем хвалиться!»

Маргарита Семейкина

Ирина Плотникова и Ольга Климова о работе издательства, востребованности книг и о том, что день грядущий нам готовит

Ирина Плотникова, заведующий редакционно-издательским отделом УрФУ

Ольга Климова, редактор Издательства УрФУ

Этот год в издательстве был сложным для нас. В апреле руководство Уральского федерального университета остановило финансирование тиражирования учебных изданий. Тенденция к сокращению затрат была и раньше: тиражи учебных книг за последние 5 лет упали со 100 до 30 экз. Но нас спасал электронный научный архив УрФУ (https://elar.urfu.ru/), где мы размещаем все плановые учебные издания вуза как аналог печатной публикации.

Все лето ситуация медленно накалялась: предпечатная подготовка не прекращалась, издательский портфель был собран и утвержден в работу еще в прошлом году, рукописи редактировались, верстались, готовились макеты. Но дальше работа не двигалась. Ни авторы, ни издательство не видели результата своего труда — изданий не было. И вот такая работа в стол опустошает.

Мы выступаем не только как издатели, но и как авторы. В 2021 году мы совершили свой маленький подвиг — написали и опубликовали учебник «Основы современной издательской деятельности». И в этом году, когда печать изданий была остановлена, мы переживали вдвойне: судьба всех подготовленных изданий висела на волоске. В такой ситуации ценность книги ощущается особенно остро. И наши внутренние переживания отражали общее состояние коллектива редакционно-издательского отдела: неужели наш труд напрасен, наши книги не увидят своего читателя — все это было непростым испытанием. И вдруг жизнь начала меняться к лучшему: наш учебник стал лучшей учебной книгой в России по версии АСКИ (ассоциация книгоиздателей) и награжден дипломом «Лучшие книги года — 2021»! В Москве, на Красной площади, во время Московской международной книжной ярмарки директору издательства Алексею Подчиненову торжественно вручили два диплома за лучшие книги, подготовленные Издательско-полиграфическим центром УрФУ.

Так же резко изменилась ситуация и у нас в вузе: вопрос о печати книг решился в сентябре, когда финансирование учебных плановых печатных изданий было возобновлено. Конечно, мы очень обрадовались «живым» напечатанным книгам, но близится 2023 год, что он нам готовит?

Глобальные перемены

Если смотреть на ситуацию шире, то во всем мире происходят глобальные изменения. В России меняется политика в области науки: страна заявила о выходе из Болонского процесса, задачей которого было расширение международной мобильности студентов. Значит ли это, что произойдет возврат к специалитету от двухуровневой системы образования? Как будут меняться образовательные процессы? Какие изменения произойдут с учебными и научными публикациями? Что станет с отечественными научными журналами, ранее ориентированными на международные базы данных Scopus и Web of Science? Значит ли это, что российская наука останется в изоляции? Ведь если раньше международные публикации поддерживались и авторов стимулировали для публикации в научных журналах, вошедших в известные международные научные базы данных, то сейчас стимулирование таких публикаций прекращено.

В нашем быстро меняющемся мире, когда стабильность советского времени осталась далеко в прошлом веке, мы сами создаем реальность. Да, меняются технологии, методы, системы, процессы. Но человек остается собой. Поэтому новая реальность для нас как сотрудников издательства и вуза заключается, наверное, в том, как пережить настоящее и сохранить себя, любимое дело, коллектив, увидеть новые цели, новые горизонты, новые возможности... Общечеловеческие ценности, составляющие фактическую реальность нашего мира, сохраняются. Книга как источник эмоций и источник информации (знания, жизненный опыт, память, терапия и др.) нужна и востребована: читать не перестали. Чтение сохраняет себя как досуг, как отдых, как уход в другую реальность, в другой мир. Электронная книга тоже реальность нашего времени, и этот формат имеет своего читателя, хотя по данным Всероссийского книжного рейтинга отмечается, что спрос на электронные издания сегодня незначительно снизился. Но любой человек хочет читать хорошо оформленный и грамотный текст. А значит, наша работа, наше дело нужны в этом мире.

Нас волнуют нестабильность и перемены, работая в вузовском издательстве и являясь специалистами-практиками, в ходе образовательного процесса мы передаем свой опыт и знания нашим студентам, изучающим издательское дело. Им работать дальше, они придут нам на смену. Чему мы должны их научить? Что передать? Некоторые из наших выпускников

уже пришли работать в вузовские издательства, стали частью современной издательской жизни.

Вспоминается фраза «Делай, что должно, и будь что будет!» Когда мы не можем повлиять на некоторые обстоятельства в нашей жизни, но можем стараться сделать все от нас зависящее, чтобы жить и двигаться дальше. Иногда, чтобы привести себя в тонус, достаточно оглянуться на сделанное и идти дальше, не сбавляя темпа.

Работа кипит

Осенью 2021 года мы приняли участие в Екатеринбургском книжном фестивале «Ориентальный вектор. Женская литература стран Азии» (организован Свердловской областной универсальной научной библиотекой им. В. Г. Белинского), где представили студенческие издательские проекты: А. Кореванова «Её жизнь» и М. Говзман «Елена Беглова. Моя игра» о травмоговорении в женской прозе.

В феврале этого года мы организовали совместное выступление на платформе издательства RIDERO с видеолекцией о том, как важна и нужна работа редактора над текстом, отразив проблематику современного издательского процесса.

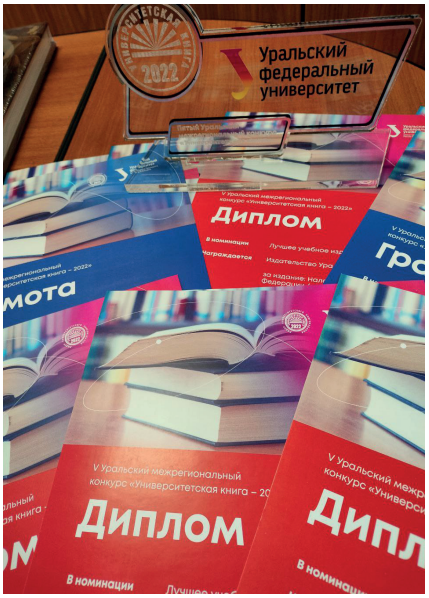
В апреле 2022 года на Зимнем полиграфическом форуме нами была организована издательская секция, в рамках которой выступили издатели Уральского региона, рассказав о своих проблемах и обозначив пути их решения. А в июне мы поучаствовали в Уральском полиграфическом форуме с материалом о том, зачем тексту нужен редактор, как важно печатать грамотные материалы, как они влияют на имидж и репутацию издателя и типографии.

Вышло в свет наше уникальное электронное учебное издание «Оформление выпускной квалификационной работы студента: требования стандарта», которое размещено на сайте издательства УрФУ для всех студентов и сотрудников вузов.

В августе 2022 года мы закончили учебное издание «Подготовка рукописи к изданию в вузе: общие требования и правила оформления», которое, надеемся, тоже увидит своего читателя.

В октябре был опубликован практикум для иностранных студентов (авторы О. В. Климова, И. Ю. Плотникова, И. В. Ерохова), который нацелен на изучение русского языка, усвоение профессиональной терминологии и получение общих знаний обо всех редакционно-издательских процессах иностранными студентами.

В конце октября уровень работы наших авторов и сотрудников издательства был отмечен на V Уральском межрегиональном конкурсе «Университетская книга — 2022», где, кроме нашего учебника, были награждены издания, опубликованные в серии «Учебник УрФУ», учебные и научные издания в разных областях научных знаний. Межрегиональный конкурс этого года стал самым большим по количеству наименований и числу участников: около 700 наименований, 68 издательских подразделений, 43 авторских коллектива — участие приняли почти все субъекты Российской Федерации, — и даже коллектив из республики Беларусь. В этом году по количеству представленных публикаций, числу участников и географическому охвату конкурс стал сопоставим с Общероссийским конкурсом «Университетская книга» (от Владивостока до Минска).



Сейчас в работе новый сборник стандартов СИБИД «Основные стандарты издательского дела», который необходим всем сотрудникам издательств и издательских подразделений, поскольку будет содержать основные действующие на сегодняшний день стандарты, регламентирующие правила и требования оформления изданий, а также примеры и комментарии к положениям стандартов.

В ближайшее время мы (авторский коллектив И. Ю. Плотникова, О. В. Климова и Д. А. Тарасов) завершаем подготовку новой книги «Издательское дело в вопросах и задачах» — уникальное издание, которое содержит кейсы, написанные на основе реальных событий, произошедших лично с нами и нашими коллегами.

Кроме того, идет активная работа над новым издательским проектом (студенты и преподаватели кафедры «Издательское дело» УрФУ, сотрудники Издательства Уральского университета, «Ельцин центр», Свердловское художественное училище им. И. Д. Шадра), который раскроет для широкой публики командировку Б. Н. Ельцина на Кубу (1970), передаст нюансы жизни того времени, специфику Кубы на фоне культурных, исторических, политических и социальных аспектов жизни.

Идей много, много нереализованных проектов. Мы всегда рады принять участие в различных мероприятиях, поделиться опытом, знаниями, навыками. Активная работа в проектной деятельности совместно с нашими студентами позволила накопить опыт взаимодействия и научила делать реально крутые проекты. И сегодня у нас есть нереализованные идеи, которые могут стать значимыми не только для нашего издательства и вуза, но и для издательского сообщества, города, региона.

Да, иногда в жизни все идет не так, как мы запланировали, но надо жить, чтобы все обзавидовались, а главное, чтобы нам самим было тепло и уютно в нашей жизни, ведь очень многое по-прежнему зависит только от нас.

Как выбрать увлажняющую добавку?

Александр Арцимович, генеральный директор завода офсетной химии Chembyo (Дубна)

В данной статье мы комплексно подойдем к вопросу подбора увлажняющей добавки в текущих условиях. Для начала стоит определить основные требования, которые в целом выдвигаются к увлажняющей добавке, и возможные ошибки при ее подборе и использовании.

Проблема № 1

Первое, на что стоит обратить внимание в текущих реалиях — это не уровень Ph, на котором стабилизируется ваш увлажняющий раствор, не цена концентрата увлажнения, а, конечно же, вопрос его наличия и стабильности поставок. В отличие, например, от средств для очистки краски (смывки), выбор увлажняющей добавки — процесс значительно более трудоемкий, а количество представленных на рынке продуктов велико, что путает самого клиента.

Например, смывку вы всегда можете быстро заменить или, на крайний случай, взять в долг у другой типографии, с концентратом увлажнения так не получится, в связи с чем самая главная возможная ошибка в 2022 и последующем 2023 году — это делать выбор без уверенности в постоянном наличии продукта. Многие крупные типографии хорошо это понимают, с некоторыми из них мы подписываем соглашения на 6–12 месяцев с гарантиями поставок соответствующих добавок. Но даже если вы небольшая листовая типография, советуем вам тоже продумать этот вопрос.

Проблема № 2

Но что же с другими проблемами, которые так часто мы видим в типографиях? На самом деле их достаточно много и, к сожалению, они часто одни и те же. Второй проблемой я назову часто не работающую или работающую, но откровенно плохо, систему дозации концентрата увлажнения. Как правило, многие не обращают внимание на правильную работу дозатора, принимая ее за константу — но это не так.

Стабильность подачи увлажняющего раствора на 100% влияет на стабильность вашей печати. Дозирование увлажнения вручную всегда приводит к непостоянству процесса печати. Для качественной работы увлажняющего раствора обязательно, чтобы его подача осуществлялась в автоматическом режиме, а ответственные сотрудники типографии на ежедневном уровне вели мониторинг, как минимум снимая показания Ph и электропроводности.

Также хорошим средством для контроля количества необходимого уровня буферной добавки является экспресс тест Fount Control. Идеальным решением, конечно, является обращение к специализированным компаниям, которые занимаются технологической поддержкой. Они не только помогут вам понять суть системы контроля качества, но и посодействуют с ее настройкой и внедрением.

Проблема № 3

Следующей проблематикой все так же остается подбор добавки для вашей печатной машины. Количество концентратов на рынке очень большое, а многие поставщики предлагают вам не подбирать добавку, а выбрать ту, что есть в наличии у них на складе, что, конечно же, часто не отвечает интересам клиента. Процесс подбора увлажняющей добавки я бы разбил на две основные стадии.

Первая стадия: лабораторное наложение добавок на воду клиента, так как вода, даже в одном и том же регионе, может существенно отличаться. В первую очередь нужно учитывать карбонатную жесткость воды, именно она может негативно влиять на характеристики получившегося увлажняющего раствора. При этом не нужно думать, что, если взять добавку для жесткой воды, это решит все ваши проблемы. Такая добавка рассчитана на действительно жесткую воду и, при наложении на мягкую, также может вызвать проблемы при печати.

Мы как производитель активно поддерживаем типографии и принимаем заявки на технологическую поддержку, подбираем оптимальный увлажняющий раствор и высылаем отчеты по наложению концентратов увлажнения на воду клиента. Данная услуга для наших клиентов абсолютно бесплатна!

Второй стадией подбора концентрата увлажнения будет его промышленное тестирование и проверка его взаимодействия с остальными материалами: краской, бумагой и прочими. На этом этапе я бы хотел обратить внимание на установку параметров изопропилового спирта. Важно учитывать уровень, рекомендованный производителем. Нужно пытаться максимально понизить уровень спирта при старте новой добавки и повышать его только по мере необходимости.

Отдельно стоит обратить внимание на печать УФ и фолиевыми красками. Данные технологии печати являются более требовательными к увлажняющему раствору, в связи

с чем нужно выбирать более насыщенные концентраты увлажнения, но лучшим решением будет выбор специализированного продукта. Для УФ-печати, на основании нашего опыта, мы запустили Chembyo Fount UV 200 — увлажняющую добавку с повышенными характеристиками как по буферным свойствам, так и по растекаемости в динамике. В то же время для фолиевой печати мы выпускаем как новую добавку Chembyo Fount Foil 302, так и специализированный состав для увлажняющего раствора Chembyo Eco Dry, способствующий более быстрому высыханию краски.

Проблема № 4

Кроме того, из стандартных проблематик стоит выделить нежелание многих типографий заниматься очисткой системы увлажнения. В связи с тем, что это водная среда, в ней достаточно быстро начинает развиваться большое количество бактерий и микроорганизмов, и все это также ведет к проблемам с печатью. В листовой печати, отчасти, ситуацию спасает наличие изопропилового спирта, который является антисептиком, но

всех проблем он не решит, скорее лишь немного замедлит процесс загрязнения увлажняющей системы. В ролевой печати, где изопропиловый спирт, как правило, не используется, очистка увлажняющей системы должна применяться значительно чаще.

В нашей линейке продуктов вы можете найти сразу три средства, направленные на очистку системы увлажнения.

Fount Cleaner Marabou — мощный очиститель увлажняющей системы, который при использовании один раз в квартал будет поддерживать вашу систему увлажнения в идеальном состоянии. Для ролевой печати мы рекомендуем более частое использование очистителей системы увлажнения, для еженедельных профилактик подойдет экспресс очиститель Fount Cleaner A+B, но использование ежеквартально Fount Cleaner Marabou также остается обязательным.

Подводя итог, отмечу, на рынке офсетной химии рекомендуем обращаться именно к профессионалам. Наша компания на рынке с 2013 года, и все это время мы посвятили разработкам и тестированиям своих материалов под конкретные задачи типографий. В линейке наших продуктов есть подходящий концентрат увлажнения для любой типографии, и наша команда профессионалов поможет вам его подобрать.

PSD — Process Standard Digital

Fogra разработала стандарты для цифровой печати

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

Каждая типография стремится к высокому уровню качества своей продукции. Основной предпосылкой для этого является использование неких значимых правил, а следовательно, стандарта.

При стандартизации часто проводится различие между определением конечной цели и необходимыми шагами для достижения этой цели. Хорошим примером является **PSO — Process Standard Offset,** который успешно применяется в течение многих лет.

Для цифровой печати теперь вступает в игру **PSD — Process Standard Digital,** предоставляя типичные для отрасли рекомендации, начиная от создания макетов и заканчивая печатью. PSD сфокусирован на понимании и контроле всего рабочего процесса, направленного на получение предсказуемого результата печати. Для достижения этой цели необходим как компетентный персонал, использующий соответствующие инструменты, с одной стороны, так и взаимодействие важных стандартов ISO, национальных стандартов (ГОСТ) и стандартов «де-факто».

PSD преследует три основные цели:

1. Управление процессом печати — достижение повторяемого результата печати.

Различные печатные процессы будут проверены на соответствие их заранее известному и постоянному поведению. Здесь PSD предоставляет руководящие принципы для постоянного контроля печати, устанавливая требования к необходимым отчетам о качестве.

2. Точность цветопередачи.

Вторая цель направлена на передачу цвета посредством точного воспроизведения изображения. Руководствуясь девизом: «Ожидаемый результат печати», типографии, ориентированные на качество, во-первых, понимают потребности и ожидания своих клиентов, а во-вторых, способны точно воспроизвести эти ожидания. PSD описывает возможности и требования как для одновременного сравнения результата печати с оригиналом, так и для последовательного сравнения. В дополнение даны рекомендации по работе со смесевыми красками и подложками с большим количеством оптического отбеливателя.

3. Рабочий процесс, совместимый с PDF/-X.

В-третьих, весь рабочий процесс подвергается критическому анализу на предмет его способности к достижению стабильного качества печати и точности цветопередачи. Здесь PSD предлагает рекомендации по созданию, проверке и печати документов в формате PDF.

Стандартизация не означает, что такие материалы, как подложки, чернила, тонер или оборудование, должны быть ограничены. Напротив, Fogra PSD стремится к облегчению выбора посредством управляемости в разнообразии материалов и технологических процессов с точки зрения строгости и неизменного качества печати. Соответственно, можно определить подходящие «комбинации»: управление печатью (настроить RIP & Color management), подложку, чернила/тонер и печатную машину.

Издательская индустрия постоянно меняется. На рынок выходят новые прорывные технологии цифровой печати, стандарты продолжают развиваться или пересматриваться. Это подразумевает более сложные процессы и связанные с ними взаимодействия. Чтобы соответствовать этим изменениям, PSD разработан как «живой документ», раз в несколько лет он обновляется и пополняется.

Целевая аудитория

Process Standard Digital в первую очередь ориентирован на типографии, работающие в области цифровой печати малого и большого формата. В то время как рынок малого формата охватывает как электрофотографические, так и струйные системы, широкоформатная печать в основном использует струйную технологию.

Кроме того, PSD ориентирован и на покупателей печатной продукции, которым нужна независимая от поставщика информация о сильных и слабых сторонах процессов цифровой печати. Предоставляемые PSD типовые отраслевые требования и рекомендации помогают заранее создавать документы, готовые к печати, и вести переговоры с типографиями на основе обоснованных решений, а не предположений. Это также помогает избежать нереалистичных требований.

Контроль технологического процесса и обеспечение качества

Согласованный минимальный набор параметров необходим для однозначного определения визуальных характеристик и других

PSD – это не один стандарт, который имеет приоритет. Все стандарты должны работать согласованно, например, такие как ISO 3664 для оценки изображений, ISO 15311 для оценки качества чернил на бумаге, ISO 13655 для измерения цвета и ISO 14861 для высококачественного Soft Proof.

технических свойств цветопередачи печатного продукта. Поэтому важно, чтобы все лица, ответственные за создание дизайна макета, цветоделение, проверку и печать, согласились с этим набором. Это было основополагающей концепцией в ISO 12647, который является составным стандартом, в котором перечислен и объяснен минимальный набор первичных технологических параметров, необходимых для управления технологическим процессом. Эти требования однозначно определяют визуальные характеристики для конкретных процессов, таких как офсетная, глубокая печать, флексография или трафаретная печать.

PSD не зависит от печатного процесса, что соответствует переходу полиграфической и издательской отраслей на использование электронных макетов для хранения содержания и обмена данными на протяжении всего процесса производства печатной продукции, от разработки концепции до окончательной обработки. Экономика создания и производства цифрового макета исключает индивидуальную подготовку данных для всех предполагаемых условий печати, включая аналоговые и цифровые процессы. Конечные условия печати продукции, начиная от запечатанных стаканчиков и заканчивая широкоформатными баннерами, часто не известны на момент создания макета. Предварительное определение ожидаемого изображения и качества продукта может основываться на конкретных критериях качества печатаемого изображения. Руководствуясь девизом «ожидаемый результат печати», концепция PSD основана на разделении контроля процесса и обеспечения качества.

Передача цвета в цифровой печати

Точность цветопередачи или качество цвета обычно относятся практически ко всему, в названии чего присутствует термин «цвет». Когда речь идет о цвете в PSD, то подразумевается близость визуального соответствия между отпечатком и макетом или образцом от заказчика. В отношении одноразовых отпечатков (в единственном экземпляре) ISO 12647–7 определяет строгие допуски для создания подтвержденной контрактной цветопробы (Contract Proof). Это часто называют «Лигой чемпионов». Недавно опубликованный стандарт ISO 12647–8 оговаривает допуски для так называемой проверочной печати (Validation Print). Чтобы отразить этот менее строгий набор по критериям качества, его можно называть «Российская Премьер-Лига».

Deviation tolerance	Substrate	All Patches	All patches without the boundary patches	Near Neutral	Primaries	Primaries
Contract Proof (ISO 12647-7:2016)	$\Delta E_{00} \le 3.0$	Maximum $\Delta E_{00} \le 5.0$ Average $\Delta E_{00} \le 2.5$		Maximum $\Delta C_h \le 3.5$ Average $\Delta C_h \le 2.0$	Maximum CMY $\lvert\Delta H\rvert \le 2.5$	Maximum $\Delta E_{00} \le 3.0$
Validation Print (ISO 12647-8:2021)	$\Delta E_{00} \le 3.0$	–	Average $\Delta E_{00} \le 2.5$ 95th percentile $\Delta E_{00} \le 5.0$	Maximum $\Delta C_h \le 4.0$ Average $\Delta C_h \le 2.5$	–	–

Табл. 1. Критерии надежности цветопередачи Fogra MediaWedge CMYK V3.

Patch in digital printing form	Quality Type C	Quality Type B	Quality Type A
Substrate	$\Delta E_{00} < 3.5$	$\Delta E_{00} < 3.5$	$\Delta E_{00} < 3.5$
All patches	Average $\Delta E_{00} < 5.5$ 95% Quantile $\Delta E_{00} < 6.5$	Average $\Delta E_{00} < 4.5$ 95% Quantile $\Delta E_{00} < 5.5$	Average $\Delta E_{00} < 2.5$ 95% Quantile $\Delta E_{00} < 4.5$
Grey Balance patches	Maximum $\Delta C_h \le 4.5$	Maximum $\Delta C_h \le 3.5$	Maximum $\Delta C_h \le 2.5$

Табл. 2. Допуски на отклонения для условий одновременного сравнения образцов.

	Quality Type C	Quality Type B	Quality Type A
Maximum colour difference	$\Delta E_{00} < 5.5$	$\Delta E_{00} < 3.5$	$\Delta E_{00} < 2.5$

Табл. 3. Допуски на отклонения для условий одновременного сравнения смесевых цветов.

В то время как для офсетной печати цветопробная печать на печатной машине практически исчезла, в сфере цифровой печати может наступить ренессанс. Это так, поскольку чрезвычайно удобно использовать одну и ту же комбинацию материалов для всего производственного цикла (контрактной цветопробы, «проверочной печати» и реальной печати в тираже). Например, на ЦПМ возможно использовать тиражную бумагу при изготовлении цветопробы для получения условий одновременного сравнения образцов на просмотровом месте, например, у пульта печатника.

Для этого необходимо соблюдать допуски в ISO 12647. Ради этого PSD представляет требования для возможности создания условий одновременного сравнения. Кроме того, предложенная схема трехуровневых требований (типы качества, обозначенные как «A», «B» и «C») помогает определить требуемый уровень соответствия цветов для широкого спектра печатных устройств. Здесь уровень «A» может быть определен как «строгий»; уровень «B» представит «нормальные» допуски требований для типичной печати, а уровень «C» обозначится как «смягченный».

Следует отметить, что типы качества «A», «B» и «C» не следует путать, чтобы интерпретировать печатную продукцию как «лучшую» или «худшую». Они просто отражают реализацию задачи для печати, которую можно идентифицировать, применив набор целевых значений и допусков.

Отдельного разговора потребуют следующие вопросы:

1. Что такое цвет? (D50 или D65);
2. Важность правильного освещения (феномен метамерии);
3. Измерение цвета (обмен «цветом» требует измерения «цвета»);
4. Как работает ICC;
5. Основы цветоделения:
   а) Использование DeviceLink;
   б) Печать и прозрачность;
   в) Четкость деталей — сбивающее с толку разрешение печатного устройства и разрешение изображения;
   г) Важные различия способов печати...

Новинки «Европапир»

В 2022 году весь мир оказался на пороге масштабных перемен, которые затронули всё и всех. Наша страна и бизнес столкнулись с новыми вызовами. Рынок покинули многие европейские бренды. Вопрос с импортозамещением далек от разрешения. Ситуация с поставками бумаги не стала исключением.

Во втором полугодии, когда прекратились все европейские поставки по контрактным обязательствам, проблемы остаются по-прежнему острыми. Поставщики, производители и даже потребители бумаги перестраиваются и изыскивают новые возможности. Идет процесс как замещения, так и смещения фокуса на азиатские рынки. Что нового появилось в ассортименте «Европапир»? Рассказываем о самых интересных новинках среди дизайнерских бумаг, бумаг для цифровой печати и самоклеящихся материалов.

Дизайнерские бумаги

Направление дизайнерских бумаг для компании «Европапир» одно из приоритетных. Мы понимаем, в какой сложной ситуации оказались типографии и рекламные агентства из-за санкций, и со своей стороны стараемся сделать все от нас зависящее, чтобы нашим клиентам было с чем работать.

Летом мы открыли новую розничную точку продаж в Санкт-Петербурге. Фирменный магазин «Формула бумаги» встречает клиентов на Заозерной улице, на месте закрытой в мае «Бумажной лавки Antalis».

После ухода с российского рынка Antalis в ассортимент нашей компании вошли коллекции от Arjowiggins Creative Papers: Olin Design, Olin Origins и Curious Collection. Продукция Arjowiggins имеет хорошую репутацию в России. Мы уверены, что эта относительная новинка придется по вкусу и нашим клиентам, и тем дизайнерам, которые решают самые разнообразные творческие задачи.

В инновационной коллекции дизайнерской бумаги **Curious Collection** мы выделяем, прежде всего, две линейки:

• **Curious Metallics —** чистоцеллюлозная бумага с покрытием, имитирующим «металлизированный» и «перламутровый» эффекты.

• **Curious Matter —** чистоцеллюлозная бумага высочайшего качества, состав поверхности которой включает в себя крахмал, который остается после переработки картофеля, что создает неповторимые ощущения при прикосновении.

В ассортименте немелованной бумаги премиум-класса Olin остановимся также на двух коллекциях.

• **Olin Design** доступен в четырех сериях (Regular, Rough, Smooth, Linen) плотностью от 80 г/м² до 350 г/м², представлен в четырех оттенках от ярко-белого до кремового.

• **Olin Origins —** это пять различных оттенков, от светлых до насыщенных. Бумага имеет приятную текстуру и поставляется в трех вариантах грамматура — от 120 до 320 г/м².

Отметим и весьма интересную бумагу NAUTILUS® — экологическую линейку от компании Mondi.

• **NAUTILUS SuperWhite —** экстрабелая бумага из переработанного сырья высшего качества, которая укрепит имидж вашей компании как экологически устойчивого предприятия. Формат 70x100 см, плотность от 80 до 300 гр/м².

• **NAUTILUS Classic —** высококачественная бумага без покрытия, изготовленная из переработанного сырья. Бумага обладает отличными экологическими характеристиками и подходит для широкого спектра печатных работ. Формат 70x100, 64x90 см, плотность от 80 до 250 гр/м².

Бумага для цифровой печати

В первой половине этого года цифровой сегмент (как в мелованных сортах, так и немелованных) в значительной степени был представлен европейскими производителями. «Европапир» традиционно работал с российским представительством Mondi, который сейчас относится к Сыктывкару.

Под санкции попали все бумаги с покрытием. Среди бумаг без покрытия (немелованная) под запрет не попали плотности до 150 г/м², все, что выше 150 — под санкциями. Сложность заключается в том, что на рынке было много именно плотной бумаги, заместить которую крайне сложно. То, что можно привезти и что остается вне санкций, мы по-прежнему привозим или предлагаем аналоги, например, из Китая.

• **Nevia Digital (APP, Китай) —** мелованная бумага для цифровой печати с глянцевым или матовым покрытием, представленная широким спектром плотностей от 115 до 300 г/м².

«Европапир» развивает и свой собственный бренд! У нас есть зарегистрированный товарный знак MASTER. Под этим брендом мы уже начали предлагать мелованную бумагу для офсетной печати **MASTER COAT,** мелованную бумагу для цифровой печати **MASTER COAT DIGITAL** и добавили немелованную бумагу **MASTER PRINT DIGITAL».**

• **MASTER COAT DIGITAL —** чистоцеллюлозная мелованная бумага для цифровой печати. Формат SRA3 (320×450 мм). Сейчас в наличии на складах есть бумага с матовой (от 115gsm), глянцевой (350gsm), а также «шелковистой» (350gsm) поверхностью.

• **MASTER PRINT DIGITAL —** чистоцеллюлозная немелованная бумага, предназначенная для высокоскоростной профессиональной печати на всех типах цифровых машин, использующих сухой тонер. Также бумага подходит для препринта и офсетной печати. Формат SRA3 (320×450 мм). Плотность от 80 до 190 г/м².

Самоклеящиеся материалы

Еще в начале года значительную долю российского рынка самоклеящейся бумаги (как в листах, так и в рулонах) занимали крупные корпорации — Avery Dennison (Fasson) и UPM (Raflatac). После их последовательного ухода возник ощутимый вакуум. Осенью «Европапир» предложила весьма достойную альтернативу.

Среди новинок самоклеящихся мелованных бумаг отметим коллекцию **JAC DIGITAL,** специально разработанную для печати на машинах HP Indigo и печати сухим тонером. Самоклейка поставляется в листах с бесклеевой кромкой в трех вариантах поверхностей (Highgloss, Semigloss, Matt).

Осенью ассортимент самоклеящихся пленок для цифровой печати также пополнился. Наши клиенты могут заказать полипропиленовую и полиэстеровую пленку европейского качества.

• **JAC Digilabel PP Laser White Matt —** белая матовая полипропиленовая самоклеящаяся пленка для цифровой печати.

• **JAC Digilabel Datapol Silver Matt SRA3 P KR80 plain —** металлизированная, термостабилизированная полиэстеровая пленка с матовым покрытием и возможностью лазерной печати.

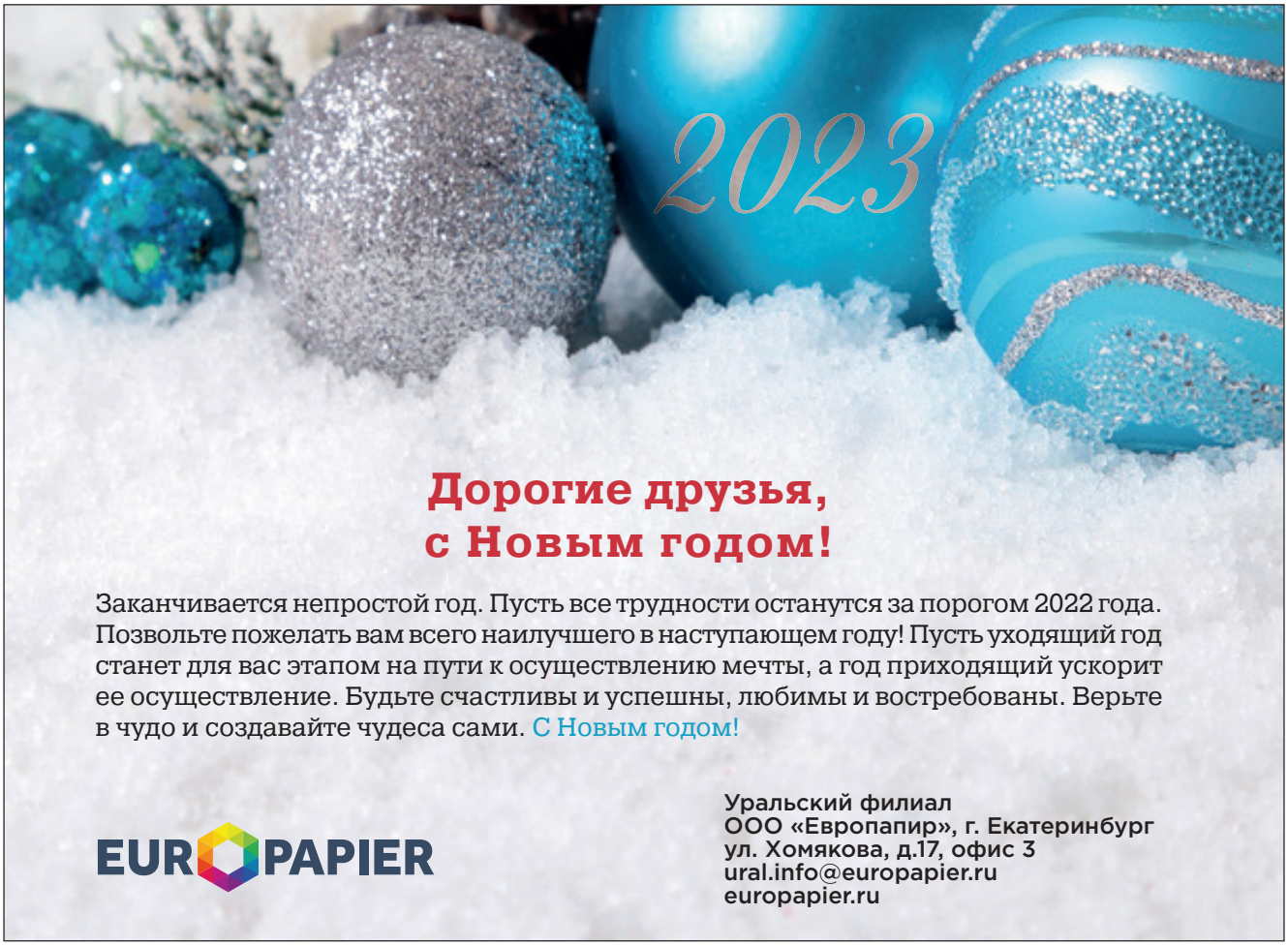
• **EuroLabels Digital Polyester Laser Film matt white —** белая матовая полиэстеровая пленка, устойчивая к нагреванию и разработанная специально для цифровой печати.

• **EuroLabels Digital Polyester transparent clear —** прозрачная термостабилизированная глянцевая полиэстеровая пленка.

Ситуация на рынке бумаг для полиграфии в первую очередь будет зависеть от спроса: каким он будет и как будет меняться. Под спрос будет подстраиваться и предложение. Работа над замещением ушедших марок и пополнением ассортимента в компании «Европапир» продолжается. Есть проекты, детали которых мы пока не можем сообщить. Если всё получится, то до конца года мы объявим еще о нескольких новинках. Следите за анонсами на сайте и в соцсетях.

europapier.ru
vk.com/europapier
t.me/europapier_cis

По материалам компании «Европапир»



«Реклама-2022»: итоги выставки

С 24 по 27 октября в «Экспоцентр» в рамках «Российской промышленной недели» состоялась 29-я международная специализированная выставка «Реклама-2022».

Уникальное по количественному и качественному составу участников и посетителей отраслевое мероприятие рекламной отрасли России и стран СНГ представило весь спектр технологий и услуг для производства и заказа рекламы на одной площадке: от контента и продвижения до производственного оборудования и материалов для изготовления всех видов рекламоносителей для наружной и внутренней рекламы, навигации и сувенирной продукции.

В экспозиции площадью более 2600 кв. м. свои лучшие образцы продукции продемонстрировали 140 известных компаний из России и Китая. В этом году выросло число новых экспонентов из России — производителей и поставщиков — составило 36% участников выставки 2022 года. «Реклама-2022» собрала более 16000 уникальных посетителей, из них 77% — специалисты.

Мероприятия деловой программы выставки «Реклама-2022» вызвали большой профессиональный интерес. Основной акцент мероприятия был сделан на решения для специалистов рекламного рынка, действующих в текущей ситуации индустрии 2022 года и на перспективу развития отрасли.

Одним из ключевых мероприятий выставки «Реклама-2022» стала стратегическая сессия «Российская реклама-2022: вызовы, приоритеты, законы», организатором которой выступили Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и АО «Экспоцентр». Темами для обсуждения стали «Рекламный рынок в современных условиях: вызовы, тенденции, прогнозы» и «Приоритеты законодательного регулирования рекламного пространства». Речь шла о возможностях продвижения бизнеса в ближайшей перспективе.

Сергей Пискарев, президент АКАР, член правления СРО «АМИ «РС» (Москва): «Международные бренды уходят, но человеческие потребности остаются. Отечественные производители могут занять освободившиеся ниши, расширяя производство и запуская новые продукты, и для этого им необходима серьезная коммуникационная поддержка, без которой сильные бренды не построить. А сильные бренды — это сильная экономика».

Участники обсудили новые подходы к коммуникациям, эффективные стратегии продвижения рекламодателей из различных сегментов экономики, а также возможности индустрии в условиях масштабного импортозамещения технологий и другие важные темы.

Ольга Тимошенко, руководитель отдела продаж материалов под печать и термотрансферных пленок ГК «ЛРТ» (Москва): «По итогам выставки можно сделать вывод, что уверенно развивается направление термотрансферного переноса. Мы отметили большой интерес к представленным пленкам для термопереноса на текстиль французской компании Chemica, термопрессам Sefa и режущим плоттерам GCC. Кроме того, высокий интерес участников был к представленному на нашем стенде

оборудованию Roland. Не стал исключением и лазерный гравер GCC, который мы доукомплектовали вытяжкой собственного производства.

В целом, атмосфера выставки, как и в предыдущие годы, дружественная и позитивная. Личные встречи партнеров на таких мероприятиях всегда положительно сказываются на бизнесе. Несмотря на небольшой масштаб выставки «Реклама-2022» посещаемость высокая, и в результате у нас появилось много новых контактов».

Дмитрий Ерофтеев, генеральный директор ТД «Папиллонс» (Москва): «Выставка «Реклама-2022» была для нас интересным событием. В этом году мы представили широкоформатные принтеры Volk для широкоформатной печати сольвентом и УФ-чернилами, сувенирные УФ-принтеры Nocai с поворотными механизмами для печати на круглых объектах и надежные автоматические прессы Tempress для печати на текстиле. Наша техника имела немалый успех, в том числе из-за проблем с импортом и санкций. Мы предложили прекрасные решения для замены японских, американских и европейских производителей, за которые профессионалы голосуют и вниманием, и рублем».

Текст: Мария Ушакова
Фото: ГК «ЛРТ», дирекция выставки

Авторский форум и топовые спикеры

Виктория Ручка,
генеральный директор типографии RUCHKA (Краснодар)

23 марта 2023 года в Краснодаре состоится полиграфический форум. Как всегда в моем случае, идея пришла случайно, но вначале расскажу об одном из своих приемов для роста продаж.

Каждый год я провожу обучение для менеджеров заказчиков, чаще всего из рекламных агентств. По результату обучения они растут в продажах полиграфической продукции. Продают более сложную полиграфию либо те материалы, которые ранее не знали, как продавать. Также они учатся различным профессиональным терминам и впоследствии в общении с заказчиком ведут себя более уверенно. Это, конечно, повышает процент закрытых сделок на продажу.

Рассказываю о технологиях, как их применять, как креативить и продавать на более высокие чеки. Показываю на своем примере те или иные техники, рассказываю истории из жизни. Такое обучение проходило в здании типографии (тогда была еще и экскурсия) или рядом в кафе.

Моя мотивация в этой истории — дать инструменты для продаж, рассказать о своей типографии, технологиях и развить менеджеров рекламных агентств. После обучения обычно исчезают стандартные вопросы, менеджеры думают глубже, лучше понимают процессы и, как следствие, теперь с ними легче работать. Такие мероприятия всегда создаются из позиции win-win. Я даю знания и инструменты, рекламные агентства — заказы.

Безусловно, мы не единственная типография в Краснодаре и они могут заказывать где угодно. Но, как показывает мой опыт, количество заказов от обученных агентств кратно растет, и в этой цепочке зарабатывают все.

Если вам неинтересно растить свой отдел продаж, вы прекрасно можете инвестировать в обучение менеджеров лояльных вам рекламных агентств, тем самым помогая им привлекать более интересных заказчиков, а они, в свою очередь, будут заказывать у вас.

Берите эту идею в работу и развивайте внештатные отделы продаж или обращайтесь ко мне. На данный момент я объединила свое производство с производством моей мамы, Ларисы Ивановны, и сосредоточилась на теме креатива, маркетинга, обучения. Буду рада взаимодействию с типографиями.

В ноябре я общалась с одним из лояльных нам агентств. Поступило предложение обновить знания — обучить менеджеров. Я согласилась, но в один день пришла к тому, что мне важно собрать не только рекламные агентства, но и полиграфистов. Я соскучилась по коллегам. Да и в Краснодаре форумов не было очень давно.

Кинув клич по социальным сетям, поняла, что собирается очень интересная компания производственников. Темы, по которым уже есть спикеры: допечатная подготовка, маркетинг, продажи, креатив, цифровизация продаж, новые материалы: различные виды бумаги, лаки, краски, пудры и т.д., интернет-маркетинг, взаимодействие дизайнеров и типографий, поставка оборудования и материалов из Китая.

Я готовлю свою фирменную полиграфию с различными фишками. Есть идея полиграфического перформанса.

Это будет не просто форум, а дружеская встреча коллег с выступлениями в стиле TEDx. Кроме того, конечно, прорабатываем онлайн-формат.

Регистрация на форум откроется на сайте www.ruchkaforum.ru в январе. Буду очень рада всем коллегам офлайн и онлайн. Успевайте зарегистрироваться, так как зал, в котором нам будет комфортно, рассчитан всего на 126 человек.

Полиграфический форум
RUCHKA
www.ruchkaforum.ru
23 марта 2023 г.
Краснодар

Гардарика

Партнеры, с Новым годом вас!
Пускай успех ждет каждый час!
Расти желаем, развиваться!
В сотрудниках не сомневаться!
Идей вам новых, перспектив!
Пусть дружным будет коллектив!
Желаем, чтоб росли доходы!
И радости Вам от работы!

Коллектив типографии ГАРДАРИКА

gardarika.pro

С Новым годом,
Дорогие коллеги и
партнеры!

Желаю Вам продуктивного, перспективного, удачного, успешного, разнообразного, веселого, счастливого предстоящего года.

Пусть дела идут ладно, пусть в семьях ваших все будет благополучно, пусть каждый день нового года дарит вам отличное настроение, отменное самочувствие и масштабные возможности для реализации всех задуманных идей!

Тарасов Денис Владимирович
генеральный директор
ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
Режевская типография

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

С Новым годом!

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

XV Зимний Уральский полиграфический форум

7 апреля 2023 г.
Екатеринбург, ул. Мира, 32,
ИРИТ-РтФ УрФУ

Телеграм-канал форума

Регистрация — uralprintforum@ya.ru

ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Все о печати и полиграфии здесь

www.pechatnick.com

Дорогие полиграфисты, поздравляем с Новым годом!

Желаем, чтобы радостные моменты и приятные мгновения всегда были в вашей жизни и наполняли трудовые будни. Пусть простое человеческое счастье всегда живет в вашем сердце.

Mimaki-Урал

(343) 28-601-28
www.mimakiural.ru

printech

0+

8-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПЕЧАТНОГО И РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

6–9 ИЮНЯ 2023

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ ОБ УЧАСТИИ

printech-expo.ru

ITE ОРГАНИЗАТОР ORGANISER