

# ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

4 [93] АВГУСТ / 2013  
Журнал издаётся с 2003 года



## УПАКОВКА —

единственный способ роста  
полиграфических предприятий



Serving your success.



## *Высокая Яркость и Белизна!*

**LuxStar (C2S)** - двусторонний высококаландрированный картон двойного мелования.

Превосходно подходит для двусторонней офсетной, высокой, глубокой, трафаретной и флексо печати.

Лицевая и оборотная стороны **LuxStar** обладают одинаковыми печатными свойствами.

Картон пригоден для блантования и тиснения фольгой.

ООО «Европапир»  
129110, Москва, ул. Большая Переяславская, д. 46, стр. 2  
тел.: (495) 787-01-60, 787-01-50, факс: (495) 787-01-55  
office@europapier.ru

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

# **POLYGRAPHINTER** r u s s i a

24-я международная выставка  
полиграфического оборудования, технологий, материалов и услуг

12-15 ноября 2013 года  
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



забронируйте стенд на [www.polygraphinter.ru](http://www.polygraphinter.ru)

Организатор:



**MVK**

Тел: +7 (495) 935 81 00

В составе группы компаний ITE

E-mail: [polygraphinter@mvk.ru](mailto:polygraphinter@mvk.ru)

При поддержке:





## СОДЕРЖАНИЕ

### Новости печатного бизнеса

**4** Новинки рынка, статистика, инсталляции

### Тема номера

**8** Упаковка — единственный способ роста полиграфических предприятий

Объём картонной упаковки составляет 47%.

**10** Точки роста технологий печати упаковки

**14** Gallus предлагает цифровые машины Heidelberg производителям этикеток

### Оборудование

**12** Цифровой рынок: работать или зарабатывать?

Продажи цифровых машин для печати по упаковке будут расти на 10,5% в год вплоть до 2015 года

**16** Линейка Indigo: максимум из возможного

Сегмент коммерческой печати, печать переменных данных, фотопечать — направления, которые оцениваются как наиболее перспективные.

**22** Наталья Новикова: «Работая в сервисе, надо иметь стальные нервы»

**26** Принтер, созданный для медицины

### Аналитика

**19** Импорт готовой печатной продукции

**21** Ценовой индекс на основные виды продукции целлюлозно-бумажной промышленности России

### Расходные материалы

**24** Колористическая станция: шаг в будущее печати

## Уважаемые партнёры!

Если вы не получаете электронные рассылки журнала, проверьте, не находится ли адрес [web@idpr.ru](mailto:web@idpr.ru) в папке «Спам» (Spam), если да, то переместите его в папку «Входящие» и внесите в «Белый список» вашей почтовой программы.

Удачи в бизнесе!

Редакция журнала «Печатный бизнес»

**Для полиграфистов**  
**УРАЛА**



**PRINTURAL**

ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ НАИБОЛЕЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНА

НАШИ ПАРТНЁРЫ:



**3 услуги по 1000 р./месяц**

- 1 >> ПРЕСС-РЕЛИЗЫ / 2-3 раза в неделю /
- 2 >> БАННЕР / 160\*300 pix /
- 3 >> НОВОСТИ С РАССЫЛКОЙ

ЗА ВЕСЬ КОМПЛЕКТ УСЛУГ - РЕГИСТРАЦИЯ В КАТАЛОГЕ / на 1 год /

HTTP://

E-MAIL:

ТЕЛ.:



**Учредитель:** ИД «Предприниматель». **Директор:** Канаikin В. С., [director@idpr.ru](mailto:director@idpr.ru). **Главный редактор:** Канаикина Е. И. **Журналист:** Раильченко Ю. А. **Руководитель проекта:** Трошина Л. С., e-mail: [pb@idpr.ru](mailto:pb@idpr.ru). **Дизайн и вёрстка:** Мерзляков С. А. **Корректура:** Филатова Н. А. **Распространение:** Ауздайчер Л. С., e-mail: [basis@idpr.ru](mailto:basis@idpr.ru). **Postal address of Publisher and Editorial office (also for subscribers)** Russia, Ekaterinburg, 620131, Metallurgov st., 16b/A, phone: +7 (343) 381-52-47, 381-56-66. ISSN 1727-8252 Pечатnyj biznes. **Адрес редакции и издателя:** 620131, г. Екатеринбург, ул. Metallургов, 16б, литера «А». **Телефон редакции:** (343) 381-56-66, e-mail: [pb@idpr.ru](mailto:pb@idpr.ru), <http://www.idpr.ru>. Журнал зарегистрирован в Уральском территориальном управлении МПТР РФ. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № 11-1488 от 29 мая 2003 г. **Подписано в печать:** 02.09.2013. **Выход в свет:** 09.09.2013. **Тираж:** 1 500 экземпляров. **Печать:** ЦПУ «Золотое сечение», г. Екатеринбург, ул. Metallургов, 16б. **Цена свободная.** Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес» только по согласованию с редакцией. Редакция не несёт ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. © 2013 «Печатный бизнес». © 2013 Printing business. Poligraphic catalogue.

# KNAUF PETROBOARD

## ЗАО «КНАУФ ПЕТРОБОРД» –

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПОСТАВЩИК ПРОДУКЦИИ ОАО «Санкт-Петербургский КПК»

## УПАКОВОЧНЫЕ КАРТОНЫ

■ мелованный	«НЕВА» (GD-3) (СПб КПК, Россия)
■ немелованный	«ЛАДОГА» (UD) (СПб КПК, Россия)
■ целлюлозный	Avanta Card (GC-1) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	Avanta Prima (GC-2) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	PankaWhite (GC1) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	PankaBrite (GC2) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	Zenith (GC-1) (APP, Китай)
■ целлюлозный	ZenithClassic (GC-1) (APP, Китай)
■ целлюлозный	ZenithManilaBack (GC-2) (APP, Китай)
■ мелованный	Kemiart Graph (крафт-лайнер) (Metsa Board, Финляндия)
■ макулатурный	Hansol (GD-2, GT-2) (Hansol, Корея)



191015, Санкт-Петербург, ул. Шпалерная, 51  
тел.: (812) 274-32-35, факс: (812) 274-32-74  
e-mail: office\_petroboard@knauf.ru  
www.knaufpetroboard.ru  
www.knaufpetroboard.ru



### ФИЛИАЛЫ:

Москва - тел./факс: (495) 223-91-18  
Екатеринбург - тел./факс: (343) 379-23-70, 356-55-53  
Казань - тел./факс: (843) 278-24-44

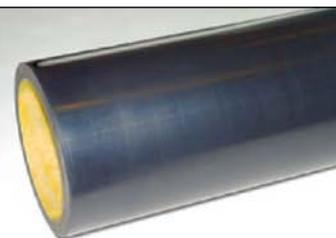
Нижний Новгород - тел./факс: (831) 461-86-53, 461-87-04  
Ростов-на-Дону - тел./факс: (863) 261-32-81, 253-17-33  
Новосибирск - тел./факс: (383) 227-78-73, 227-78-72

## ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

- для офсетной печати
- для глубокой печати
- гильзы для флексопечати Sleeves
- для увлажнения любого типа
- для УФ-печати и лаков
- для фальцовок и ламинаторов (силикон)
- формные флексовалы и шестерни



Формный флексовал



Флексогильза Sleeves на «основе» производства «Формат»



Пассивационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками



Вал для полиграфических машин



ООО «Полиграфические валы»  
152900, Россия, Ярославская обл.,  
г. Рыбинск, ул. Луговая, 7.  
Тел.: (4855) 28-97-57, 25-41-49  
Тел./факс: (4855) 25-41-48  
www.formatltd.ru  
rezina@formatltd.ru

Московский склад  
г. Королёв,  
пос. Первомайский,  
ул. Советская, 39в  
Тел.: (495) 223-94-58 (61)  
Факс: (495) 223-64-47

ПТЧУП «Алкиона»  
220029, Минск, ул. Киселёва, 3/37  
Тел.: (375-17) 306-39-94  
Факс: (375-17) 247-08-79  
alkiona@yandex.ru

# Нужно повышать цены на полиграфические услуги

28 августа под эгидой двух союзов — «ПринтУрал» (президент В. А. Рублёв) и Уральского полиграфического союза (президент А. Л. Попов) — состоялась встреча игроков полиграфического рынка, главной повесткой которой стала экономика, а именно: изменение ситуации на рынке полиграфии в 2013 году, возможность повышения цен в условиях падения рубля, демпинг как стратегия отдельных типографий и определение позиции остальных игроков.



**Владимир Ермаков, директор типографии «Ре-принт» (Нижний Тагил):**

— Главные тенденции на рынке: резкое снижение тиражей, значительное сокращение книжного производства, уход печати этикетки в Беларусь в связи с условиями Таможенного союза. Сегодня большую долю в портфеле составляет рекламная продукция, соответственно, многие заказы переведены на цифру. Тем не менее снижать цены и работать в убыток я не хочу. К нам идут те, кто готов платить за качество. На аргументы «в другом месте дешевле» я не реагирую: большая часть клиентов впоследствии возвращается. Прибыль у нас сохранилась на уровне 2012 года. Поднимать цены, на мой взгляд, нужно и нужно это делать сообща.



**Андрей Попов, президент УПС и директор Печатного дома «Формат»:**

— Происходит сужение рынка, большинство предприятий работает на нижней границе доходности. Наше падение производства составило порядка 5% от уровня прошлого года. Я считаю, что цены не только можно, но и нужно повышать, и для этого ключевые игроки рынка должны договориться. Нужно определять совместные позиции, нужно больше информации друг о друге, о рынке и бороться с демпингом. Эту функцию должны взять на себя полиграфические союзы. Также в рамках союзов нужно вернуться к вопросу информирования через сайты «ПринтУрала» и УПС о недобросовестных заказчиках. Доводить до сведения поименно названия организаций и фамилии директоров, недобросовестность которых установил суд.



**Владимир Лобок, президент Фонда развития предпринимательства и Издательско-полиграфического холдинга «АМБ»:**

— На нашем предприятии в этом году есть небольшой рост производства — порядка 8%, но по срав-

нению с темпами роста в предыдущие годы — это мизер. Необходимость повышать цены есть, и мы её уже реализовали: за летние месяцы стоимость услуг поднялась на 12%. У нас разработана схема рентабельности в зависимости от тиража. Если заказ не вписывается в экономику — мы от него отказываемся. Мы стремимся развивать проектный подход к каждому заказу, зарабатывать на предпечатной подготовке. В целом я настроен на развитие, а не на удержание.



**Татьяна Гришина, директор рекламно-производственной фирмы «Ас-сорт»:**

— Наше предприятие заняло свою нишу и довольно хорошо чувствует: мы ориентированы на комплексные заказы высокого уровня, эксклюзивные решения. В компании работает коллектив креативных дизайнеров, и я могу с уверенностью сказать, что клиенты готовы платить за действительно классный дизайн приличные деньги. Мы не демпингуем и не предлагаем дешёвых решений. Что касается технических возможностей, инвестиции в парк оборудования мы не прекращаем, а при необходимости с лёгкостью идём на кооперацию.



**Николай Шаньгин, директор типографии «Поли-принт»:**

— Объёмы производства у нас серьёзно упали, прошло сокращение штата, загрузка машин на уровне 60%. Ситуация, по моим ощущениям, близка к 2009 году: прибыль крайне невысокая. Относительно низкорентабельных заказов моя позиция категорична: лучше их не брать. Ниже опускать цены просто нельзя.



**Евгений Золотухин, директор полиграфического предприятия «Абрис»:**

— Мы констатируем падение относительно прошлого года на уровне 10–12%. На предприятии прошло со-

кращение, многие сотрудники работают как универсалы. Участие в тендерах ярко демонстрирует острую ситуацию с демпингом в нашем регионе. С этим необходимо бороться, причём бороться общими усилиями. Нельзя работать только на зарплату.



**Виктор Рублёв, президент союза «ПринтУрал»:**

— Специализация типографии «Лазурь» — ролевая печать, этот рынок до недавнего времени был довольно узким, однако в настоящее время мы испытываем определённые трудности: роста в текущем году по отношению к 2012-му нет. Мы сокращаем расходы на содержание машин, продаём технику, закрываем некоторые должности. В такой ситуации, я считаю, выгоднее отказываться от низкорентабельных заказов, поэтому типография работает фактически по требованию. Другое условие, которое мы вынуждены выдвигать, — предоплата. В целом мы не делаем никаких инвестиций и занимаем выжидательную позицию.

*Многие участники рынка остались на уровне цен 2009 года, которые были существенно снижены из-за кризиса. Те игроки, которые демпингуют, мотивируя тем, что они более эффективны, как правило, не имеют доказательств. Рост цен на полиграфические услуги обоснован инфляцией, постоянным ростом цен на энергию, ростом зарплатных плат. Государство регулярно поднимает цены и закладывает их рост в бюджет, ссылаясь именно на эти причины, и удерживать постоянство цен в этих условиях уже не очень разумно и не всегда возможно. Участники договорились продолжить диалог и провести встречу 26 сентября этого года в расширенном составе, с привлечением ключевых игроков полиграфического рынка. Подготовку к этой встрече взяли на себя оба президента полиграфических союзов.*

Юлия Раильченко

## БЛЕСТЯЩАЯ НОВИНКА

На рынке дизайнерских бумаг появляется ещё одна коллекция. Это металлизированные бумаги «Карта Плюс». Коллекция специально разработана для компании «Регент-Арт» с учётом запросов и пожеланий клиентов. В результате предварительного тестирования бумага продемонстрировала прекрасный печатный результат, независимо от того, на каком оборудовании производилась печать или послепечатная обработка. Особенно приятно подчеркнуть, что такие же превосходные результаты были

получены при работе на цифровом оборудовании.

Особое внимание компания уделяет цветовой гамме своей итальянской коллекции, учитывая интересы как любителей классических цветов, так и приверженцев новых, модных оттенков. Цвета коллекции «Карта Плюс» от пастельных до интенсивных тёмных были подобраны с учётом многолетнего опыта работы с металлизированными бумагами, а также исходя из предпочтений клиентов компании «Регент-Арт».



В коллекции также представлены конверты евроформата.

Бумаги и конверты под брендом «Карта плюс» появятся на складе «Регент-Арт» в Екатеринбурге уже в начале осени.

**По информации компании «Регент-Арт»**

## ВЫПУСК КНИГ ПО ЧИСЛУ НАИМЕНОВАНИЙ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2013 ГОДА УВЕЛИЧИЛСЯ НА 2,3%

Общий тираж книг и брошюр, выпущенных в первом полугодии, составил 246 430,9 тысячи экземпляров, что всего на 2,1% меньше, чем в аналогичном периоде 2012 года. Напомним, что по результатам первого полугодия 2012 года падение составляло целых 13,5%.

Количество выпущенных за 6 месяцев текущего года книг и брошюр составило 59 060 печатных единиц, в том числе 50 486 книг и 8 574 брошюры, что на 2,3% больше, чем в 2012 году. В переплётё

опубликовано 19 328 изданий, это на 4,9% больше, чем в 2012 году, их общий тираж составил 91 160,5 тысячи экземпляров, показав рост на 5,6%.

В обложке издано 39 732 печатные единицы, рост составил 1%, потиражно наблюдается спад на 6,2%, общий тираж книг и брошюр в обложке составил 155 270,4 тысячи экземпляров.

Что касается классификации выпуска книг, то картина по различным типам изданий следующая.

Новых изданий за полугодие выпущено 49 123 печатные единицы, это на 1,8% больше, чем в 2012 году, их общий тираж составил 155 258,3 тысячи экземпляров, что на 3,8% меньше, чем в прошлом году. Количество переизданий составило 9 937 печатных единиц, что на 4,6% больше, чем в прошлом году, и на 0,7% больше в потиражном исчислении (91 172,6 тысячи экземпляров).

**Источник: [www.pro-books.ru](http://www.pro-books.ru)**

## ВЫРУБНОЙ ПРЕСС YAWA MW1050YR УСПЕШНО РАБОТАЕТ ПО ПЛАСТИКУ



Компания «ОСТ-Дилер» завершила монтаж и ввод в эксплуатацию уникального в своем роде автоматического вырубного прессы Yawa MW1050YR в компании «Бюрократ» (Чехов, МО). Особенностью установленной машины является возмож-

ность работы по пластику — компания «Бюрократ» — один из крупнейших производителей канцелярских и бумажно-беловых товаров в России, и значительная часть изделий изготавливается из пластиковых материалов (ПВХ, полистирол и другие) толщиной до 0,4 мм. Закупка автоматического прессы была обусловлена необходимостью автоматизации процесса вырубки изделий из пластика. В данной конфигурации пресс Yawa MW1050YR оснащён нагревательной плитой и системой снятия статического электричества производства компании SMC (Япония), что позволяет осуществлять вырубку из пластиковых листов в широком диапазоне

толщин. Листопроводящая система не потребовала модернизации.

«Машина успешно введена в эксплуатацию и стала полноценным участником нашего производственного процесса. Специалистам компании «ОСТ-Дилер» удалось достигнуть основной цели, поставленной нами, — стабильной работы машины с пластиком. Мы благодарим сотрудников компании за профессиональное выполнение поставленных перед ними задач и надеемся на продолжение сотрудничества между нашими компаниями», — отметили представители компании «Бюрократ».

**По информации «ОСТ-Дилер»**



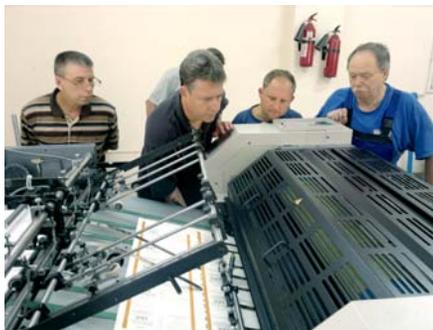
**RES PUBLICA**

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

**запчасти -  
это по нашей части**

**(812) 560-47-42, 438-17-27**

## ПЕРВАЯ В РОССИИ, ПЕРВАЯ В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ ЛАКИРОВАЛЬНАЯ МАШИНА КОМРАС KWIK FINISH 32



В конце июня компания «Апостроф» произвела поставку и ввод в эксплуатацию профессиональной полуформатной машины для сплошного и выборочного УФ- и ИК-лакирования Komras Kwik Finish

32 в типографии ППО «Новые технологии» (Муром).

Komras Kwik Finish 32 — лакировальная машина, имеющая в штатном оснащении возможность нанесения УФ, водно-дисперсионного, специальных видов лака и праймера. Изначально машина рассчитана на высокоскоростную работу и предназначена для среднеформатных офсетных и цифровых типографий. В качестве запечатываемых материалов могут выступать толстые бумаги, пластик и картон.

Совместно с представителями завода-изготовителя проведено комплексное обучение сотрудников типографии ППО «Новые технологии» по работе и обслуживанию машины Komras Kwik Finish 32.

Проведена серия тестов по сплошному и выборочному УФ-лакированию, включая тест на реальном тираже.

На основании произведённых работ под контролем представителей из США и Германии, инженеры компании «Апостроф» получили официальное подтверждение завода-производителя Komras Technologies о возможности предоставления компанией «Апостроф» сервисного обслуживания и последующих инсталляций лакировального оборудования Komras на территории Российской Федерации.

**По информации компании «Апостроф» — официального дилера Komras Technologies, LLC на российском рынке**

## НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПЕЧАТИ ЭТИКЕТКИ

Всё большую роль в продвижении товара начинает играть персонализация маркировки, требующая малых тиражей, что делает более выгодным использование лазерной печати. На эту потребность откликнулась компания Xerox, предложившая рынку широкий ассортимент как стандартных, так и специальных наклеек. Если первые используются для корреспонденции, офисных нужд, систем хранения и перевозки, то вторые нужны там, где требуется повышенная стойкость в агрессивных средах. В настоящее время Xerox выпускает два вида специальных самоклеящихся плёнок: DuraPaper Labels и Premium NeverTear Labels.

Xerox DuraPaper Labels — наклейки на основе пористого синтетического материала, они разработаны для промышленного применения, сопряжённого с воздействием агрессивных сред. Для такой плёнки характерна высокая прочность на разрыв и устойчивость к УФ-излучению, химикатам, воде, маслу и грязи, а постоянный акриловый клей обеспечивает её плотную и крепкую фиксацию даже на неподготовленных или округлых поверхностях. Наклейки Xerox DuraPaper Labels широко используются для маркировки таких продуктов, как стальные и пластиковые банки с моторными маслами и химикатами, контейнеры на нефтеперерабатывающих заводах, резиновые изделия, бытовая техника и многое другое. Одно из направлений применения продукции — этикетки на горшках с растениями, которые должны обладать как стойкостью к воде, грязи и выгоранию на солнце, так и высокой персонализацией. Несмотря на то что средний тираж такой продукции составляет несколько сотен тысяч экземпляров, этикетки отличаются высокой вариативностью графической и текстовой информации о разных видах растений

внутри одного тиража, что делает целесообразным применение лазерной печати.

Компания Xerox поставляет в Россию широкую линейку наклеек Xerox Premium NeverTear Labels (PNT Labels): белых и прозрачных, матовых и глянцевых, с постоянным и съёмным клеем форматом от А4 до SRA3. Они производятся на основе самого популярного синтетического материала для цифровой печати Xerox Premium NeverTear, который отличается необычайной стойкостью к механическим повреждениям и воздействию агрессивных сред. Он демонстрирует исключительную прочность: порвать, промочить или испачкать этот материал невозможно, он не выгорает на солнце, не желтеет со временем, не деформируется из-за перепада температур. В отличие от обычной бумаги его не нужно ламинировать, чтобы добиться водостойкости и защиты от износа. С другой стороны, съёмные этикетки не оставляют следов после использования, что делает их идеальным материалом для применения при транзитных перевозках или для маркировки товара с тем, чтобы пользователь мог легко снять наклейку — к примеру, в магазинах бытовой техники и электроники. Чаще всего самоклеящиеся плёнки PNT Labels служат рекламным целям или используются для производства этикеток высокой персонализации и/или малыми тиражами, а их разновидность со съёмным клеем незаменима для временных промоакций.

Оба вида специальных наклеек, предлагаемых Xerox, можно использовать в большинстве лазерных принтеров — не только в крупных типографиях, но и в кописалонах, офисе и даже дома (свериться со списком рекомендованных устройств можно на сайте xerox.ru). Созданные с учётом особенностей лазерной печати, они полностью соответствуют требованиям оборудования, обеспечивая

### Labels Colour laser and copier



надёжное закрепление тонера и исключая риск вытекания клея при печати. При этом подложка наклейки предотвращает двойную подачу, а стабильность матовой полиэтиленовой плёнки обеспечивает идеальное прохождение тракта аппарата.

Георгий Дудников, менеджер по продукту компании Xerox Россия, отмечает: «Преимущества цифровой печати этикеток уже давно известны в Европе, где персонализированная продукция встречается повсеместно. Российский рынок тоже постепенно начинает следовать этой общемировой тенденции: типографии активно предлагают цифровые наклейки своим клиентам из разных отраслей промышленности, а производители, продавцы и рекламные компании, в свою очередь, проявляют высокий интерес к возможностям, которые предоставляет персонализация. Xerox внимательно следит за этими тенденциями и предлагает линейку инновационных материалов, позволяющих свести на нет неблагоприятное воздействие среды на этикетки и достичь высоких стандартов качества при их запечатывании».

**По материалам пресс-службы Xerox**

## НАГРАДА EDP ЗА СЕРИЮ BIZHUB PRESS 1250

Konica Minolta в очередной раз удостоилась престижной награды, которую Европейская ассоциация цифровой печати (European Digital Press Association — EDP) присудила ей вместе с ведущими в области цифровой печати европейскими журналами с более чем миллионной аудиторией читателей-профессионалов. Конкурсная комиссия EDP выбрала МФУ серии bizhub PRESS 1250, включая bizhub PRESS 1250/1250P, bizhub PRESS 1052, а также bizhub PRO 1052 в качестве победителя 2013 года в категории «Лучшая листовая высокопроизводительная система печати». Производственные системы печати серии bizhub PRESS 1250 объединяют всё лучшее для профессиональной чёрно-белой цифровой печати — широкий диапазон финишных функций со скоростью печати от 105 A4/60 A3 страниц в минуту (стр./мин) до 125 A4/70 A3 стр./мин. Bizhub PRESS 1250 сконструирован таким образом, что легко может выдержать месячную нагрузку в 3 миллиона отпечатков. Кроме того, все системы обеспечивают печать с разрешением 1200 x 1200 dpi и отличаются высокой гибкостью в работе с носителями, включая опцию двусторонней печати на бумаге плотностью до 300 г/кв. м.



Поддерживаются различные форматы бумаги (вплоть до 324 x 483 мм), причём наиболее часто используемые форматы можно сохранять в библиотеке, а затем

извлекать их оттуда с помощью каталога бумаг.

Источник: [www.pechatnick.com](http://www.pechatnick.com)

## 97,9% ПОСЕТИТЕЛЕЙ «ПОЛИГРАФИНТЕР» ПЛАНИРУЮТ ПРИЕХАТЬ И В ЭТОМ ГОДУ

С 12 по 15 ноября 2013 года состоится 24-я Международная выставка полиграфического оборудования, технологий, материалов и услуг «Полиграфинтер» (Москва, МВЦ «Крокус Экспо»). Компания MVK в составе группы компаний ITE провела опрос посетителей выставки 2011 года, по результатам которого 97,9% планируют посетить экспозицию «Полиграфинтер-2013». Основной целью посещения выставки более 90% респондентов назвали изучение тенденций рынка, 33,7% потенциальных посетителей пла-

нируют провести переговоры о закупках для своей компании; 56,4% основной целью ставят установление/поддержание деловых контактов.

Интересующие респондентов направления на выставке (в опросе использовался вопрос с множественным выбором ответов):

- pre-media — 9,7%;
- pre-press — 39,1%;
- post-press — 49,0%;
- цифровое печатное оборудование — 59,1%;

- офсетное печатное оборудование — 43,9%;
- оборудование для широкоформатной печати — 32,2%;
- материалы — 76,1%;
- другое — 5,7%.

Выставка «Полиграфинтер» проходит один раз в два года. В 2011 году свою продукцию представили более 250 компаний из 17 стран мира. Число посетителей составило более 15 000 человек.

По информации MVK

## ЯРКИЙ ИГРОК НА РЫНКЕ КАРТОННОЙ УПАКОВКИ

Девятого августа в Челябинске стартовало новое производство упаковки из полиграфического картона PM Packaging. В церемонии открытия приняли участие министр экономического развития Челябинской области Елена Мурзина, генеральный директор компании «ПМ Пакаджинг» Дмитрий Глухих, руководство «Челябинвестбанка», профинансировавшего данный проект, вице-президент ЮУТПП Игорь Аристов. «Данное предприятие — это пример создания высокотехнологичных рабочих мест с достойной заработной платой, инвестиции которого позволяют диверсифицировать

экономику региона. У компании уже нарабатаны каналы сбыта, в первую очередь это предприятия пищевой промышленности области. Благодаря этому снижаются риски в реализации проекта», — отметила Елена Мурзина.

Основными преимуществами при выборе места строительства стали: близкое расположение к основным потребителям продукции компании, наличие коммуникаций на производственной площадке и удобная логистическая доступность. Выбор был сделан в пользу Челябинска, в радиусе 300 км от которого находятся основные потребители.

Потенциальными клиентами картонной упаковки являются крупнейшие компании различных отраслей промышленности Уральского региона: пищевой, парфюмерно-косметической, химической, строительных материалов и др. Это производство с высокой герметической точностью, полноцветной печатью в соответствии с мировыми стандартами индивидуальных коробок для фастфудов, сыпучих пищевых продуктов, упаковки непивных продуктов и других.

Источник: [www.pmpackaging.ru](http://www.pmpackaging.ru)

# Упаковка – единственный способ роста полиграфических предприятий

Перед многими полиграфическими предприятиями сейчас стоит задача перераспределения активов, а также поиска новых, высокомаржинальных ниш. Книжно-журнальная отрасль испытывает затруднения и значительную конкуренцию со стороны разнообразных онлайн-ресурсов; рынок листовой этикетки находится в состоянии глубокой стагнации; быстро сокращается и рынок рекламной полиграфии (рекламные бюджеты также всё больше распределяются в стороны онлайн-медиа). В этих условиях единственным стабильно растущим сегментом рынка остаётся упаковочный.



Yawa Prof-106

тонной упаковки неоднородна. С одной стороны, рынок транспортной гофрокартонной упаковки стабильно растёт, а вот рост рынка потребительской упаковки из профиля Е не такой стремительный. Положительным моментом такой упаковки является её дешевизна — этот материал целиком и полностью производится в России, в отличие от высококачественного картона, который в значительной доле экспортируется. Поэтому именно цена такого вида упаковки может в дальнейшем послужить причиной стремительного роста, а основным сегментом роста будет высококачественная упаковка из кашированного микрогофрокартона.

В силу приведённых выше факторов полиграфические предприятия, обладающие офсетными производственными мощностями, всё больше внимания обращают на рынок упаковки. И, конечно, встаёт вопрос выбора постпечатного оборудования. Если небольшое предприятие может остановить свой выбор на простом и недорогом оборудовании, таком, как тигельные прессы, то при значительных

объёмах производства необходимостью становится установка высокопроизводительных автоматических машин. В данном сегменте присутствует достаточно много компаний. Постпечатное оборудование производства компании Yawa — автоматические вырубные прессы, высокопроизводительные автоматы для тиснения форматов А2 и А1, рулонные линии вырубки и тиснения (совместного производства Bernal-Yawa), фальцевально-склеивающие линии с шириной заготовки от 150 до 1 000 мм — уже давно и хорошо известно на российском рынке.

Подробнее хотелось бы остановиться на новейшей серии тяжёлых машин для вырубки и тиснения Excel, представленной широкой полиграфической общественности на выставке Dupa-2012. Это уже третья генерация оборудования данного типа; если серия «У» была глубокой переработкой серии MW1050, отличающаяся широким использованием импортных комплектующих и направленная в первую очередь на экспорт (Европа, США, страны СНГ), то серия Excel является абсолютно новой моделью, разработанной с «чистого листа». Очевидное отличие новой серии машины — это сразу два типоразмера — 1 020 x 720 и увеличенный формат, 1 060 x 760 мм (против 1 050 x 750 мм у предыдущих моделей).

По данным исследования рынка упаковки, проведённого агентством Discovery Research Group в 2012 году, объём картонной упаковки составляет 47%. Такого вида упаковочная продукция активно используется в пищевой, химической, парфюмерно-косметической и других видах промышленности. Основным заказчиком картонно-бумажной тары и упаковки в России является пищевая промышленность, а одним из быстрорастущих потребителей является рынок фастфуда, который обеспечивает высокоплатёжный спрос на качественную бумажную упаковку. Одним из главных катализаторов на рынке бумажной упаковки сегодня является «экотренд», а бумажная упаковка считается одним из самых экологичных видов упаковки. Кроме того, только картонная упаковка позволяет использовать всё многообразие дизайнерских решений: можно выбирать материал, различные способы отделки (лакирование, тиснение, конгрев), создавать упаковку нестандартной формы. Дополнительным преимуществом является возможность производства упаковки любого тиража, начиная от нескольких сотен экземпляров. Никакой другой вид упаковки не может похвастаться такой гибкостью.

Динамика развития рынка гофрокар-

Серия	Даты выпуска	Особенности
MW	1990–2009	Тяжёлые и надёжные машины, скорость работы — до 6 000 ц/час
MW-Y	2005 – н.в.	Модель, ориентированная на экспорт. Широкое применение импортной электроники. Впервые азиатский производитель представил модель с функцией разделения заготовок.
Excel	2012 - н.в.	Серия представлена в двух форматах (1020 x 720 и 1060 x 760 мм). Абсолютно новая модель: изменён механизм давления, увеличена рабочая площадь, новая система синхронизации. Впервые на азиатском рынке представлена модель «три в одном» — «вырубка, тиснение, удаление облоя». Реализовано удаление «передней кромки».



Excel C-106E

Технические характеристики машины серии Excel приведены в таблице. Однако множество параметров, в комплексе определяющих качество и удобство работы, не укладывается в табличные форматы. Так, полностью переработанная вакуумная пневматическая подающая головка теперь снабжена 4 отделяющими и 4 подающими присосами, регулируемые по углу наклона и высоте. Опционально существует возможность установки немецкого самонаклада Mabeg. Однако фирменный, производства самой Yawa, отличается столь высокой стабильностью работы на различных материалах (от 90 г/кв. м до 2 000 г/кв. м, а также гофрокартоне профилей E и B), что устанавливать Mabeg большинство клиентов не видят смысла. Система равнения и контроля подачи листа включает два боковых упора (механизмы «тянущего» и «толкающего» типа традиционно для Yawa реализованы в одном узле) и систему фотоэлектронной фиксации; в стандартной комплектации поставляется ультразвуковой датчик двойного листа. Точный проход листа через все секции машины обеспечивается цепным транспортёром с 7 штангами, в каждом месте останова положение фиксируется по трём точкам, а положение захватов может регулироваться для более экономного расхода площади листа. Синхронизация всех модулей машины в серии Excel осуществляется не кулачковым механизмом, как ранее, а зубчатыми сегментированными шестернями. Открытие захватов на приёмке осуществляется запатентованным устройством E-Gripper. Система CentralLine, отраслевой стандарт для одно-временной точной установки комплекта штампов, теперь стала ещё удобнее в использовании. Сердце машины — вырубная секция, развивает давление до 260 тонн, использует новый кривошипно-шатунный механизм с мощной червячной передачей. С центрального пульта управления (11-дюймовый цветной сенсорный экран) можно не только изменять скорость работы, уровень сведения плит (с точностью повторения не менее 0,01 мм), но и осуществлять микрометрическую приводку точности по трём углам, что позволяет добиться идеальной точности. Система управления машиной в режиме реального времени осуществляет контроль и самодиагностику всех узлов оборудования. В целом все нововведения направлены на достижение высокой точности и стабильности работы машин на максимальной механической скорости — 7 500 циклов в час. Хочется ещё раз подчеркнуть, что заявленная скорость работы не рассчитана теоретически, а стабильно достигается на практике при использовании качественных материалов.

Машины серии Excel появились на российском рынке совсем недавно, но только за лето 2013 года установлено четыре полноформатных автомата.

Что касается моделей с функцией тиснения (индекс F в названии), то все они комплектуются системой управления Transcend-09 с функцией памяти на неограниченное количество заданий, а также функцией расчёта (виртуального «прогона» тиража) необходимого количества фольги. Каждое из устройств перемотки фольги может работать в режиме стандартного тиснения, фрагментарного (с дискретным шагом перемотки), а также голографического. По сравнению с серией «Y» снижено энер-

Однако отличные технические характеристики принимаются во внимание уже после оценки главного параметра — стоимости оборудования. Что ж, попытаемся ответить на этот непростой вопрос. Конечно, существует оборудование дешевле. Но Yawa — это мощный завод, полностью собственное производство и конструкторский центр, это более 20 лет опыта именно в производстве полиграфического оборудования. Ценовая политика этого предприятия позволяет удержать стоимость оборудо-

### Модельный ряд машин серии Excel

	EC-102 (E)	EC-106 (E)	EC-106ER	EF-102	EF-106	ProF-106
Высечка	√	√	√	√	√	√
Тиснение	-	-	-	√*	√*	√*
Удаление облоя**	опц**	опц**	√	-	-	√
Формат макс., мм	1 020 x 720	1 060 x 760	1 060 x 760	1 020 x 720	1 060 x 760	1 060 x 760
Формат мин., мм	400 x 350	400 x 350	400 x 350	430 x 350	430 x 350	430 x 350
Скорость, ц/час	7 500	7 500	6 500	7 500	7 500	7 500
Давление, N	250 x 10 <sup>4</sup>	260 x 10 <sup>4</sup>	260 x 10 <sup>4</sup>	250 x 10 <sup>4</sup>	250 x 10 <sup>4</sup>	300 x 10 <sup>4</sup>
Плотность, г/кв. м	90-2 000	90-2 000	90-2 000	90-2 000	90-2 000	90-2 000
Гофрокартон	E, B					
Стапель, мм	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 350
Вес, т	13	19,5	22	19	20	20

\* Опционально — тиснение голографической фольгой

\*\* Машин с индексом E оснащаются секцией удаления облоя

\*\*\* Машин с индексом ER оснащаются секциями удаления облоя и разделения заготовок

гопотребление — до 40 кВт. Для лучшего качества работы на тонких бумагах предусмотрена функция «воздушного ножа».

В модельном ряду машин выделяется модель с индексом «Pro» — Yawa ProF-106 — это уникальная машина, ключевой особенностью конструкции является оригинальный двойной модуль перемотки фольги, который за 15 минут может быть заменён на секцию удаления облоя. Секции сменяют друг друга при помощи моторизованного привода. Таким образом, предприятие может предложить не только тиснение, но и высечку с полным удалением облоя — имея всего одну единицу оборудования.

Специально для рынка гофрокартонной упаковки, о котором речь шла в начале статьи, Yawa предлагает машины с увеличенным форматом — от 1 300 мм и выше. Эта категория машин специально сконструирована для стабильной работы с гофрокартонном профилей E и B: они имеют усиленный механизм вырубки (до 450 тонн), увеличенные стапели, а также могут комплектоваться одним из трёх самонакладов на выбор: с вакуумными ремнями, фрикционной системой подачи, а также традиционным (вакуумные присосы).

вания на оптимальном уровне — немного выше неизвестных мелких производителей, но существенно дешевле именитых европейских брендов. Сотни российских компаний, выбравших оборудование Yawa, оценивали и сравнивали всех конкурентов — китайских, тайваньских, европейских и всё-таки сделали выбор в пользу Yawa именно благодаря отличному сочетанию качества, надёжности и технологичности оборудования с одной стороны и его стоимостью с другой стороны.

**Компания «ОСТ-Дилер» является эксклюзивным дистрибьютором компании Yawa в России, Белоруссии и Казахстане. Также в наличии на складе и под заказ полный спектр профессионального постпечатного оборудования.**

**Исчерпывающую информацию по стоимости оборудования, условиям поставки, а также технологическую консультацию можно получить по телефону: +7 (499) 703-39-64 или на сайте: [www.ost-d.ru](http://www.ost-d.ru).**

**OST-D**  
OST DEALER

# Точки роста технологий печати упаковки

Для печатания на упаковке используются практически все известные на сегодняшний день печатные технологии, включая флексографию, офсетную печать, глубокую печать, типоофсет, печать на металле, трафаретную и цифровую печать, а также целый ряд специальных или запатентованных видов печати. Какими преимуществами в рыночной борьбе обладает каждый из них?



## «Флексо»

Доля флексографской печати составляет более 48% рынка упаковки. Этот способ печати традиционно использовался для массовой печатной продукции из недорогой упаковки и тары из эластичных материалов и гофрокартона. В настоящее время флексография используется в производстве практически всех видов необъемной упаковки. Флексографская печать применяется также при изготовлении этикеток, блистерных упаковок, коробок из гофрокартона, складных картонных коробок, эластичных сумок-пакетов, крышек, пенопластовых этикеток, пластиковых мешков, бирок, наклеек, термоусадочной пленки и упаковки, устойчивой к внешним воздействиям и защищенной от несанкционированного вскрытия. Для полиграфического предприятия есть три способа реализовать возможности, существующие на флексографском упаковочном рынке:

- Конверсионный перевод флексопечати на офсет. В связи с падением тиражей имеются многочисленные возможности для офсетных полиграфистов, чтобы вернуть себе упаковочные работы, которые в настоящее время печатаются флексографским способом.

- Конверсионный переход на флексопечать. Большинство возможностей конверсионного перевода печатных технологий на флексопечать будет исходить из области глубокой печати, но они ни в коем случае не единственные.

- Прямая флексографская печать с использованием имеющегося флексо-

графского оборудования и соответствующих практических профессиональных навыков и знаний или приобретение необходимой флексографской техники с начальными капиталовложениями во флексографию.

**Печатная картонная упаковка занимает 60% в общем объеме спроса на эти виды изделий. За каждые предыдущие 5 лет объем выпуска печатной упаковки удваивался. Итоги 2012 года подтверждают эту тенденцию. Рынок предложений печатной упаковки продолжает расти в среднем на 5–6% в год и является одним из наиболее перспективных для отечественной полиграфии.**

С учетом промышленных оценок доли рынка флексографской упаковочной печати в пределах от 48 до 75% и выше (Техническая Ассоциация флексографской печати) и прогнозируемом росте годового объема рынка в пределах 5% легко предположить, что флексографию ожидает большое будущее.

## Офсет

Доля офсетной плоской печати составляет около 22% рынка упаковки. Этот вид печати традиционно использовался для изготовления упаковочной продукции среднего и высокого качества. Реализация офсетными полиграфическими компаниями рыночных возможностей в сфере упаковочного бизнеса может проходить

по шести основным направлениям (они могут частично совпадать друг с другом в зависимости от производственных возможностей и выбранной маркетинговой стратегии):

- полное изготовление упаковки на одном предприятии;
- изготовление высококачественной упаковки;
- производство дешевой упаковки;
- организация технологически гибкого производства с коротким производственным циклом;
- высокотехнологичное производство;
- другое производство.

## Глубокая

Доля глубокой печати на рынке упаковки составляет около 17%. Традиционная сфера применения глубокой печати: производство упаковочной продукции среднего и высокого качества. За последнее время произошло сокращение доли глубокой печати. Можно выделить три условия, являющихся отчасти причинами проблем, препятствующих развитию рынка глубокой печати:

1. Крупные капиталовложения в широкоформатные машины глубокой печати, которые менее приспособлены к преобладающим в настоящее время небольшим по размерам заказам на печать.

2. Исторически сложившаяся ориентация глубокой печати на крупнотиражное

производство, которой до сих пор продолжает придерживаться большинство предприятий, избыточный парк широкоформатных машин глубокой печати и неприятие средств управления производственными процессами, позволяющих перейти к малотиражному производству с меньшими затратами.

3. Процесс изготовления носителей изображения. Большинство предприятий глубокой печати заказывает гравирование формных цилиндров у внешних специализированных предприятий или репроцентров, что увеличивает их стоимость и общую продолжительность процесса печати. Учитывая современные тенденции закупочной деятельности, большинство упаковочных компаний рассматривают этот момент как отрицательный.

## «Цифра»

Обычно цифровой способ печати используется в упаковочном производстве при изготовлении небольших партий пробных образцов упаковки или единичных образцов упаковочных изделий, выпускаемых по оригинал-макету. Существующая в настоящее время тенденция сокращения объемов тиражей открывает дополнительные возможности для цифровой печати в секторе печатного производства повторяющихся этикеточных изображений и других видов малоформатной упаковочной продукции, выпускаемой в приемлемом тиражном диапазоне. Прежде всего, цифровая печать позволяет упаковщикам сократить общую продолжительность цикла изготовления и выпуска упаковки более чем на 20%, включая сокращение длительности производственного этапа более чем на 50%.

**Михаил Мартынов, руководитель отдела маркетинга продукции промышленного класса компании Xerox,** рассказал, для каких сегментов россий-

дят на рынок «цифровой» упаковки, конечно, те, кто уже занимался цифровой печатью — у них есть соответствующий опыт работы с используемыми технологиями и группой клиентов, которым это интересно. Как правило, у оперативных типографий уже сформирован некий пул заказчиков, среди которых есть рекламные агентства, в свою очередь, размещающие довольно много заказов своих клиентов — на корпоративные подарки, например».

Помимо всего прочего, цифровая печать позволяет упаковочным предприятиям и маркетинговым структурам организовать производство высококачественной упаковки, а также различных видов целевых упаковочных изделий, отвечающих требованиям логистических цепочек сотрудничающих с ними розничных компаний и запросам индивидуальных заказчиков в отношении маркетинга и сбыта. Рынок целевой упаковки наряду с рынками малотиражной продукции и этикеток — это та среда, в которой цифровая печать наиболее конкурентоспособна.

**Одним из основных отличий рынка упаковки от рынка издательско-коммерческой печати является то, что первый достаточно трудно описать при помощи традиционных методов количественной оценки. Система сложных взаимоотношений внутри упаковочной промышленности затрудняет даже определение точного количества игроков на рынке упаковки. Величина этого рынка оценивается приблизительно в пределах 75% от общего объема рынка коммерческой печати.**

ской упаковочной отрасли цифровая печать экономически и стратегически выгодна: «В секторе подарочной и персонализированной упаковки цифровая печать уже плотно «прижилась» — как в Москве и Санкт-Петербурге, так и в других регионах России. Это одно из направлений в упаковке, для которого цифровая печать подходит явно больше, чем другие технологии, так как здесь много коротких (от одного экземпляра) тиражей и работы с переменными данными. Чаще выхо-

## Трафарет

Доля трафаретной печати составляет менее 2% рынка упаковки. Традиционная сфера применения трафаретной печати: специальные виды упаковки, рекламные единичные образцы упаковочных изделий и упаковочная тара нестандартной объемной формы, например, стаканы, тарелки, крышки, банки и бутылки. Поскольку производственный цикл трафаретной печати весьма продолжителен,



она не подходит для массового производства даже в современных условиях снижения объемов тиражей. Одним из основных преимуществ трафаретной печати является возможность запечатывать практически любые материалы самой разной формы, а также способность печатать высокоинтенсивными красками, в том числе и металлизированными.

## «Спец»

Специальные способы печати составляют около 3% рынка упаковки и традиционно используются для запечатывания узкоспециализированных материалов или изготовления особых видов упаковки, требующих комбинированного сочетания нескольких технологий печати. За счёт своей узкой направленности рынок специальных способов печати отличается стабильностью и отсутствием жёсткой и длительной конкуренции.

Перспективы для бизнеса на рынке упаковки зависят, главным образом, от характера взаимоотношений с упаковочной компанией и понимания её запросов и бизнес-факторов, определяющих эти запросы. Отсутствие у новичков на рынке упаковки связей с потребителями печатных услуг, а также подробной информации о компаниях-заказчиках, их целях и проблемах, делает затруднительным для них получение заказов или вступление в конкурентную борьбу за существующие контракты.

**Подготовила Юлия Раильченко**  
Использованы материалы книги  
Тэда Намюра «Производство  
упаковки: новые центры прибыли»  
Иллюстрации — из открытых  
источников сети Интернет



# Цифровой рынок: работать или зарабатывать?



По прогнозам InfoTrends, мировые продажи цифровых машин для печати по упаковке будут расти на 10,5% в год вплоть до 2015 года. Однако существует мнение, что рынок цифровой печати «перегревается» производителями и дистрибьюторами цифровой техники, у которых идут на поводу сами операторы рынка.



## Возможности зарабатывать

«Цифра» и офсет не должны конкурировать в принципе. Это два процесса, созданных для решения абсолютно разных задач, и они, по идее, должны помогать друг другу решать задачи комплексно. Офсет — это длинные тиражи, приличные сроки изготовления, низкая стоимость, стандартные типы работ. Цифровая печать — это короткие сроки, меньшие по объёму тиражи, возможность печати переменными и индивидуальными данными. Более того — это разные группы клиентов и принципы работы с ними: есть, например, производители цифровой упаковки, которые работают с сегментом b2c, заказ у них можно полностью разместить через интернет-сайт и потом забрать уже готовую работу. Предприятие, печатающее офсетом или флексографией, не будет такого делать — у них масштабы другие, и общение с клиентом перед началом работы над заказом и во время неё, соответственно, более плотное и длительное. Тем не менее, передел заказов между этими двумя способами печати имеет место быть. Следует обратить внимание на те ниши, в которых внедрение ЦПМ позволит освоить новый пласт заказов или удержать «сомневающийся» клиентов.

Основной нишей использования ЦПМ всегда считалось и продолжает оставаться изготовление коротких тиражей в сегменте коммерческой печати полиграфической продукции малых форм. Дополнительными преимуществами «цифры» в коммерческой полиграфии является возможность вести архив работ заказчи-

ков, возможность оперативной допечатки тиража или при необходимости внесения изменений в готовый макет.

Очевидно, заявленный минимальный тираж, печатаемый на ЦПМ, составляет 1 экземпляр. Что выходит на практике? Минимальный тираж, за который берутся владельцы печатных машин, — как правило, от 50–100 экземпляров, основная же масса заказов приходится на тиражи от 500 до 1 000 экземпляров. Что же касается верхней планки: оптимальными для цифровой технологии — в зависимости от состава оборудования — являются работы объёмом до 5 000 экземпляров, но с достаточно сжатыми сроками производства.

Адресные рассылки — превосходное применение для цифровой печати благодаря широким возможностям персонализации. Мировой объём рынка прямых адресных рассылок в 2005 году оценивается в 1,9 млрд евро. Прогноз на 2015 год — 8,6 млрд евро (рост в 4,5 раза).

Один из наиболее обсуждаемых сегодня динамичных сегментов цифровой полиграфии — производство фотокниг. Потенциал российского рынка персонализированных фотокниг оценивается приблизительно в 18 млрд рублей, из них поставщики услуг, работа в этой области порядка 3–5 лет, освоили не более 2%. К такому выводу пришли эксперты международной консалтинговой компании MindShift Partners, запустившие первое в России полномасштабное исследование этого рынка. Статистика предприятий, которые работают в этом сегменте, показывает, во-первых, рост количества

клиентов, во-вторых, стабильно высокий процент повторных заказов.

Направлением, в котором цифровая печать способна «отбить» ряд клиентов у офсета может стать и печать традиционных книг. На фоне стремительного увеличения количества наименований происходит уменьшение тиражей, популярна печать по требованию, одноразовое производство. Все эти факторы организационно и финансово подталкивают к использованию цифровой полиграфии для производства книг.

В условиях жёсткой конкуренции и финансовой нестабильности издатели газет также интересуются экономической выгодой смены способа печати. Целесообразность переноса газетных тиражей на «цифру» актуальна для тех, кто тратит существенные деньги на доставку в удалённые регионы. К ограничивающим факторам следует отнести тот факт, что цифровые печатные машины накладывают ограничение на форматность издания, и высокую стоимость тонера.

Предприятия, которые уже работают в сфере цифровой печати, осваивают и рынок эксклюзивной и подарочной упаковки. Как правило, у оперативных типографий уже сформирован некий пул заказчиков, среди которых есть рекламные агентства, в свою очередь размещающие довольно много заказов своих клиентов — на корпоративные подарки, например.

Вместе с тем, ведущие производители оборудования предлагают потенциальным покупателям и высокопроизводительные монохромные системы.

Монохромные ЦПМ сейчас вызывают всё больший интерес у представителей учебных заведений, научных, исследовательских институтов. Принимая во внимание, что цена монохромной машины может быть в 3–4 раза ниже, чем цена аналогичной по функционалу полноцветной, можно предположить, что у этого сегмента рынка большое будущее.

### Желание работать

Несмотря на наличие большого количества потенциальных возможностей, рынок цифровых полиграфических услуг не так прибылен, как хотелось бы его участникам. На профессиональных форумах и конференциях нередко звучат заявления о низкой рентабельности, сложностях привлечения заказчиков, недозагруженности оборудования. Выходя на этот рынок, многие рассчитывали на сверхприбыли. Их не случилось. Сегодня цифровым полиграфистам приходится бороться за каждого клиента, брать большое количество хлопотных частных заказов, работать с низкой рентабельностью.

Весьма условно можно разделить предприятия, работающие в данном сегменте, на преуспевающие и выживающие.

Первые активно работают в нишевых секторах, делают ставку на специализацию и современное оборудование. Расходы на ЦПМ, поставленные представителями ведущих производителей, обслуживаемые ими, безусловно, сказываются на стоимости конечной продукции для клиента. Когда речь идёт о совмещении сторон, попадании в цвет, стабильности качества и изображения, приходится учитывать это в финансовых показателях и ценах. С такими полиграфическими салонами сотрудничают организации, специализирующиеся на работе с крупными корпоративными заказчиками, более того, портфель заказов печатного салона может целиком состоять из заказов одного клиента.

Вторая категория полиграфистов сознательно строит розничный бизнес, работает с любимым клиентом прямо «с улицы». Количество заказчиков такого печатного салона потенциально гораздо больше, а минимальная сумма заказа невелика.

**В**о многих профессиональных иностранных публикациях акцентируется внимание на актуальную для цифровой печати проблему — стоимость изготовления одного экземпляра. Но одновременно отмечается, что за последние 2–3 года она снизилась, и сегодня возможно дешевле напечатать 500 экземпляров газет цифровым способом, чем офсетным. Для цифровой печати себестоимость одного оттиска (отпечатка) — величина постоянная и не зависит от величины тиража. При прочих равных условиях производства в расчёте такой себестоимости лежит стоимость расходных материалов.

Изменение себестоимости печати тиража офсетным способом имеет гиперболическую зависимость, а для цифровой печати — величина постоянная. Именно точки пересечения этих зависимостей по данному критерию и определяют эффективные зоны применения того или иного производства.

## Мировое печатное производство по технологиям 2008-2013

	2008			Совокупный среднегодовой темп роста	2013		
	Объём		Цена		Объём		Цена
	%	млн кв. м	€/кв. м		%	млн кв. м	€/кв. м
цифровая	7,53	1 274,66	8,22	109,04	12,17	2 664,55	6,69
шелкография	24,76	4 189,86	2,70	4,57	20,01	4 381,19	2,61
офсет	67,61	11 439,26	0,47	29,63	67,72	14 829,21	0,55
фотопечать и другие	0,09	15,29	16,54	40,69	0,10	21,51	15,70
всего	100	16 919,06	1,62	29,42	100	21 896,45	1,73

### Ключевые данные по росту рынка цифровой печати и прогнозы (млн евро/процент роста за указанный период):

Период	2005, млн евро	%	2010, млн евро	%	2015, млн евро (прогноз)	%
Европа	11 550,0	30,6%	14 457,8	4,6%	18 678,0	5,3%
Северная Америка	12 762,1	18,2%	29 466,8	18,2%	71 300,0	19,3%
Азия	677,5	25,4%	13 826,7	15,3%	31 700,0	18,1%
Другие	845,0	23,5%	1 475,8	11,8%	3 200,0	16,7%
Всего	31 930,5	23,7%	59 227,0	13,2%	124 878,0	16,1%

Источник: Pira International Ltd

Основой успеха для такого бизнеса является поддержание конкурентного и даже минимально возможного уровня цен на свои услуги. Как этого достичь? Во-первых, демпинговать. Во-вторых, работать на более бюджетном, зачастую бывшем в употреблении оборудовании, удовлетворяя минимальный спрос с точки зрения качества исполнения.

Конечно, в реальности мало предприятий, точно подпадающих под одну из двух категорий, как правило, портфель заказов печатного салона содержит и корпоративные заказы, и работы для разовых клиентов. Однако достижение производственной эффективности возможно только при значительной специализации бизнеса.

Частая причина неудач цифровых типографий заключается в традиционном русском нежелании работать. Простая цифровая печать сегодня не обладает

никакими преимуществами в глазах клиента, нужна идея, креатив, нестандартные изделия, специализация. Современный рынок очень насыщен, на нём не удастся работать и зарабатывать на одних входящих звонках. Кстади, отсутствие систем учёта и грамотной организации продаж — ещё один бич цифровой полиграфии. Если в офсетных типографиях системы CRM и ERP уже не редкость, то большинство небольших цифровых салонов не внедряют системы учёта, а без этого невозможна работа с клиентской базой, планирование и сколько-нибудь управляемое развитие. Многие полиграфисты обращают внимание на кадровые проблемы. В то время как в офсетных типографиях жалуются на отсутствие качественного образования и престижа профессии, в цифровой полиграфии менеджеры по подбору персонала сталкиваются со сложностями в поиске не только квалифицированных специалистов, но и менеджеров по продажам, и простых рабочих.

Работу на полиграфическом рынке — офсетном или цифровом — нельзя назвать простой, она требует вложений как финансовых, так и моральных. Предприятия борются между собой и с наступающими электронными носителями информации. Ждать, что ситуация кардинально изменится в обозримом будущем, не приходится. Но рынок услуг цифровой печати жив, развивается, становится более зрелым, требуя от игроков упорства, находчивости, новизны и, пожалуй, честности.

Подготовила Юлия Раильченко

# GALLUS

предлагает  
цифровые  
машины  
Heidelberg  
производителям  
этикеток




*Джейсон Оливер (Heidelberg) и Стефан Хайнигер (Gallus) подписали договор, дающий Gallus права на продажу Linoprint L*

**Вырос спрос на этикетки, изготавливаемые небольшими партиями, а также этикетки с переменными данными, растёт потребность производителей в цифровых машинах с гибкими настройками, способных выпускать подобную продукцию качественно и с невысокими затратами. По этой причине компания Gallus начала продажи систем цифровой печати Linoprint L от Heidelberg, использующих технологию drop-on-demand (DoD).**

## Полноцветная цифровая печать, интегрированная в рабочий поток

«Цифровая печать этикеток — одна из основных точек роста в отрасли. Здесь открываются новые перспективы для развития бизнеса. Решения Gallus для флексографской, офсетной, трафаретной печати, сочетаясь с цифровой печатью на Linoprint L от Heidelberg, повышают конкурентоспособность наших клиентов. Даже самые жёсткие требования в отношении гибкости и качества становятся выполнимыми», — говорит генеральный директор Gallus Group г-н Клаус Бахштайн.

Джейсон Оливер, глава направления Digital Printing в Heidelberg, добавляет: «Договор о продажах, заключённый с компанией Gallus, ко-

торая обладает комплексом ноу-хау в производстве этикеток, поможет успеху Linoprint L на растущем рынке цифровой печати этикетки. Клиенты, в свою очередь, получают доступ к прекрасно зарекомендовавшим себя в производстве упаковки струйным технологиям и рабочим потокам, которые разработаны специалистами Heidelberg».

Струйная технология drop-on-demand («подача по требованию») в Heidelberg Linoprint L обеспечивает разрешение 600 dpi и скорость до 48 м/мин при печати в четыре краски. Машина идеально дополняет другие виды печати: флексографскую, офсетную, трафаретную, снижая затраты в производстве высококачественных изделий небольшими партиями, а также при впечатывании переменных данных в уже напечатанные этикетки. Кроме того, машина пригодна

для печати новых видов продукции: «умных» или отслеживаемых этикеток, средств защиты от подделок.

В комплекте с Linoprint L поставляется система Prinect Digital Print Manager Label, разработанная специально для данной машины на основе рабочего потока Prinect, который вот уже более десяти лет используется в типографиях коммерческой печати. В систему встроены надёжный и эффективный механизм управления цветом от Heidelberg. Prinect Digital Print Manager Label позволяет автоматизировать рабочий поток, а также может быть интегрирована в рабочий поток, существующий на предприятии.

«Linoprint L от Heidelberg вместе с разработанной нашей компанией MIS (management information system) — прекрасное дополнение к тому, что предлагает Gallus для мало-



*Heidelberg Linoprint L: цифровая машина для высококачественной и экономически эффективной печати этикеток*

тиражного экономичного производства. Это предложение включает в себя машину Gallus ECS 340, совершившую революцию во флексографской печати, а также базирующуюся на ней цифровую конвертинговую систему Gallus ECS C», — рассказал Стефан Хайнигер, операционный директор этикеточного направления (Business Label) в компании Gallus.

Концепцию полиграфического предприятия, созданную в Gallus, вместе со всеми достоинствами производственного процесса, в котором наряду с традиционным оборудованием участвуют цифровые машины, компания покажет в Брюсселе на выставке Labelexpo с 24 по 27 сентября 2013 года.

Первый показ цифровой машины Linoprint L от Heidelberg состоялся на выставке Drupa-2012. Технология drop-on-demand разработана компанией CSAT GmbH, приобретённой Heidelberg в 2011 году, получила в Linoprint L своё дальнейшее развитие. Помимо предприятий этикеточной печати машину могут использовать и другие производители, встраивая её в производственные линии, например, для производства фармацевтической продукции или брендированных товаров. Продажи машины таким клиентам будут по-прежнему осуществляться через Heidelberg.

**По материалам «Гейдельберг-СНГ»**

Представительства Gallus представляют своим клиентам Linoprint L в Германии, Италии, Испании, Польше, Великобритании, США, Канаде, Австралии. Планируется постепенно охватить и другие рынки. Продажи и сервисное обслуживание Heidelberg Linoprint L осуществляются в рамках договора, подписанного между Heidelberg Druckmaschinen AG (Heidelberg) и Gallus Group.

**Компания Gallus Group** является лидером мирового рынка в области разработки, производства и продаж узкоролочных печатных машин для производства этикеток. Компания также выпускает широко-ролочные печатные машины и высекальные автоматы для экономически эффективного производства в линию складных картонных коробок и других изделий из картона. Широкий модельный ряд оборудования дополнен расходными материалами; также компания обеспечивает децентрализованное сервисное обслуживание и поставку запчастей. С 1999 года компания Gallus является партнёром Heidelberg Druckmaschinen AG — мирового лидера в области решений для полиграфической промышленности. В Gallus Group работают около 600 человек, половина из которых — в Швейцарии, остальные — в Германии. Головной офис компании расположен в г. Сент-Галлен.

NISSA | CENTRE

# Линейка Indigo:

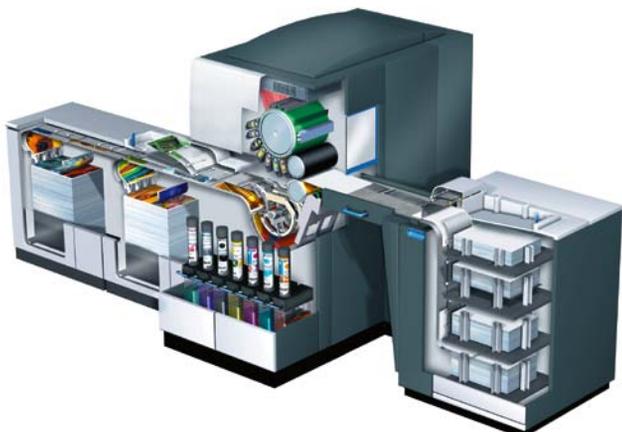
## МАКСИМУМ ИЗ ВОЗМОЖНОГО

Сегмент коммерческой печати, печать переменных данных, фотопечать — направления, которые оцениваются как наиболее перспективные. Линейка коммерческих цифровых печатных машин HP Indigo, воплотившая последние инновации, позволяет расширить спектр услуг, повысить качество исполнения заказов и увеличить прибыль полиграфического предприятия.



### Новые критерии: эффективность

Эволюция коммерческих цифровых машин HP Indigo отражает путь развития всей отрасли цифровой печати. На современном этапе, когда достигнуто качество печати, сравнимое и даже превосходящее традиционные полиграфические технологии, производитель стремится сделать машины экономически эффективными. Печатные машины HP Indigo press используют уникальную технологию жидкостной электрофотографии при формировании многокрасочного изображения и офсетный способ переноса краски на запечатываемый материал. ЦПМ HP Indigo третьего поколения (7000, 7500, 7600 и w7200, w7250, ws6600) и нового четвёртого поколения (10000, 20000 и 30000) — воплощение разработок Hewlett Packard в области повышения производительности. Цифровая печать продолжает развиваться, технологии совершенствуются. Цифровая упаковка, приём заказов через Интернет, сложная персонализация, дополнительная отделка отпечатков — вот лишь некоторые направления с наибольшими возможностями для развития.



### Новые возможности: фотопечать

Рынок печати фотопродукции: фотокниг, альбомов, календарей и другой креативной фотопродукции — один из наиболее быстрорастущих сегментов цифровой полиграфии. Потенциал российского рынка персонализированных фотокниг оценивается приблизительно в 18 млрд рублей, из них поставщики услуг, работая в этой области порядка 3–5 лет, освоили не более 2%. Hewlett Packard предлагает несколько решений, удовлетворяющих запросам нового сегмента полиграфического бизнеса.

**HP Indigo 5600** — обновлённая версия модели HP Indigo 5500, ориентированная на максимальные объёмы печати и широкий спектр материалов формата до 330 x 482 мм. Оптимизирована под работу на рынке фотоуслуг. Скорость печати — 90 страниц А4 в минуту при цветной печати в режиме ЕРМ. Возможна работа с прозрачными и тёмными (чёрными) материалами для печати, с невидимой краской (Invisible Ink) для выпуска защищённой продукции, с белой краской White Ink. Одно из ключевых преимуществ новой модели ЦПМ — возможность использования более широкого спектра запечатываемых материалов, включая картон, пластик и синтетические бумаги. Эта машина — оптимальное решение при большом количестве тиражей и жёстких сроках выполнения заказов. Цифровая офсетная машина HP Indigo 5600 оснащена системой автоматической запечатки оборота (дуплекс), обеспечивающей повышенную (по сравнению с машинами первого поколения) точность совмещения лицевой и оборотной сторон листа. Применяется новая система управления технологическим процессом — HP Production Manager, использующий адаптивный алгоритм растривания (Adaptive Halftoning), повышающий качество изображения.

Цифровая рулонная печатная машина **HP Indigo WS6600p** предназначена для производства высококачественных фотокниг, профессиональных портретов, пользовательских фотокарточек, а также специализированной фотопродукции. Скорость печати — 30 м/мин (4+0). HP Indigo WS6600p демонстрирует простоту эксплуатации, гибкость в применении и возможность воспроизведения цветов на любых фотоматериалах.

## Новые возможности: персонализация

Рынок рекламных и маркетинговых коммуникаций стремительно меняется, особую ценность приобретает персонализация информации. Печатные машины Hewlett Packard благодаря скорости и вариативности открывают новые возможности печати переменных данных: текстовой и графической информации, штрихкодов, печати документов переменной длины.

Многокрасочная цифровая офсетная печатная машина **HP Indigo 3550** представляет собой дальнейшее развитие хорошо зарекомендовавшей себя HP Indigo 3500. Подходит для печати как малых, так средних и больших тиражей красочностью до 5+5. Производительность — 2000 оттисков формата A3+ (4+0) в час и до 8000 листов формата A3+ (1+0 или 2+0) в час (опционально). HP Indigo 3550 предназначена для высокопроизводительной печати листовой продукции на широком спектре материалов с возможностью персонализации, электронной подборки оттисков, использования смесевых и специальных красок. Это цифровая печатная машина объединила преимущества технологии HP Indigo и доступную цену.

**HP Indigo W7250** — это высокопроизводительная рулонная офсетная цифровая машина, позволяющая с офсетным качеством печатать большие объёмы многокрасочной продукции короткими тиражами, а также использовать печать переменных данных для реализации директ-маркетинговых программ. HP Indigo W7250 может печатать до 7 млн полноцветных страниц A4 в месяц или до 30 миллионов однокрасочных страниц A4. Цифровая рулонная машина HP Indigo W7250 печатает со скоростью 320 цветных страниц A4 в минуту в режиме EPM.

## Новые возможности: книгоиздание

Сегодня на книжном рынке всё больше востребованы ультрамелкие тиражи, печать по требованию, одноразовое производство, быстрое выполнение, возможность использования Интернета. Все эти факторы организационно и финансово подталкивают к использованию цифровой полиграфии для производства книг. Возможность создания и воплощения оригинальных, неповторимых идей — один из ключей к успеху на рынке цифровой печати.

Цифровая печатная машина **HP Indigo 7600** создана для больших объёмов печати коммерческой продукции. Экономически целесообразно использование данной модели при загрузке от 1 миллиона страниц в месяц. Скорость печати — 3 600 отпечатков A3 (4+0) в час. Исключительная производительность, низкая общая стоимость печати одной страницы и качество настоящей офсетной печати. Самое совершенное в технологическом плане цифровое решение, предназначенное для печати большими тиражами, открывает широчайшие возможности для поставщиков услуг печати. Цифровая печатная офсетная машина HP Indigo 7600 относится к новому, третьему поколению (Series III) цифровых офсетных машин HP Indigo. Она печатает со скоростью 120 полноцветных страниц A4 в минуту с офсетным и фотокачеством.

**HP Indigo 10000** — первая цифровая печатная машина четвёртого поколения (Series 4), обеспечивающая качество офсетной печати в формате B2 (750 × 530 мм). Она в состоянии выполнить практически любую коммерческую задачу, сочетая высокую производительность, качество Indigo, многообразие запечатываемых материалов и эксплуатационную гибкость. Печатная машина может быть с лёгкостью использована офсетными типографиями, позволяя печатать большие и высокомаржинальные тиражи для разнообразных областей применения: более 98% всех видов коммерческих работ, включая фотокниги с плоским разворотом, книжные суперобложки, карты, постеры и многое другое. Поддержка более 2 500 видов сертифицированных материалов для печати, включая немелованную и мелованную бумагу, цветные и металлизированные материалы, бумагу из вторсырья, картон.



## Новые высоты: результат

Типография «Политех» (Рязань) усилила свои позиции в производстве фотокниг и расширила ассортимент запечатываемых материалов с ЦПМ HP Indigo 3550. Светлана Карпушкина, директор по производству типографии «Политех»: «Наши клиенты, особенно дизайнеры и профессиональные фотографы, сразу оценили качество печати на разнообразных типах материалов. Мы благодарны поставщику компании «НИССА Центр» за организацию подготовки операторов, столь необходимой для полноценного освоения этого высокотехнологичного оборудования».

В ЗАО «Розан Файнэнс» (Москва) в декабре 2012 года специалистами компании «НИССА Центр» была инсталлирована новая цифровая офсетная печатная машина HP Indigo 5600. Константин Казанцев, руководитель производства компании «Розан»: «Основная причина выбора HP Indigo 5600 — возможность производить небольшие тиражи при сохранении высокого качества. Тенденция рынка такова, что количество заказов становится больше, а тиражность уменьшается, банки становятся склонны к индивидуализации».

Машина HP Indigo 5600 осенью 2012 года появилась и в «Дизайн-Студии Б» (Ставрополь). Владимир Бочков, совладелец «Дизайн-Студии Б»: «Наша команда очень довольна работой на данном оборудовании. Особенно мы ценим её за новые возможности, которые отсутствовали в предыдущих сериях: это и новый режим EPM, с помощью которого увеличивается производительность печати, и режим One Shot Colour, позволяющий печатать на синтетических материалах и пластике, а также использование большого спектра запечатываемых материалов. Новая цифровая печатная машина даёт нам большие преимущества перед конкурентами. Предложение более высокого качества печатной продукции, новых эффектов и печать на новых материалах выделяет нас среди других полиграфических компаний на рынке. Теперь мы можем предложить нашим клиентам более разнообразную, интересную и высококачественную полиграфическую продукцию».

Первым владельцем HP Indigo 7600 в России стала типография «Автограф» (Москва). Причина покупки нового оборудования — выросшие объёмы печати. До запуска HP Indigo 7600 Digital Press типография «Автограф» делала более 1 млн кликов в месяц. И это в летний период, который традиционно характеризуется спадом в полиграфии.

Компания «ССЛ-Контур» (Санкт-Петербург) совсем недавно установила высокопроизводительный цифровой печатный комплекс на базе новейшей машины 3-го поколения HP Indigo ws6600. HP Indigo ws6600 отличается от предыдущих поколений машин для производства этикетки и упаковки более высокой производительностью, качеством печати и удобством работы. Применение такого оборудования позволило полиграфистам, занимающимся печатью этикеточной и упаковочной продукции перейти на новый качественный уровень производства и удовлетворять самые взыскательные вкусы заказчиков.

В Москве специалистами компании «НИССА Центр» была установлена первая на постсоветском пространстве рулонная цифровая печатная машина HP Indigo w7250. Машина используется для печати переменной рекламной информации. HP Indigo w7250 может печатать на рулонном материале шириной до 330 мм и плотностью до 350 г/кв. м, разрешение печати до 1 200 × 2 400 dpi.

По материалам компании «НИССА Центр»

[www.nissa-centre.ru](http://www.nissa-centre.ru)

# 4-6 сентября



II СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

# ВРЕМЯ 2013 РЕКЛАМЫ

## РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

- ✓ Телевидение, радио, интернет-СМИ.
- ✓ Печатные издания  
(газеты, журналы, корпоративные издания).
- ✓ Рекламные агентства.
- ✓ PR-агентства.
- ✓ Полиграфия, наружная реклама.
- ✓ Дизайн в рекламе.
- ✓ BTL.
- ✓ Рекламно-сувенирная продукция.
- ✓ Фирменный стиль и корпоративная стилистика.
- ✓ Оформление и проведение праздников и мероприятий.

Организатор:



Челябинск, Свердловский пр., 51а  
тел.: (351) 215-88-77, 231-37-41, факс: 211-38-23  
e-mail: pvo74@pvo74.ru, www.pvo74.ru

# Импорт готовой печатной продукции

Серьёзной проблемой российского рынка полиграфических работ, существенно сужающей как его потенциальные возможности, особенно в условиях переизбытка мощностей, так и объём потребления бумаги, остаётся значительный импорт готовой печатной продукции.

Такое положение вещей объясняется несколькими главными причинами: разными ставками налога на добавленную стоимость при ввозе и производстве издательской продукции, нулевой пошлиной на ввоз издательской продукции по условиям Флорентийского Соглашения, временной 5%-й пошлиной на ввоз книжно-журнальной мелованной бумаги, соглашением стран СНГ о свободной торговле, на основании которого беспошлинно ввозится готовая упаковка и этикетка, а также преимущественным конкурентным положением и демпинговой политикой зарубежных типографий и другими факторами.

а также периодических изданий резко сократился и продолжает снижаться. Однако сохранение пошлин на другие бумаги и мелованный картон привело к тому, что импорт рекламной и акцидентной печатной продукции, картонной печатной упаковки и этикеточной продукции в 2012 году по предварительным данным резко возрос. Можно надеяться, что с вступлением России в ВТО сложившееся положение будет исправлено. Это особенно важно для отечественной полиграфии, так как по всем прогнозам ожидается сокращение объёмов производства продукции и в ряде обрабатывающих отраслей: пищевой, лёгкой, химико-фар-

и ОАО «Первая образцовая типография», находящихся в зоне риска, с последующим выводом их непрофильных активов и проведением приватизации.

Для усиления положительного влияния вступления России в ВТО поставлена задача увеличить потенциал российского несырьевого экспорта путём снижения барьеров, препятствующих выходу российских компаний и предприятий на зарубежные рынки, и принятия мер поддержки экспорта. Вступление России в ВТО является важным и необходимым условием для того, чтобы данный механизм развития стал доступен и для российских субъектов в области средств массовой информации и коммуникаций. При этом имеется в виду, что речь не идёт о прямых мерах государственной финансовой поддержки экспорта — ВТО запрещает применение большинства таких мер. Имеется в виду, что значительные издержки издательств, типографий и других организаций отрасли связаны с иными факторами (информационными, лицензионными, таможенными, административными, инфраструктурными и тому подобными), в отношении которых ВТО не только не ограничивает меры государственной поддержки, но и даже стимулирует их.

Конечно же, важнейший вопрос и основная мера поддержки конкурентоспособности полиграфических предприятий, как впрочем, и предприятий всех других отраслей экономики, касаются недоступности приемлемых по стоимости кредитных ресурсов. Зарубежные производители печатной продукции стран-членов ВТО пользуются экспортной поддержкой государств, а ставки по кредитам у них на уровне 3–4% против 13 в нашей стране. Создание равных условий, особенно для малых и средних типографий, которые составляют 90% в отечественной полиграфии, в доступе к дешёвым и долгосрочным кредитам — одна из самых актуальных задач государства в наступивший переходный период.

Естественным, есть много и других предложений финансовой и тарифной поддержки, печатной отрасли, которые выдвигает профессиональное бизнес-сообщество, но их применение, безусловно, потребует взвешенного и осторожного осмысления, чтобы не «взорвать» конкурентную среду на рынке, не подменить общие задачи частными и не перекладывать проблемы конкретных предприятий, отдельных менеджеров на всю экономику производства печатной продукции. Однако, как это ни парадоксально, с первых дней действия правил ВТО в стране российская полиграфия уже столкнулась с их нарушением.

## Импорт в Российскую Федерацию готовой печатной продукции в натуральном выражении, тыс. тонн

Вид продукции по номенклатуре ТН ВЭД	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Книги и брошюры (4901, 4903, 4904, 4905 91 0000)	55	39	53	47	43
Изменения в % к предыдущему году	–	-29%	36%	-11%	-9%
Периодические издания (4902)	240	137	157	148	82
Изменения в % к предыдущему году	–	-43%	15%	-6%	-45%
Рекламная и акцидентная продукция (4908, 4909, 4910, 4911 10 1000, 4911 10 9000, 4911 99 0000)	53	63	53	52	64
Изменения в % к предыдущему году	–	19%	-16%	-2%	23%
Картонная упаковка (4819 10 0000, 4819 20 0000, 819 50 0000, 4819 60 0000)	158	150	102	121	127
Изменения в % к предыдущему году	–	-5%	-32%	19%	5%
Этикетки (4821 10 9000, 4821 90 9000, 4823 40 0000)	7	8	7	8	8
Изменения в % к предыдущему году	–	14%	-13%	14%	0
Итого:	514	396	371	376	323
Изменения в % к предыдущему году	–	-23%	-6%	1%	-14%

Источник: анализ Содружества бумажных оптовиков

Общий импорт печатной продукции в 2011 году составил 323 тыс. тонн на сумму 1,1 млрд долларов США, и это минимальные значения с 2007 года. Падение объёмов на 14% в натуральном выражении по сравнению с 2010 годом и на 37% по сравнению с базовым 2007 годом произошло в основном за счёт сокращения импорта издательской продукции. Тем не менее, нельзя не сказать, что экспорт печатной продукции и полиграфических услуг из России за эти годы на порядок отстаёт от импорта аналогичных продуктов.

После снижения ввозных таможенных пошлин на мелованные бумаги с 15 до 5% в 2010 году импорт книг и брошюр,

мацевтической и других — основных потребителей упаковки и этикеточной печатной продукции.

Для того чтобы вступление в ВТО прошло с наименьшими потерями для российской полиграфии, «Роспечать» уже предприняла соответствующие меры, нацеленные на снижение издержек и преимущественное развитие конкурентоспособных типографий, а также на переориентацию тех из них, обеспечение конкурентоспособности которых невозможно в рамках складывающегося разделения труда. В настоящее время осуществляется реструктуризация полиграфических предприятий в рамках объединения ОАО «Российские газеты»

**По материалам Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям — «Роспечать»**

# Media for Digital Photo LOMOND

г. Москва, Большая Почтовая, д. 36, стр. 6, 7, 8.  
Тел.: (495) 981-44-65, 730-53-40,  
e-mail: lomondik@lomondik.ru  
Интернет-магазин (розница): www.lomondik.ru

## БОЛЬШЕ ЧЕМ РЕАЛЬНОСТЬ

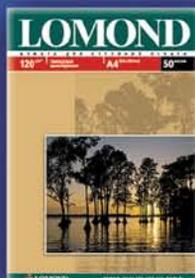
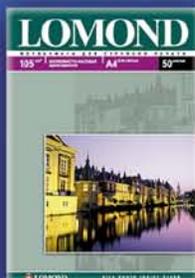
Полная коллекция фотоматериалов  
для струйной печати



WWW.LOMOND.RU

### PHOTO PAPER

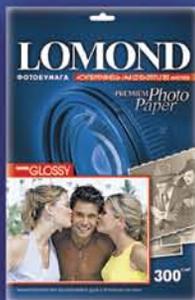
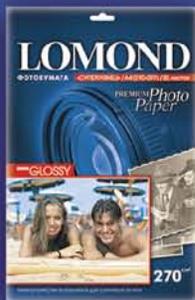
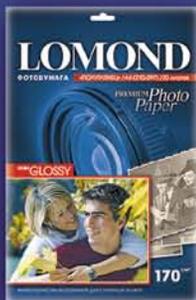
Для печати фотографического качества



- Матовая, шелковистая и глянцевая поверхность
- Инкжетное покрытие
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение до 2880 dpi
- Широкий диапазон плотностей: от 90 до 230 г/м<sup>2</sup>
- Форматы: 10 x 15 см, А5, А4, А3, А3+
- Совместимость со всеми струйными принтерами

### PREMIUM PHOTO PAPER

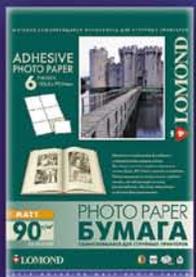
Для профессиональной фотопечати



- Атласная, полуглянцевая и суперглянцевая поверхность
- Микропористое покрытие
- Разрешение до 5760 dpi
- Печать водорастворимыми и пигментными чернилами
- Высокая точность цветопередачи
- Устойчивость к царапинам
- Диапазон плотностей: от 170 до 300 г/м<sup>2</sup>
- Форматы: 10 x 15, А5, А4, А3, ролики: 100, 127, 210, 329 мм
- Совместимость со всеми струйными принтерами
- Отсутствие эффекта коробления

### PRINT & STICK PHOTOS

Самоклеющиеся фото для альбомов, открыток



- Матовая, шелковистая и глянцевая поверхность
- Инкжетное покрытие
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение до 2880 dpi
- Деленные форматы по 1, 2, 4, 6, 8, 15, 25 фото на листе А4
- Совместимость со всеми струйными принтерами
- Программа для печати фотографий Lomond Home PhotoLab

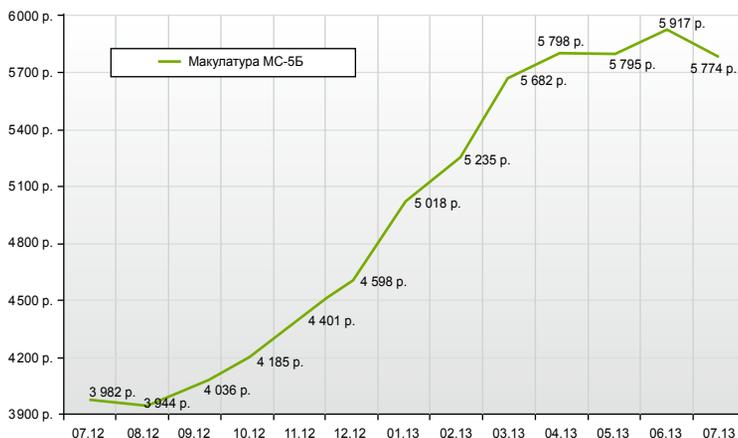
### FINE ART MEDIA

Для художественной фотопечати, репродукций



- Инкжетное или микропористое покрытие
- Широкий диапазон текстур поверхности: льняной холст, атлас, бархат и др.
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение фотографического качества
- Форматы А4, А3, А3+
- Совместимость со всеми струйными принтерами

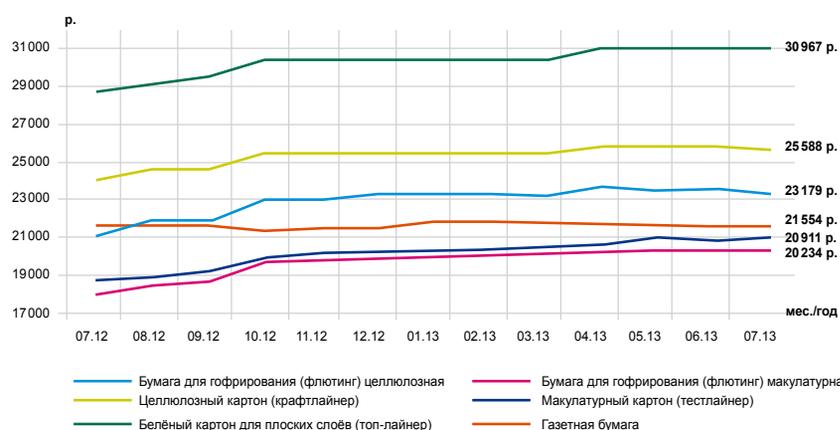
# Ценовой индекс на основные виды продукции целлюлозно-бумажной промышленности России



РАО «Бумпром» публикует Ценовые индексы на основные виды продукции целлюлозно-бумажной промышленности России. Значение индекса отражает среднюю общероссийскую цену всех производителей в указанном месяце. На сегодняшний день в Ценовом индексе принимает участие более 50 производителей целлюлозно-бумажной промышленности. Участие в индексе добровольное, бесплатное и полностью анонимное.

Данные не являются рекомендацией по вложению денег. Информация предоставлена исключительно в ознакомительных целях.

Цифровые значения ценового индекса и графики публикуются на официальном сайте РАО «Бумпром» [www.bumprom.ru](http://www.bumprom.ru).



2013 июль	Средняя общероссийская цена (в рублях, с НДС) в июне	Изменение цены к предыдущему месяцу в рублях	Изменение цены к предыдущему месяцу в процентах	Доступность	
Бумага для гофрирования (флютинг) целлюлозная	23 179	23 513	-334	-1,42%	достаточно, избыток
Целлюлозный картон (крафтлайнер)	25 588	25 790	-202	-0,78%	достаточно, избыток
Белёный картон для плоских слоёв (топ-лайнер)	30 967	30 967	0	-	достаточно, избыток
Бумага для гофрирования (флютинг) макулатурная	20 234	20 128	+106	+0,53%	спрос и предложение сбалансированы
Макулатурный картон (тестлайнер)	20 911	20 786	+125	0,60%	спрос и предложение сбалансированы
Газетная бумага	21 554	21 541	+13	+0,06%	достаточно, избыток
Макулатура МС-5Б	5 754	5 917	-163	-2,75%	достаточно, избыток

Цена с НДС. Франко — склад поставщика (макулатура МС-5Б: франко — склад покупателя)

Индекс РАО «Бумпром» среднероссийские цены, р./тонна (с НДС)	07.12	08.12	09.12	10.12	11.12	12.12	01.13	02.13	03.13	04.13	05.13	06.13	07.13
Бумага для гофрирования (флютинг) целлюлозная	21 065	21 715	21 891	22 832	22 922	23 311	23 232	23 282	23 140	23 619	23 421	23 513	23 179
Бумага для гофрирования (флютинг) макулатурная	17 811	18 306	18 595	19 619	19 724	19 782	19 782	19 892	19 912	20 059	20 162	20 128	20 234
Целлюлозный картон (крафтлайнер)	24 070	24 520	24 610	25 348	25 422	25 420	25 420	25 418	25 430	25 772	25 790	25 790	25 588
Макулатурный картон (тестлайнер)	18 546	18 749	19 099	19 703	19 985	20 045	20 142	20 270	20 413	20 526	20 837	20 786	20 911
Белёный картон для плоских слоёв (топ-лайнер)	28 755	29 125	29 530	30 434	30 434	30 434	30 434	30 434	30 434	30 967	30 967	30 967	30 967
Газетная бумага	21 512	21 526	21 512	21 296	21 433	21 455	21 685	21 803	21 697	21 642	21 594	21 541	21 554
Макулатура МС-5Б	3 982	3 944	4 036	4 185	4 401	4 598	5 018	5 235	5 682	5 798	5 795	5 917	5 774

# НАТАЛЬЯ НОВИКОВА: «Работая в сервисе, надо иметь стальные нервы»

Зачастую занимаясь вопросом приобретения нового оборудования, клиенты озабочены вопросом сервиса: как работает сервисная служба, какие рекомендации дают знакомые, какие могут быть проблемы? Сегодня мы решили поговорить с руководителем сервисного центра ООО «Апостроф» Натальей Новиковой.

— **Наталья, добрый день. Продолжите фразу «Сервис — это...»**

— Круглосуточно включённый мобильный телефон! Шучу. Хотя в этом есть доля правды. Немного перефразирую ваш вопрос: «Хороший сервис — это человек, готовый всегда прийти на помощь. Неважно, по какому вопросу и когда ты будешь обращаться».

— **Расскажите, каковы основные «больные места» рынка услуг по обслуживанию полиграфического оборудования?**

— Сервис — это в принципе больное место любой компании, и не только полиграфии. Здесь скапливаются все проблемы, начиная с момента предварительной продажи машины, когда покупатель начинает интересоваться тонкостями работы машины и её установки, уже в этот момент в работу включается сервис. Самые больные места — это логистика и сроки изготовления заводами-производителями запчастей.

— **Как эти проблемы решаются в компании «Апостроф»?**

— Что касается сроков отгрузок запчастей с заводов, здесь мы почти бесцельны. Пытаемся, конечно, повлиять на производителей, объясняя, что отгрузка дольше чем через две недели — это уже не сервис, а издевательство над клиентами. Но так как большинство производителей покупают компоненты, особенно электронику и электрику, у субпроизводителей, ситуация складывается тяжёлая, и тут уже неважно, в Европе производитель находится или в Азии.

Логистика — это постоянно решаемая проблема. Налаживаем контакт с логистами, но то производитель забудет сделать экспортную декларацию, то документы может неправильно заполнить, а то и логисты меняют условия работы. В плане логистики рука на пульсе должна быть всегда.

— **Какова структура вашей сервисной службы?**

— В принципе структура почти у всех одинакова, есть руководитель сервисного центра, к которому тянутся все нити сервисных вопросов; есть инженеры, ко-

торые обслуживают оборудование; менеджеры по продажам запасных частей, а также отвечающие за пусконаладочные работы, ведущие гарантийное обслуживание; международный отдел, отвечающий за поставщиков, и отдел логистики. Да, я горжусь, что у нас в сервисе — свой отдельный отдел логистики, который никак не завязан с логистикой всей фирмы, особенно с отгрузкой оборудования. Мы ушли от докладывания запчастей в отгрузку с оборудованием, и все запчасти возим только отдельно и только самолётом!

— **Насколько быстро вы можете реагировать на заявки, поступающие из регионов? Как быстро удаётся поставить запчасти, если они необходимы?**

— Нет никакой разницы, откуда заявка: из Москвы или регионов. На заявки все реагируют мгновенно, потому что уже давно приучены читать рабочую почту удалённо, неважно, в командировке или отпуске. Разница во времени с регионами не играет никакой роли: последний раз проверяю почту перед сном, первый — проснувшись. По срокам поставки, если у поставщика запчасть в наличии на складе, из Европы она приедет за две недели максимум, из Азии — за 3–4 недели, в зависимости от дня размещения заказа и вылета самолётов. Я уже давно отказалась поставлять запчасти автомобильным или морским транспортом, сейчас работаю только с авиаперевозчиками, по цене не намного дороже выходит, зато сроки очень устраивают. У нас самолёт со сборной поставкой от всех производителей летает каждую неделю.

— **Есть ли у вас какие-то планы по расширению сервисной службы?**

— Если честно — нет. Я довольна нынешним положением дел. Имею всё, что нужно для работы, хорошей работы. Разве что будем увеличивать штат инженеров пропорционально числу установок, если почувствуем, что в этом есть необходимость.

— **Наверное, за 11 лет работы в структуре сервиса у вас накопились пожелания, рекомендации, которые вы бы хотели донести до клиентов?**



— Их много. Уважаемые клиенты, я понимаю, что в большинстве случаев решение необходимо вчера. Но давайте вернёмся в реальность и поймём, что так не бывает. Что можно всегда заранее заказывать небольшой склад необходимых запчастей: смятые ножи, смятые полотенца, компрессоры, присоски, сепараторы, фильтры — которые всегда нужны. Я даже больше скажу. Данный склад необязательно всегда закупать себе. Можно спокойно договориться с сервисом, предоставив ему список необходимых вам всегда запчастей, и сервис будет держать их на складе. Это разумная практика. Я всегда стараюсь держать склад запчастей, и пополнять его прежде, чем он опустеет.

Также хотелось бы обратить внимание, что заказывая какую-либо запчасть, необходимо предоставлять как можно более полную информацию: парт-номера с количеством и указанием машины. Важно подписывать и предоставлять телефоны. Заявки типа «У вас есть валы на складе?» приводят меня в недоумение. Какие именно валы? Для какой машины? Я считаю это неуважением, а главное: клиент сам себе создаёт проблему на пустом месте, потому что на дальнейшие выяснения и уточнения вопросов потратит кучу своего и моего времени. Заявки без подписей и телефонов — это вообще без комментариев. Особенно это касается региональных заявок. Также надо понимать, что цена за срочную доставку (отдельный заказ летит самостоятельно) разительно отличается от сборной поставки. Если у клиента нет документации на машину, всегда можно попросить прислать парт-каталог и другую документацию.

Если дело касается выезда сервисного инженера, чтобы не тратить время и не вызывать повторно инженера и повторно за это платить, можно либо попросить привезти необходимые запчасти (даже если они потом не понадобятся), либо, если возможно, обсудить проблему с инженером по телефону, выявить неисправность и заказать запчасть. Это довольно распространённая схема работы.

Удивляюсь до сих пор, когда клиент запрашивает счёт на оплату, и я заранее предупреждаю, что надо оплатить до какого-то срока, чтобы не попасть на праздники или отпуска поставщиков, но клиенты уходят в отпуск, забывают, не отслеживают и платят как раз в тот момент, когда поставщики не работают, соответственно, срок поставки увеличивается. Условия поставки в счетах огромное количество клиентов даже не читают. Я в недоумении. После оплаты счёта клиент отзванивается и спрашивает, когда товар будет. Пожалуйста, читайте всю информацию, которую вам предоставляют.

Хочу ещё сказать о звонках из серии «а у того дешевле стоит». Поймите, это не всегда так на самом деле. Необходимо понимать, что официальная доставка с растаможиванием товара, с предоставлением грузовой таможенной декларации стоит денег. Российская таможня — это отдельная страна в стране, причём дорогая. Официальный ввоз стоит дороже ввоза «в чехмодане». Вы сами это можете

проверить, посмотрев на цифры в номере в таможенной декларации. Вы никогда не задумывались, что вам поставляют товар под заказ, под определённый срок поставки, а в счёте-фактуре в номере в таможенной декларации указана дата даже не текущего года? Обращаете ли вы внимание, по какому курсу относительно ЦБ у вас указана оплата в счёте? В 99% этого никто не замечает. Поэтому 700 евро за запчасть у одного поставщика по ЦБ + 3% могут быть равнозначны 721 евро за запчасть по ЦБ у другого поставщика. К сожалению, об этом совсем никто не задумывается.

К вопросу почасовой стоимости за работу сервисного инженера. У нас час работы стоит от 40 до 50 евро. Я считаю это нормальной ценой. Ведь это обученный на заводе-производителе специалист, имеющий необходимый опыт. Многие вызывают своих проверенных временем инженеров, которые имеют такой же навык, только работают в другой компании. Это нормально. Но я не понимаю людей, которые приглашают сторонних, не всегда грамотных специалистов, после которых приходится всё переделывать и начинать сначала. Я не говорю про механику. Я говорю об электрике и электронике. Недавно был случай, когда инженер два дня просидел у клиента на резке 1998 года выпуска, постоянно консультируясь с производителем, в итоге производитель вынес единственный вердикт: с машины надо снимать компьютер и абсолютно все платы,

которые были перепаяны неоднократно «умельцами». Естественно, даже такие ремонты, не говоря уже о крупных, мы всегда рассчитываем не из условий почасовой оплаты, а даём хорошие скидки клиентам, так как понимаем, что клиент при хорошем к нему отношении и хорошей работе с ним всегда к тебе вернётся. Очень приятно, когда за много лет совместной работы устанавливаются приятельские отношения, и клиент всегда позвонит тебе и спросит совета или консультации. Или вот ещё был совсем недавно случай, когда владелец кашировальной машины, который её несколько раз перевозил и сейчас продал, просил у меня электрическую схему, которую они потеряли. Я запросила завод и отправила схему клиенту. Спустя какое-то время владелец стал меня уверять, что схема вроде та, но с ошибками в некоторых узлах. Я опять запросила завод, указала, где несостыковки, уверяла завод, что они неправы, и отстаивала интересы клиента. Закончилось тем, что я вышла на связь со всеми «умельцами», которых вызывал владелец, и выяснилось, что каждый из них внёс небольшие изменения в электрические схемы и поменял несколько электрических компонентов. И таких историй из жизни можно рассказывать бесконечно.

Так что, пожалуйста, в очередной раз прошу клиентов, предоставляйте всю информацию, которую вы имеете.

Беседовала Юлия Раильченко

## БУМАГОРЕЗАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

## SCHNEIDER SENATOR

НАСТОЯЩЕЕ НЕМЕЦКОЕ КАЧЕСТВО И НАДЕЖНОСТЬ

### Senator E-line

- o Профессиональная и долговечная конструкция
- o Быстрый, точный и ровный рез
- o Компьютерное управление
- o Ширина реза 78 или 92 см
- o Система воздушного стола
- o Электромеханический привод ножа



### Senator S-line

- o Профессиональная и долговечная конструкция
- o Быстрый, точный и ровный рез  
Компьютерное управление
- o Ширина реза 115, 137, 155 см
- o Система воздушного стола
- o Гидравлический привод ножа
- o Опциональная автоматизация процессов реза
- o Система быстрой смены ножа



### Senator E-line 185 & 260

- o Профессиональный широкоформатный рез
- o Высокая скорость и точность
- o Компьютерное управление
- o Ширина реза 185 и 260 см
- o Электромеханический привод ножа
- o Система быстрой смены ножа



**APOSTROF** [www.apostrof.ru](http://www.apostrof.ru) (495) 787-34-46

# Колористическая станция: ШАГ В БУДУЩЕЕ ПЕЧАТИ

Небольшие типографии заказывают необходимые для печати смесевые краски в фирмах, специализирующихся на их изготовлении. Однако в последнее время всё больше типографий устанавливают в своих стенах современные станции смешения краски. Типография при этом полностью переходит на самостоятельную подготовку краски к работе, а компания-поставщик по-прежнему обеспечивает техническую под-

держку, своевременную поставку базовых красок, доступ к обширной базе рецептов и подготовку специалистов, работающих на станции. Такое партнёрство между типографией и компанией-поставщиком позволяет в сжатые сроки изготавливать смесевые краски, оперативно корректировать оттенок, изготавливать точно под заказ необходимое количество смесевых красок, минимизируя при этом складские остатки краски.

Станцию смешения красок условно можно разделить на два подразделения: производство, где собственно и происходит смешение краски с помощью смесителей, и лабораторию по подбору рецептуры. Именно здесь происходит самый технологичный этап, который требует высокой квалификации работника, — создание рецептуры и контроль качества полученной краски.

Для разработки рецептуры используется специализированное оборудование. Спектрофотометр SpectroEye фирмы GretagMacth, который может работать автономно или быть подключён к компьютеру, оснащённому программой Ink Formulation для компьютерного подбора цвета, которая даёт возможность настройки на системы смешения красок Pantone. Система Pantone построена на 14 базовых красках плюс триада и позволяет получать 1000 цветовых оттенков по каталогу. Система Irgacart основана на 24 базовых красках. Она позволяет получать любые цветовые оттенки по образцам цвета, в том числе по каталогу Pantone. Смесевые краски в этой системе смешения, особенно светлых тонов, характеризуются повышенной интенсивностью.

Если в типографии печатают на упаковочных материалах, для которых часто требуется дополнительная стойкость к какому-либо компоненту, возможен подбор красок с разными свойствами в области износостойкости, щёлочестойкости, кислотостойкости и других. При наличии колористической станции в типографии отпадает необходимость в использовании каталога смесевых красок.

И ещё один немаловажный факт — каталог напечатан только на одной бумаге. И невозможно выбрать цвет и рецептуру смешения красок для другой марки бумаги. На станции смешения спектрофотометр измеряет оптические характеристики бумаги и выдаёт рецептуру для работы именно на ней.

Спектрофотометр SpectroEye имеет

все колориметрические функции, необходимые для точного измерения и контроля специальных цветов. Помимо этого, он включает все денситометрические функции, необходимые для быстрого и простого отображения и контроля цвета при печати. Нажатием на клавишу цветовые отклонения могут быть отображены на дисплее прибора в графическом или цифровом режиме. Для последующего быстрого анализа данных измеренные образцы могут быть автоматически объединены с ближайшим эталонным значением. Это важно, так как восприятие цвета у каждого человека разное, поэтому существует задача его объективной цифровой оценки.

Станция смешения работает в системе CIE Lab\*, основным преимуществом которой является независимость от устройств воспроизведения цвета. Это, несомненно, является важным фактором в полиграфии, так как даёт возможность оценивать цветовые различия цветов произвольной яркости.

В работе станции смешения активно используется понятие цветового отклонения. Человеческий глаз замечает изменение цвета только в случае превышения так называемого цветового порога. Применяемые в современных спектрофотометрах технологии позволяют учитывать данный фактор и замерять величину отклонения цвета от оригинала, названную показателем цветовых различий. Это измерение позволяет оперативно и точно определить возможные корректировки технологических режимов печати, например подачу краски, увлажняющего раствора, давления в печатной паре, или внести предсказания ещё на стадии допечатной подготовки заказа, при цветокоррекции. В соответствии с европейским стандартом, ДЕ для офсетной печати не должен превышать 3. При увеличении этой величины глаз будет воспринимать цветовые различия, а выполненная работа может попасть в брак. Особенно критично превышение этой величины при работе со смесевыми

красками. В каждой из областей цветового пространства человек будет по-разному воспринимать ДЕ. Для определения этого параметра программа работы станции смешения использует систему ДЕ СМС.\*\*

Спектрофотометр имеет определённые настройки для получения наиболее точных измерений. Используя показания спектрофотометра, можно получить график описания цвета, а затем, после внесения всех установок, используя настройки программы, компьютер выдаёт рецептуру красок.

Часто оттенки выглядят идентично под одним источником света, но отличаются под другим. В полиграфии этот эффект возникает в результате использования различных комбинаций красящих пигментов для получения аналогичных цветов. Именно поэтому в печатном процессе важно использовать краски одной серии, программа учитывает и этот фактор при подборе рецептуры смесевой краски.

Как же происходит процесс подготовки смесевой краски на колористической станции? Из производственного отдела типографии подаётся заявка на оказание колористических услуг, в которой указывается, новый это заказ или повторный, наименование краски, её номер и система смешения, необходимое количество краски и объём её тары, наличие образца цвета, вид подложки — бумага или картон — и её характеристики, а также тип печатной машины, толщина красочной плёнки, оптическая плотность оттиска, предусмотрено ли лакирование и каким лаком, есть ли требования к светостойкости, спиртостойкости, нитростойкости, щёлочестойкости, другие требования к краске. С помощью панели управления программой в компьютер вводятся все данные по выполняемому заказу, указанные в заявке. Причём характеристики цвета могут вводиться как по образцу, с помощью спектрофотометра, так и по номеру в каталоге Pantone с использованием базы данных программы. При этом необходимо знать, какой тол-

щины будет красочный слой, а также какая будет подложка. На станции смешения есть возможность покрыть образец лаком — масляным или дисперсионным, поскольку оптические свойства подложки при использовании лака могут меняться.

Получив всю информацию, сотрудник станции приступает к работе: вводит цвет эталонов, тип подложки, при этом он может воспользоваться базой данных или сделать замеры. На следующей стадии он выбирает, какие краски будет использовать. На основании каких-либо причин можно убрать определённую краску из ассортимента. После того как откорректировали базу данных красок, компьютер осуществляет подбор красок и выдаёт рецептуры — какие краски и в каком количестве можно использовать, пересчитывает рецептуры на необходимую толщину слоя краски. Стандартная толщина — 1,5 мк, но программа позволяет изменять рецептуру для любой толщины слоя краски. Предлагается несколько рецептов, из которых можно выбрать необходимую в зависимости от количества краски на складе или по каким-то другим причинам, например по цене, которая также введена в базу данных. Полученная рецептура сохраняется в базе данных, и программа даёт возможность до подбора новой рецептуры проверить, нет ли в базе данных похожей.

После получения лабораторного образца смеси краски по предлагаемой

рецептуре переходят к следующей стадии — это пробная печать. Пробопечатное устройство IGT C1, у которого есть накатная и раскатная системы, даёт возможность получить равномерный слой краски в рабочем диапазоне толщины. Краска раскатывается необходимое время, накатывается на форму, затем наносится на полосу бумаги. По полученному оттиску характеристики цвета сверяются с эталоном. Затем по данной рецептуре изготавливается смесевая краска в количестве, необходимом для печати тиража.

Цвет занимает важное место в полиграфии. Прошли времена, когда цветопередача зависела от умения ретушёра выкрасить коричневой краской нужные места на чёрных негативах. Теперь при определении профессиональных качеств печатника цветной печати уже не обсуждают, сколько оттенков чёрного цвета он различает. На смену человеку пришли точные приборы и компьютерные программы, а цвет стал элементом фирменного стиля, и элементом защиты полиграфической продукции. Но тем не менее многие типографии при смешении краски для получения нужного цвета всё ещё полагаются на глаз своего колориста. Поэтому важно обращать внимание на новые возможности, которые предоставляет современная станция смешения красок.

**По материалам Уральского филиала  
компании «ОктоПринт Сервис»**

\* **Lab** — это буквенные обозначения координат цвета: L (Lightness) — вертикальная координата, которая обозначает яркость цвета и измеряется от 0 до 100%; а — диапазон цвета по цветовому кругу в горизонтальной плоскости от значений зелёного -120 градусов до значений красного +120 градусов; b — диапазон цвета в той же плоскости цветового круга от значений синего -120 градусов до значений жёлтого +120 градусов. В центре цветового круга — ахроматический цвет, его пересекает ось L, по краю цветового круга — полностью хроматические цвета, то есть соответствующие пику интенсивности именно на этой длине волны.

\*\* **СМС** — это система допусков, которая была предложена в 1988 году Британским научным обществом по измерениям красящих веществ. Эта система обеспечивает лучшую согласованность между визуальным человеческим восприятием и измеренным цветом. После измерения цвета математически вычисляется эллипс вокруг стандартного цвета с определёнными координатами цветового тона, насыщенности и светлоты. Эллипс представляет собой множество доступных цветов и автоматически варьируется по размеру и форме в зависимости от расположения в цветовом пространстве. Эта система рассчитывает свою уникальную сферу в каждой точке.

# КРАСКИ HUBER

## СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ

huber  
group

Hostmann-Steinberg RUS

620089, г. Екатеринбург,  
ул. Родонитовая, д.12

Телефон: +7 (343) 253-06-07  
+7 (343) 253-06-08

[www.hostmann-steinberg.ru](http://www.hostmann-steinberg.ru)



# ПРИНТЕР, СОЗДАННЫЙ ДЛЯ МЕДИЦИНЫ

В этом году компания OKI, японский производитель принтеров и МФУ, выпустила необычную новинку, которая смогла по-настоящему удивить специалистов полиграфической промышленности. За OKI давно закрепилась репутация инноваторов, которые не боятся предлагать рынку необычные решения. В этот раз компания представила на суд общественности специализированный принтер для медицинских учреждений. Нам удалось побеседовать об этом устройстве с директором по маркетингу российского офиса OKI Сергеем Лебедевым.



— **Расскажите, пожалуйста, в чём суть «медицинских» принтеров? Есть ли какие-то существенные преимущества подобной аппаратуры по сравнению с обычными печатающими устройствами?**

— По большому счёту, «медицинские» принтеры — это те же офисные печатающие устройства, но с особым способом обработки данных посредством сертификата DICOM. (DICOM — это общепринятый стандарт для передачи медицинских изображений.) Принтер, поддерживающий протокол DICOM, выводит на печать изображения в том виде, в котором оно передаётся на медицинскую аппаратуру, повторяя протокол. В этом заключается главное преимущество подобного принтера перед обычным. По сути, не требуется никаких дополнительных программных и аппаратных средств для получения изображения. Другим немаловажным преимуществом принтера с поддержкой протокола DICOM можно назвать дешевизну отпечатка. Обычно данные в формате DICOM печатаются на дорогостоящем оборудовании, и сами распечатки стоят дорого. Благодаря тому что принтеры OKI используют обычные расходные материалы, возникает существенная экономия средств за счёт более низкой стоимости распечаток.

— **Что сподвигло OKI на подобную разработку? Есть ли у конкурентов похожие устройства или пока это эксклюзивная модель компании OKI?**

— Во Франции, где было разработано программное обеспечение DICOM,

было множество запросов от лечебных учреждений, которые хотели сократить расходы на печать. Видя то, что стоимость отпечатка на принтерах OKI невысока, а качество очень достойное, они попросили доработать принтеры OKI, чтобы они понимали формат DICOM, и, соответственно, выдавали изображения высокого качества по стоимости обычного отпечатка на стандартном офисном принтере. В итоге появился принтер, который позволил получать отпечатки DICOM на бумаге, а не на плёнке. Бумажный отпечаток до 10 раз дешевле плёночного! Французские медицинские работники быстро поняли выгоду подобного обо-

только для одного формата изображений. Но принтер OKI способен отпечатать как DICOM, так и любые другие документы, файлы аналогично стандартному офисному принтеру. Подобными характеристиками не обладает ни одно устройство конкурирующих компаний.

— **Насколько российский рынок готов к этой новинке?**

— К сожалению, российский рынок оказался не подготовленным к подобному оборудованию. Насколько мы смогли заметить, для людей является откровением, что изображение, которое всегда печаталось и использовалось на плёнке, можно с успехом печатать и использовать на бу-

**«Медицинские» принтеры необходимы для тех, кто занимается диагностикой, будь то ультразвуковая или радиодиагностика, МРТ.**

рудования. По результатам, которые нам были предоставлены из Франции, экономия может быть настолько существенная, что принтер может окупиться в течение 1,5–2 месяцев и в дальнейшем принести только прибыль, если сравнить его с печатью на стандартных плёночных машинах. Что касается конкурентов, то могу сказать, что сейчас аналогичных принтеров на рынке не существует. Есть устройства, которые работают только для печати DICOM-изображений. Такие моноформатные устройства достаточно дорогие, при этом могут применяться

маге. Проблема в том, что люди привыкли действовать по ранее отлаженной схеме и не хотят принимать новые, пусть даже более удобные и практичные способы работы. Бумажный отпечаток может быть без труда приложен к карте пациента, передаваться в страховую компанию и т.д. Нам приходится обучать и объяснять достоинства специализированных принтеров с поддержкой протокола DICOM, рассказывать о всех возможностях этого оборудования. Сейчас проводятся конференции по стандарту DICOM, и я могу сказать, что сейчас в России есть большой



— Качество печати у принтеров OKI традиционно очень высокое. В качестве примера можно привести такую интересную иллюстрацию. Мы распечатали произведение Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» на принтере OKI вторым кеглем, при этом оно умещается на треть листа формата A4. Текст очень легко можно читать, конечно не без помощи увеличительного стекла. Чёткость изображения действительно очень-очень высока. Такой фокус не повторяется на более простых принтерах, на принтерах, использующих традиционную лазерную технологию. Это делает только светодиодный принтер.

#### — Что ещё может предложить OKI для медицинских учреждений?

— Медицинские учреждения сейчас повсеместно компьютеризируются, и, соответственно, те данные, которые собирают о пациентах, хранятся в электронном виде. OKI может предложить различные варианты устройств для печати этих данных. В том числе, например, мы можем предложить устройства для печати больших листов, которые достаточно сложны для принтеров, потому что имеют несколько полей за пределами стандартной информационной печати. Наши чёрно-белые принтеры легко справляются с этой задачей, потому что они могут печатать достаточно близко к краю листа и попадать в различные поля с высокой чёткостью. Я уверен, что OKI будет и дальше развивать направление специализированной аппаратуры, предлагать самые современные устройства, которые будут отвечать самым сложным запросам пользователей. Принтеры с поддержкой протокола DICOM — только начало большого пути.

интерес к подобным устройствам. Потенциал специализированной техники очень высок, но это нужно доносить до участников рынка, объяснять, что это уже существующее, это реальность, которой уже можно пользоваться.

#### — Кому в первую очередь необходимы эти принтеры? Могут ли они использоваться вне медицинских учреждений?

— Естественно, в первую очередь это «медицинские» принтеры, они необходимы для тех, кто занимается диагностикой, будь то ультразвуковая или радиодиагностика, МРТ. На DICOM-принтере могут быть распечатаны практически любые исследования, в том числе созданные при помощи различных специальных программ. По сути, принтер способен распечатать рентгеновские снимки, радиологические исследования, МРТ, томографию головного мозга. Однако не стоит забывать о функциях обычного офисного принтера. То есть после того как вы закончили с диагностическими картами, на нём можно распечатать любой другой документ: выписки для пациента, какие-то внутренние счета, рецепты и т.д. То есть всё это он может делать как обычное офисное устройство без каких-либо сложностей и дополнительных программ. При этом надо отметить, что качество печати остаётся очень высоким, поэтому устройство становится практически универсальным, так как подходит и для диагностических целей, и для обычного документооборота. Если абстрагироваться от медицинского применения, то здесь, наверное, можно только вспомнить об одной сфере при-

менения — это рентгеновские аппараты для проверки трубопроводов. Есть такие устройства, которые также делают рентген трубопроводов и собирают данные в формате DICOM. Фактически эти данные тоже можно печатать на наших принтерах, но о практическом применении мне лично пока слышать не доводилось.

#### — Какое у принтера с поддержкой DICOM качество печати? Насколько мне известно, OKI применяют особую светодиодную технологию. В чём её суть?

## C810 DM

Принтер возможно напрямую подключать к диагностическому медицинскому оборудованию и печатать на нём снимки недиагностического назначения высокого качества, используя широкий спектр носителей. Стоимость печати медицинских снимков на светодиодном принтере OKI C831DM значительно ниже в сравнении с традиционными решениями в области DICOM-печати. Новое решение позволяет существенно сократить расходы медицинских учреждений на печать, а также даёт возможность упростить работу персонала и дополнительно повысить качество обслуживания пациентов. В дополнение устройство может также быть использовано медицинскими учреждениями и для печати ежедневного объёма офисной документации.

### Основные характеристики

Скорость печати A4: 31 стр./мин (цвет), 36 стр./мин (моно); A3: 16 стр./мин (цвет), 20 стр./мин (моно).

Максимальный запас бумаги: 2 880 листов 80 г/кв. м.

Цветной принтер формата A3/A3+/A4 с поддержкой протокола DICOM для медицинских учреждений.

Время до начала печати: 10,5 с (цвет), 9 с (моно).

Время прогрева: менее 85 с с момента включения.

Скорость процессора: 800 МГц.

Подготовила Юлия Райльченко



НПФ «Политехника»  
Москва  
ул. Шоссейная, 110  
тел./факс: (495)  
783-01-67 (68)  
558-81-59  
www.polivalik.ru  
e-mail: info@polivalik.ru

# ВАЛИКИ ДЛЯ ПЕЧАТНЫХ МАШИН (изготовление и восстановление)

КОМПАНИЯ  
**Реклама  
Онлайн**  
агентство полного цикла

(495) 737-54-64  
(812) 401-64-64  
(383) 227-64-64  
www.reklama-online.ru

Все виды рекламы. Все регионы РФ и СНГ.



Метро



ВТЛ/Промо



Интернет



Пресса



Радио



ТВ



Транспорт



Наружка



### УСЛУГИ:

- Изготовление и обрезаживание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

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

ООО «Сантай»  
664014, Россия,  
г. Иркутск, ул. Полярная, 117  
тел.: (3952) 70-92-72, 38-64-02  
факс: (3952) 70-92-72, 38-64-03  
моб.: 8-902-515-21-69  
e-mail: 709272@mail.ru  
www.santai-val.ru



**БЕСПЛАТНАЯ  
КРУГЛОСУТОЧНАЯ  
СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА  
ЧТО? ГДЕ? ПОЧЕМ?**

**(343) 383-45-45**

Вся информация о компаниях,  
товарах, услугах, адресах и ценах

www.INFO-TORG.ru

**ПОЗВОНИЛА  
И НАШЛА!**



**222 10 10**

ГОРОДСКАЯ СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА  
ПО ТОВАРАМ И УСЛУГАМ

• товары • услуги • телефоны • выгодные цены • удобно =)

ПРИБЫЛЬ В ЦИФРЕ

# ИСТОРИЯ СОЗДАЕТСЯ СЕГОДНЯ

## HP INDIGO 10000 DIGITAL PRESS

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ



# B2

формат

Первая в мире цифровая офсетная печатная машина формата B2 | подача по широкой стороне | офсетное качество печати красочностью до 7 цветов | скорость печати до 4600 B2 в час (4+0) | более 2500 материалов для печати от 65 до 400 г/м<sup>2</sup> | автоматическая система смены расходных материалов | интеллектуальный автоматический контроль качества печати



[www.nissa-centre.ru](http://www.nissa-centre.ru)

[www.hp-indigo.ru](http://www.hp-indigo.ru)

«НИССА Центр»  
Москва (495) 956-7719  
Санкт-Петербург (812) 640-0363  
Екатеринбург (343) 220-3783  
Новосибирск (383) 209-0725  
Ростов-на-Дону (863) 255-26-38  
Ульяновск (842) 241-0571/72

**NISSA | CENTRE**

## ОБСЛУЖИВАНИЕ И РЕМОНТ ТЕХНИКИ

**Xerox**



- + Крупнейший сервисный центр на Урале
- + Официальный сервисный партнер **Xerox**
- + Большой штат сертифицированных сервисных инженеров
- + Наличие сервисной документации, огромный опыт работы, большой склад ЗИП
- + Заключение договоров на обслуживание

По итогам 2012 года **сервисный центр «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть»** был признан лучшим партнером **Xerox** по организации сервиса.

**СЕРВИСНЫЙ ЦЕНТР «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть» (343) 228-02-52 [www.fdialog.ru](http://www.fdialog.ru)**

# HEI FLEXIBILITY



OF  
L  
S  
T  
DI  
C  
TA

В наши дни типографиям приходится осваивать «приемы эквилибристики» в бизнесе, чтобы быть максимально гибкими и конкурентоспособными. Комбинация цифровых и офсетных систем позволяет выполнять любые заказы. Наше предложение позволит вам добиться наилучшего качества продукции при печати коротких тиражей.

**HEIDELBERG**

ООО «Гейдельберг-СНГ» РЦ Екатеринбург  
620066, Екатеринбург, ул. Блюхера, 88, офис 304. Тел.: +7 343 379 30 40. Факс: +7 343 379 30 41  
HD-CIS@heidelberg.com, [www.heidelberg.ru](http://www.heidelberg.ru)