Издательский дом ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
Екатеринбург

О ПОЛИГРАФИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО И ИНТЕРЕСНО

ПЕЧАТНЫЙ бизнес

5 [94] НОЯБРЬ / 2013
Журнал издаётся с 2003 года

СУВЕНИРНЫЙ РЫНОК: реальные истории

8

9 771727 825009

ФАЛЬЦЕВАЛЬНЫЕ МАШИНЫ

НАСТОЯЩЕЕ НЕМЕЦКОЕ КАЧЕСТВО И НАДЕЖНОСТЬ

MATHIAS BÄUERLE

prestigeFOLD NET

- Полностью автоматическая настройка на тираж
- Системы контроля и индикации ошибок
- Конфигурации до 6+6+6 фальцев
- Широкий диапазон опциональных возможностей
- Непрерывная или стапельная загрузка листов

multimaster CAS 38/52

- Модульное построение
- Конфигурации до 4+4+4 фальцев
- Широкий диапазон опциональных возможностей
- Экономичная цена

multipli 35

- Конфигурации от 2 до 4+4 фальцев с перекрестным фальцем
- Вакуумная или фрикционная подача листа
- Система непрерывной подачи и равнения листа
- Отличное решение для малоформатных типографий

ПРЕМЬЕРА НА ПОЛИГРАФИНТЕР

multimaster CAS 35

- Полностью автоматическая перенастройка на тираж
- Вакуумная подача листа
- Система равнения листа на подаче
- Отличное решение для цифровых типографий.

APOSTROF www.apostrof.ru (495) 787-34-46

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

ВНИМАНИЕ! КОНКУРС

Уральский филиал компании «Регент-Арт» объявляет конкурс по продвижению металлизированной дизайнерской бумаги «Карта Плюс».

Конкурс проводится среди типографий и рекламных агентств, закупающих бумаги из коллекции «Карта Плюс», а также менеджеров этих компаний. Период проведения конкурса — с 15.10.2013 по 31.12.2013 года. Победителем становится компания с наибольшими объёмами закупок бумаг из коллекции «Карта Плюс» со складов в Екатеринбурге и Тюмени.

Компания-победитель определяет лучшего менеджера (сотрудника, внёсшего наибольший вклад в победу), который награждается призом от «Регент-Арт».

Подведение итогов конкурса с 10.01.2014 по 15.01.2014.

Первое место

— скидка 10% на период с 16.01.2014 по 31.03.2014 на бумаги из коллекции «Карта Плюс» для компании-победителя;
— сертификат на 10 000 рублей для лучшего менеджера компании-победителя (тип сертификата предварительно согласовывается с менеджером).

Второе место

— скидка 7% на период с 16.01.2014 по 31.03.2014 на бумаги из коллекции «Карта Плюс» для компании-призёра.

Третье место

— скидка 5% на период с 16.01.2014 по 31.03.2014 на бумаги из коллекции «Карта Плюс» для компании-призёра.

Для получения дополнительной информации, а также для запроса образцов коллекции «Карта Плюс» можно обратиться в отдел продаж ООО «Регент-Арт» в Екатеринбурге по телефонам: (343) 350-51-90, 350-90-70.

РЕГЕНТАРТ

Уважаемые партнёры!

Если вы не получаете электронные рассылки журнала, проверьте, не находится ли адрес **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»

СОДЕРЖАНИЕ

Новости печатного бизнеса

4 Назначения, награды, машины

7 Сувенирная революция
Пятнадцатого октября в конференц-зале гостиницы «Маринс Парк Отель» состоялся семинар «Новейшие технологии в области рекламной и сувенирной индустрии»

Тема номера

8 Рынок сувениров вчера, сегодня, завтра
В рекламном бюджете российских компаний рекламно-сувенирная продукция занимает в среднем 6%, в регионах эта цифра составляет пока всего 2–3%

11 Выжить и преуспеть!
Любовь Ямшанова, директор интернет-склада подарков skladgifts.ru, рассказала нашим читателям о ситуации на рынке сувениров

12 Ничего невозможного: выразительность дизайнерских бумаг

14 Гранд-формат
Российский рынок широкоформатной печати за последние несколько лет демонстрирует устойчивый рост

Событие

16 Цифровая печать под контролем
Четвёртого сентября в демозале «Смарт-Т» прошёл семинар с участием «Апостроф» и X-rite, посвящённый контролю качества цифровой печати

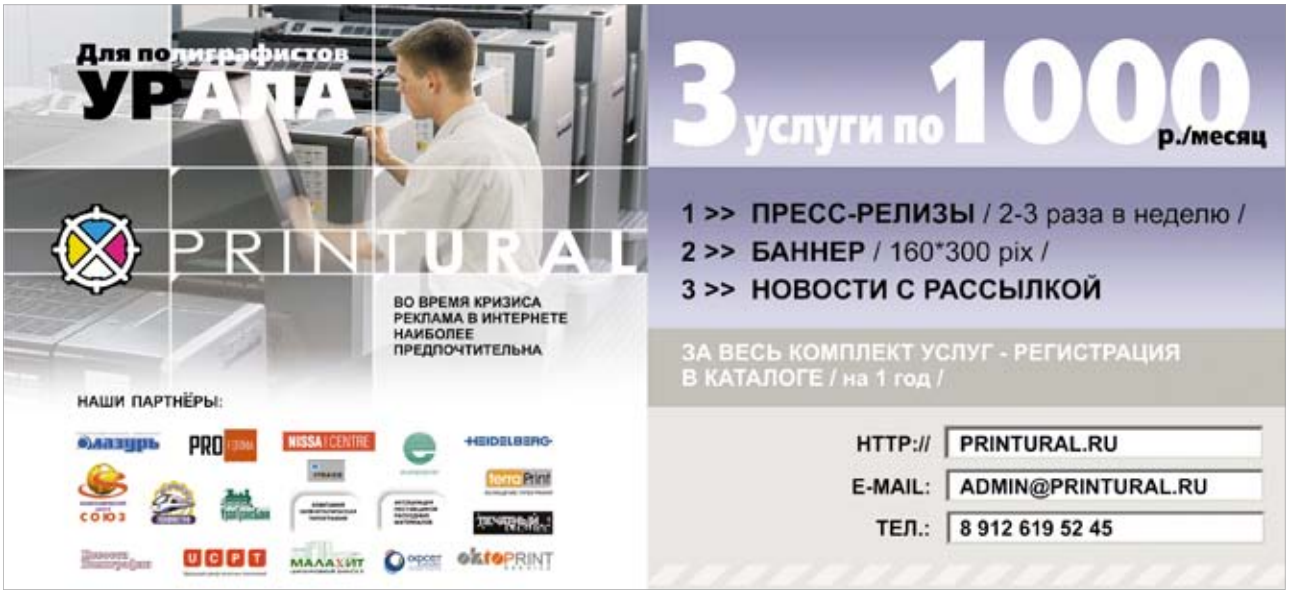
Расходные материалы

18 Из чего же сделана хорошая полиграфическая продукция?
Компания «ОктоПринт Сервис» располагает огромным ассортиментом расходных материалов для воплощения самых головокружительных полиграфических идей

Актуально

20 Печать на жёстких и хрупких, мягких и тонких материалах

22 Положение о конкурсе профессионального мастерства «ПринтМастер-2013»



Учредитель: ИД «Предприниматель». **Директор:** Канайкин В. С., director@idpr.ru. **Главный редактор:** Канайкина Е. И. **Журналист:** Раильченко Ю. А. **Руководитель проекта:** Трошина Л. С., e-mail: pb@idpr.ru. **Дизайн и вёрстка:** Мерзляков С. А. **Корректура:** Филатова Н. А., Терюшева Е. А. **Распространение:** Ауздайчер Л. С., e-mail: 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 Pecatnyj biznes. **Адрес редакции и издателя:** 620131, г. Екатеринбург, ул. Металлургов, 16б, литера «А». **Телефон редакции:** (343) 381-56-66, e-mail: 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:** 07.11.2013. **Выход в свет:** 08.11.2013. **Тираж:** 1 500 экземпляров. **Печать:** ЦПУ «Золотое сечение», г. Екатеринбург, ул. Металлургов, 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.

16+

KNAUFPETROBOARD

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)

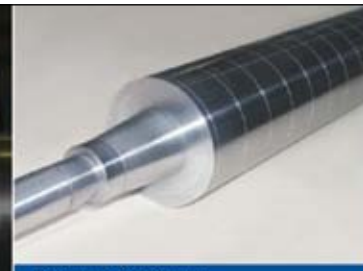
191015, Санкт-Петербург, ул. Шпалерная, 51
тел.: (812) 274-32-35, факс: (812) 274-32-74
e-mail: office_petroboard@knauf.ru
www.knaufpetroboard.ru
www.кнауфпетроборд.рф

ФИЛИАЛЫ:

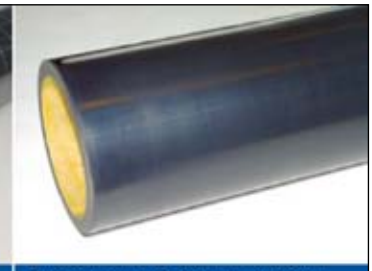
Москва - тел./факс: (495) 223-91-18
Екатеринбург - тел./факс: (343) 379-23-70, 356-55-53
Казань - тел./факс: (843) 278-24-44
Нижний Новгород - тел./факс: (831) 461-86-53, 461-87-04
Ростов-на-Дону - тел./факс: (863) 261-32-81, 253-17-33
Новосибирск - тел./факс: (383) 227-78-73, 227-78-72

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»

Пассевационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками

Вал для полиграфических машин

Формат

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

ПРЕМЬЕРА В РОССИИ: АВТОМАТИЧЕСКИЙ ПРЕСС ДЛЯ ВЫСЕЧКИ С УДАЛЕНИЕМ ОБЛОЯ

Компания «ВИП-Системы» приглашает посетить международную выставку «ПолиграфИнтер-2013». В этом году на стенде будет впервые в России демонстрироваться в работе автоматический пресс для высечки с удалением облоя Eurocutter с форматом листа 1060 x 760 мм производства компании MZE Eurocutter (Германия).

Progressor 1060 DS предназначен для высечки, биговки и конгревного тиснения листовых материалов плотностью 90–2000 г/кв. м на скорости до 7 500 л/час. Высококачественный самонаклад осуществляет стабильную и быструю подачу листов, в том числе и гофрокартона толщиной до 4 мм. Высота стопы самонаклада, оснащённого системой нон-стоп и полуавтоматическим механизмом дозагрузки, составляет 1600 мм. Приёмка также оснащена системой безостановочной работы с высотой стопы до 1350 мм.

Мощная конструкция секции высечки позволяет работать с усилием до 300 тонн. Регулировка давления осуществляется с пульта управления. Электронная микрорегулировка приводки с точностью до 0,01 мм. Точность и простоту наладки обеспечивает система приводки по центральной линии в секции высечки и секции удаления облоя.

Все основные операции по контролю и управлению машиной можно выполнять при помощи сенсорных экранов — основного 15» и 10,4» на приёмке.

Высокая надёжность машин Eurocutter Progressor обеспечена использованием комплектующих ведущих европейских и японских производителей, таких, как Sharp, NSK, Renold, Mabeg, Becker, Yasakawa, Siemens, Shneider, Rapplon, Eton, Moeller и др.

Производитель пресса — компания MZE Maschinenbau GmbH & Co. KG (Германия) — хорошо известен своими высококачественными резальными системами и различным послепечатным оборудованием для полиграфии Eurocutter.

Стенд компании «ВИП-Системы» вы найдёте в павильоне 1, зале 3, стенд В201

НОВОЕ НАЗНАЧЕНИЕ

ЗАО «Итрако» уведомляет о смене руководителя екатеринбургского подразделения. С 1 октября 2013 года управляющей екатеринбургским отделением ЗАО «Итрако» назначена Людмила Ястремская.

По информации ЗАО «Итрако»

ЦИФРОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ БИЗНЕСА НА КНИЖНОЙ ПЕЧАТИ

Тринадцатого ноября в рамках деловой программы выставки «Полиграфинтер-2013» состоится круглый стол «Трансформация бизнеса на книжной печати».

Участники круглого стола — представители цифровых типографий, активных на рынке книжной печати: Илья Кунахович («Сам Полиграфист»), Евгений Тимощенко («Вишнёвый пирог»), Александр Казанский («Книга по требованию»), Алексей Смирнов («Белый город»), Михаил Авраменко («Буки Веди»). Модератор — Игорь Терентьев (Publish).

Среди обсуждаемых вопросов — современные тенденции российского рынка книжной печати, особенности и сложности продвижения услуги печати по требованию и малотиражной, работа с заказчиками, требования к качеству, юридические аспекты.

В качестве слушателей на круглый стол приглашаются представители издательств, заинтересованные в услугах

оперативной печати книг; рекламные агентства и типографии; поставщики оборудования и расходных материалов.

Организатор — журнал Publish.

Каждый присутствующий получит экземпляр уникального альманаха «КнигаBook» — совместного проекта редакции Publish и Российской книжной печати.

Москва, МВЦ «Крокус Экспо», павильон 1, конференц-зал № 2, начало — в 16.00

ПЕЧАТНИК.COM V 2.013: НОВЫЙ ОБЛИК, БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Помимо изменившегося облика сайта произошли и другие существенные перемены.

Значительно улучшены возможности для форматирования текста публикаций, добавления изображений, видеозаписей и ссылок, появилась функция добавления опросов.

Введён ряд социальных функций: теперь можно делиться любым понравившимся материалом в своих социальных сетях, добавлять друзей, обмениваться с ними личными сообщениями, просматривать ленту новостей у интересных пользователей и компаний.

Полностью обновлён «Форум»: разделы систематизированы так, чтобы максимально облегчить пользователям навигацию по интересующим тематикам.

Расширены возможности по работе с сервисами портала: полностью обновлена «Торговая площадка», которая теперь даёт возможность загружать прайс-листы в формате YML, используемые на «Яндекс.Маркет».

Улучшена «Биржа полиграфических услуг»: прайс-лист теперь можно загружать одним файлом.

Появилась возможность добавлять метки к материалам публикаций, что позволяет более точно характеризовать материал и проще осуществлять поиск по той или иной теме.

Обновлены варианты размещения рекламы на портале.

Добавлен прямой эфир, позволяющий отслеживать все самые интересные обновления и обсуждения на портале.

Вход на сайт теперь осуществляется по электронной почте, пароль при входе остаётся прежним.

Печатник.com, крупнейший в России отраслевой ресурс, посвящённый полиграфическому бизнесу, в этом году празднует свой десятилетний юбилей.

За время существования портала его каталог пополнили более 8 500 компаний, к работе проекта присоединились более 15 000 участников, зарегистрировано более 12 000 000 посещений сайта. Теперь, когда проект Печатник.com разросся до таких масштабов, пришло время меняться в лучшую сторону. Без малого год шла работа над новой версией портала, которая стала проще, функциональнее и комфортнее как для компаний-участников проекта, так и для их потенциальных клиентов.

Источник: Печатник.com

Коллектив журнала «Печатный бизнес» искренне поздравляет коллег с юбилеем и желает дальнейшего процветания!

HP ПРОДЕМОНСТРИРУЕТ НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ ШИРОКОФОРМАТНОЙ ПЕЧАТИ

С двенадцатого по пятнадцатое ноября в Москве на международной выставке «Полиграфинтер-2013» компания HP представит новые модели широкоформатных принтеров Designjet серий Z и T на совместном стенде с компанией «Автоним».

Принтер HP Designjet Z5200 с шириной печати 111 см и встроенным интерпретатором PostScript делает высококачественную цветную широкоформатную печать доступной даже на печатных салонах с небольшими объёмами широкоформатной продукции. 8-цветный принтер позволяет печатать разнообразную продукцию со скоростью до 5,1 стр./мин. (A1) в режиме высокого качества и до 42 стр./мин. в черновом режиме.

Ориентированный на печатные салоны HP Designjet Z5400 PostScript ePrinter позволяет заряжать одновременно 2 рулона бумаги и автоматически переключаться между ними при необходимости смены типа и формата носителя. 6-цветный широкоформатный принтер с шириной печати 111 см (44 дюйма) идеально подходит для производства высококачественных постеров, фотографий, холстов, световых коробов, интерьерной графики, изделий для оформления мест продаж, чертежей и карт. Функция печати через Интернет с помощью онлайнового сервиса HP ePrinter позволяет отправлять задания на печать из любой точки мира. Технология «умного» позиционирования капель переменного объёма (HP Multi-Dimensional Smart Drop Placement Technology) обеспечивает повышенную точность воспроизведения цветов. Она основана на автоматическом контроле расположения точек и интеллектуальной системе маскирования, обнаруживает и исправляет ошибки позиционирования капель прямо в процессе печати, повышая эффективность и снижая количество брака.

Печатные салоны, работающие «на улицу», оценят широкий ассортимент запечатываемых материалов, среди которых бумага плотностью 60–500 г/м^2, холсты и баннерная ткань.

Ещё одна новинка — один из самых быстрых фотопринтеров в своём классе HP Designjet Z6200 с шириной печати 152 см и производительностью до 140 м^2/ч. Он обеспечивает великолепное качество фотопечати независимо от сложности заданий. Идеальный выбор для цифровых типографий, фотолабораторий, рекламных агентств, дизайнерских фирм и изготовителей коммерческой печатной продукции, которым необходимо надёжное устройство для высококачественной печати плакатов, фотографий, карт, репродукций и других изделий для применения внутри помещений, в том числе POS-продукции и световых коробов.

Новые графические принтеры используют новые фоточернила HP Vivid, обладающие высочайшей стойкостью к выцветанию и дающие яркие и реалистичные отпечатки.

Печатные салоны, ориентирующиеся на заказчиков из сферы инженерно-строительного бизнеса, оценят новейшее МФУ HP Designjet T2500 PostScript eMultifunction, позволяющее быстро и просто копировать, сканировать и распечатывать документы формата до A0. Благодаря автоматическому переключению между двумя рулонами носителя и фронтальной загрузке рулонов, устройство позволяет обрабатывать большой поток разнообразных документов, встроенный выходной лоток гарантирует, что все клиенты получат свои отпечатки в правильно подобранном и ровном виде, а онлайновые функции HP Designjet ePrint & Share открывают широкие возможности для удалённого приёма заданий.

По информации Hewlett Packard

RES PUBLICA
www.respb.ru
запчасти -
это по нашей части
(812) 560-47-42, 438-17-27

ВСТРЕЧА ПОЛИГРАФИСТОВ

Второго октября Межрегиональное межотраслевое объединение работодателей «Издательско-полиграфический союз Урала и Западной Сибири „ПринтУрал“» и Уральский полиграфический союз провели встречу с крупнейшими типографиями Свердловской области. На мероприятии присутствовали более 10 руководителей типографий. Обсуждались вопросы, связанные с перспективами развития рынка полиграфии в условиях кризисной ситуации в российской экономике. Наибольшая полемика возникла при обсуждении ценообразования полиграфических услуг. Было принято решение выработать общую схему расчёта цены и утвердить её на следующем собрании.

По информации компании «ПринтУрал»

КРУПНЕЙШАЯ В ЧЕХИИ КНИЖНАЯ ТИПОГРАФИЯ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПОВЫСИЛА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

Типография Finidr из города Чешски Тешин — крупнейший в Чехии производитель книжной продукции. Недавно здесь запустили машину Heidelberg Speedmaster XL 106, включающую 8 печатных секций и устройство переворота. Это уже вторая точно такая же машина класса Peak Performance в Finidr. Суммарно на обеих машинах печатается около 70 млн оттисков в год. Каждая оснащена системой спектрофотометрического контроля качества цвета и корректировки приводки в линию Prinect Inpress Control и системой автоматической одновременной смены печатных форм AutoPlate XL. На одной из машин установлена также система рулонно-листовой подачи CutStar.

«Что такое Speedmaster XL 106, мы поняли на Drupa-2012. После всесторонних испытаний решили, что в эту машину нужно инвестировать. С её помощью мы достигли исключительного качества и производительности и пришли к выводу, что следует купить и вторую такую же. В результате производительность на соответствующем участке выросла на 40%»,— такова история Speedmaster XL 106 в Finidr по словам владельца компании Ярослава Драхоса.

Основанная в 1994 году типография Finidr имеет штат из 350 сотрудников, производит около 20 млн книг в год. Ежегодный объём продаж составляет 23 млн евро. Режим работы — круглосуточный, без выходных. Выпускается как стандартная, так и высококачественная продукция с цветной и чёрно-белой печатью. В типографии используются также передовые послепечатные технологии. Компания обладает множеством сертификатов качества от Ugra и Heidelberg, а также сертификатом FSC (Forest Stewardship Council), подтверждающим участие в восстановлении лесных ресурсов, компенсирующим потребление бумаги. Около 80% выпускаемой продукции экспортируется.

В эксплуатации — оборудование Heidelberg. В печатном цехе помимо двух Speedmaster XL 106 работают две машины SM 102 и одна SM 74; на допечатном участке — три устройства для вывода форм Suprasetter, на брошюровочном — несколько систем Stahlfolder. Производственный процесс эффективно контролируется системой Prinect Business Manager.

«Техника должна работать практически без остановок и с высоким качеством, рынок всё более требователен в этом отношении. Исключительно короткая подготовка и стабильность в работе — абсолютно необходимые условия для того, чтобы оставаться конкурентоспособным. Heidelberg предоставляет не только передовые технологии, но и разносторонний сервис, что повлияло на принятие инвестиционных решений»,— подчёркивает Я. Драхос.

По информации компании «Гейдельберг-СНГ»

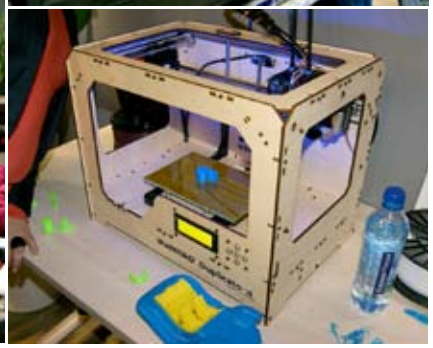
OKI EUROPE ПОЛУЧИЛА МЕЖДУНАРОДНЫЕ НАГРАДЫ ЗА ЦВЕТНЫЕ МФУ

С момента запуска в начале 2013 года новые МФУ OKI серии MC700 уже неоднократно удостаивались престижных наград за впечатляющие показатели соотношения производительности, качества, стоимости и надёжности. Последней наградой стал выбор редакции IT w Administracji — престижного журнала для специалистов в области общественного сектора и менеджмента в Польше. Редакция высоко оценила MC760 (оценка 9/10) благодаря высокой скорости печати, качеству, надёжности, конкурентоспособной цене и простоте использования.

«Сочетание надёжности, функциональности, лидирующих показателей производительности и ценовые характеристики последней серии MC700 принесли мгновенный успех этим моделям среди наших клиентов,— говорит Ли Вебстер, генеральный менеджер по маркетингу OKI Europe.— Успех OKI основывается на разработке инновационных продуктов. Поэтому мы очень рады, что новые МФУ A4 также признаются независимыми экспертами отрасли и отмечаются высокими наградами».

МФУ OKI серии MC700 формата A4 объединили функциональность, безопасность и гибкую адаптацию для удовлетворения различных потребностей широкого круга заказчиков. Они также предназначены для повышения эффективности рабочего процесса и экономии средств, поскольку компании ищут устройства, которые смогут выполнять сразу несколько действий.

По информации компании «ОКИ Системс Рус»



Сувенирная революция

Пятнадцатого октября в конференц-зале гостиницы «Маринс Парк Отель» состоялся семинар «Новейшие технологии в области рекламной и сувенирной индустрии», организованный компаниями «Графические системы» и «РуссКомПраймТех» (Москва). Такого аншлага на мероприятиях в сфере полиграфии не было давно: более сотни гостей, владельцев фирм, технологов, руководителей пришли в поисках новых идей и возможностей для своих предприятий. И они нашли их.

Презентацию Mimaki провёл ведущий специалист отдела продаж «РуссКомПраймТех» Сергей Орлов.

Он представил новый УФ-принтер UJF 6042 для сувенирной продукции, декоративных элементов интерьера и других персонализированных изделий. Восемь каналов и циркуляция белил во избежание осаждения пигмента имеются в базовой комплектации. Максимальное разрешение — 1800×1800 dpi. Минимальный объём капли уменьшился с 6 до 4 пл. Сергей рассказал о широкой сфере применения новой машины: это не только изготовление сувенирной продукции, но и нанесение информации на панели промышленных приборов, печать фотографий на любых материалах, интерьерная декоративная печать, персонализация пластиковых карт и многое другое. Такая вариативность позволяет привлекать новых клиентов и обеспечивать оптимальную загрузку машины. Гости смогли увидеть и оценить десятки работ, выполненных на самых разных материалах.

Следующий блок выступления Сергея Орлова был посвящён оборудованию для прямой печати на тканях, в частности машине Mimaki JV33 Super Tex с ИК-сушкой. Флаги, перетяжки, декорации, шторы — новый принтер может воплотить самые замысловатые идеи. Ксения Есаян, директор по развитию «РуссКомПраймТех», подробно рассказала о технологиях печати по текстилю, сравнила их и показала преимущества и простоту прямой печати. Себестоимость работ на новом принтере на 15% ниже, чем при сублимации — это ли не аргумент!

При этом и Сергей, и Ксения отметили, что предложения производителей печатных машин сегодня сопоставимы и по цене, и по качеству исполнения, поэтому решающее значение для клиента имеет возможность своевременного и профессионального обслуживания машин. В этом отношении уральские покупатели и владельцы машин Mimaki могут с уверенностью положиться на специалистов компании «Графические системы». Здесь работает целый штат сервисных инженеров, прошедших подготовку в России и за рубежом, в ближайшее время появится также технический консультант.

Семинар продолжился выступлением Юлии Орловой, которая представила ламинаторы GMP, в том числе и комбинированные, сочетающие технологии горячего и холодного ламинирования. Александр Селивёрстов рассказал о новых возможностях лазерных гравёров и фрезерных станков, которые открывают предприятиям новые рынки.

Наконец, тематический блок семинара, который все ждали,— 3D-принтеры — провели Игорь Воронин и Евгений Коробков. Они рассказали о способе послойного создания объёмных предметов из полимерной нити или ABS-пластика. Подготовка макетов для машины FDM-печати осуществляется в любом 3D-редакторе. Далее расплавленный материал необходимого цвета накапывается, точно повторяя заданную форму и создавая слой за слоем объёмную модель. Сфера применения 3D-принтеров включает создание макетов и моделей, сувениров и уникальных подарков.

Разумеется, гости семинара смогли протестировать всё представленное оборудование, задать интересующие вопросы. Каждый из них ушёл, размышляя о новых возможностях своих предприятий.

Графические системы

«Графические системы»
Адрес: 620142, г. Екатеринбург
ул. Куйбышева, 80/2

Отдел продаж:
тел.: 8 (343) 286-01-28
тел.: +7-905-800-13-62
факс: 8 (343) 286-01-28
ICQ: 766-322-54
e-mail: graficsystem@mail.ru
web: www.mimakiural.ru

Техническая поддержка:
тел.: +7-902-500-77-77
skype: SuppGraf
e-mail: SuppGraf@gmail.com

Рынок сувениров вчера, сегодня, завтра

По данным Института профессионалов рекламно-сувенирного бизнеса (IPSA), в России производство сувенирной продукции осуществляют 2–3 тысячи компаний различного профиля и масштаба деятельности. При этом специализируется на сувенирах только 25% компаний, для остальных это второстепенная сфера деятельности. Наиболее многочисленная группа представлена рекламными агентствами (РА).

Тренды

В рекламном бюджете российских компаний рекламно-сувенирная продукция занимает в среднем 6%, в регионах эта цифра составляет пока всего 2–3%. Для сравнения: представительства иностранных компаний тратят на сувениры до 25% рекламного бюджета. Причём тенденция последних лет не только уральского, но и всего регионального сувенирного рынка заключается в уменьшении средней стоимости заказов. При этом потенциал сегмента рекламно-сувенирной продукции, по оценкам специалистов, в 2–3 раза превышает текущий объём, который эксперты оценивают в 250–300 млн долларов.

Чем примечательно развитие рынка сувенирной продукции в нынешнем году? Какие тенденции вы можете отметить?

Игорь Чижов, директор ЗАО «Прагматика»:

— Главные тенденции на рынке бизнес-сувениров в России, как и во всём мире, таковы:

— снижение сроков исполнения заказов (в Европе срок исполнения заказа — около 24 часов);

— снижение среднего заказа (в Европе средний заказ — 400 евро);

— чёткое понимание заказчиком и РА экономической эффективности маркетинговой задачи, решаемой с помощью бизнес-сувенира;

— глобализация (РА работает со всеми возможными территориями; в Европе поставка продукции рекламным агентством в любую точку Евросоюза — 2 дня).

Понятно, что такие результаты в России пока недостижимы, но тенденции — безусловно, в этом направлении.

Екатерина Ткачук, руководитель клиентской службы сувенирного сервиса «Семицвет»:

— Прежде всего важно, что растут бюджеты, а также профессионализм и кре-

ативность у клиентов, набирают популярность «подарочные наборы» как альтернатива одиночным сувенирам. В поддержку данной тенденции многие поставщики (каталоги) ввели в свой ассортимент готовые коробки, пакеты и другие упаковочные материалы как основу составления таких наборов.

Материалы

Классические виды нанесения — тампонная и трафаретная печать, тиснение, гравировка, доколь — были и остаются основными. В последние годы всё больше рекламных фирм обзаводятся собственным оборудованием по нанесению, поэтому цены не повышаются, а на некоторые виды нанесения даже снижаются. Естественно, все подобные компании нуждаются в поставках сувениров под нанесение: ручек, пакетов, кружек, текстиля.

Полноцветная цифровая печать — ещё один хит на фоне набирающих популярность логотипов со сложными градиентами. Многие компании при ребрендинге, чтобы показать современность, обновлённость, используют именно такие дизайны, которые представляют сложность для нанесения стандартными методами печати. Поэтому сувенирные принтеры, позволяющие печатать полноцвет на любом материале, — очень перспективное направление.

Какие технологии нанесения и запечатываемые материалы сегодня наиболее востребованы? За какими, на ваш взгляд, будущее?

Игорь Чижов:

— Безусловно, на долгие годы технология номер один — тампопечать, и это несмотря на появляющиеся цифровые технологии. Наиболее рациональное соотношение станков/технологий (которое я видел в голландской компании MOB,— одного из лидеров нашего рынка): 50 станков тампопечати, 6 станков шелкографии, 2 станка для гравировки твердотельным лазером, 1 станок для гравировки CO2-лазером. Все остальные технологии у нас, поставщиков бизнес-сувениров, представлены эпизодически по 1 станку (пескоструйная гравировка, DOMO, UF-печать, 3d-гравировка и т. п.) и каких-то реальных объёмов не дают, занимая исключительно узкие ниши.

Любовь Ямшанова, директор интернет-склада подарков skladgifts.ru:

— Ассортимент расширился. Увеличились продажи флеш-накопителей, популярностью пользуются флешки-визитки, так как площадь позволяет разместить полноцветное изображение (макет, календарик, контакты). Цены на данную позицию тоже выросли, но не ровно: на 16 Гб меньше, чем на 4 Гб. Появилось разнообразие по форме и цветам ручек-флешек. Из промосувениров популярностью пользуются антистрессы: метеориты, «золотые мозги», каски разных цветов и многое другое. Больше стали покупать термокружки для автомобилей, пледы с игрушками, кружки с ложками, гаджеты для телефонов. Из дорогих подарков для тех, «у кого всё есть», появились японские шкатулки с секретом, биокамины, флешки «криптекс».

В прошлые годы «полотном для творчества» служили преимущественно футболки. В этом году разнообразием поразили нас зонты. По форме можно выбрать «сердце», в виде ружья или сабли, двойные, с корсетом, сделанные из лаковой кожи. В рамках художественных выставок даже проводились мастер-классы по росписи на зонтах.

Что касается технологий, востребована оперативная полиграфия в разных проявлениях. Благодаря новым материалам появилась возможность печатать выборочную лакировку цифровым способом от одного экземпляра. Сублимация набирает обороты, появляются новые продукты для данной технологии. Полноцветные принтеры на любых поверхностях тоже очень популярны.

Екатерина Ткачук:

— Наиболее востребованные технологии нанесения — это шелкография и гравировка, так как этими способами можно делать нанесение на большинстве материалов, в свою очередь, востребованные материалы конкретно в нашей компании в этом году были металл, стекло, кожа и кожзаменитель. Однако что касается промосувенирки, то проще

Структура рынка сувенирной продукции включает не только различные группы продукции и назначения, но и различные типы бизнеса. Весь сувенирный бизнес можно условно разделить на четыре сегмента. Первый составляют производственники, которые специализируются именно на нанесении. Зачастую они предлагают достаточно ограниченный ассортимент продукции. Учитывая стоимость печатных машин и оборудования, очевидно, что порог вхождения в этот бизнес высок. Фирмы, входящие во вторую группу, занимаются исключительно куплей-продажей. Существующая у федеральных поставщиков система дистрибуции продукции позволяет успешно работать по принципу just-in-time, поставляя сувениры по требованию. Кооперативные отношения, развитая сеть контактов позволяют успешно работать даже со средним капиталом. Третий сегмент – компании, имеющие как собственное производство, так и развёрнутую систему продаж и богатый ассортимент. Четвёртый сегмент представляют профессиональные операторы рынка бизнес-сувениров и корпоративных подарков, которые не только разбираются в технологиях нанесения изображений и продают продукцию, но умеют выявлять потребности каждой конкретной компании и подбирать нужные маркетинговые инструменты для их удовлетворения.

и дешевле пластика с тампопечатью пока ничего не придумали, по объёмам такая продукция, конечно, занимает существенную часть оборота.

Из технологий, которые набирают популярность, можно отметить изготовление под заказ объёмных изделий из PVC (флешки, браслеты, брелоки и прочее) — полностью в фирменном стиле клиента. Такая максимальная кастомизация выигрышнее любой печати на стандартном сувенире и поэтому привлекает клиента. При этом на приличных тиражах от 500 штук стоимость сопоставима со стандартным ассортиментом каталогов. Минус — сроки, такое производство в основном находится в Китае.

Полноцветная цифровая печать — ещё один хит на фоне набирающих популярность логотипов со сложными градиентами. Многие компании при ребрендинге, чтобы показать современность, обновлённость, используют именно такие дизайны, которые представляют сложность для нанесения стандартными методами печати. Поэтому сувенирные принтеры, позволяющие печатать полноцвет на любом материале,— очень перспективное направление.

Машины

Профессионалы рынка уже, как правило, имеют полный цикл оборудования для нанесения. Если говорить о рекламных агентствах, которые хотят выйти на этот рынок и снизить для себя стоимость заказа сувенирной продукции, увеличив тем самым свой доход, то тут я бы рекомендовал как раз либо оборудование для сублимационной печати, либо универсальные принтеры для печати на любых поверхностях. На рынке есть как зарубежные, так и отечественные модели. Такое оборудование позволит делать сувениры индивидуального нанесения от одного экземпляра за вполне умеренные деньги и очень оперативно.

Какие технологические линии наиболее интересны предприятиям, выполняющим полный цикл производства сувенирной продукции, и тем, кто специализируется на продаже и нуждается в небольшом производстве «на месте»?

Игорь Чижов:

— Главный вопрос не в оборудовании, а в клиентах и во внутренних бизнес-процессах: заказчику безразлично, кто сделает персонификацию,— само РА или их субподрядчики. Заказчика интересует качественное оперативное обслуживание и оптимальные цены.

Екатерина Ткачук:

— Для полного цикла — прежде всего та же шелкография, на основе которой делают и другие виды нанесения (деколь, трансфер). На месте можно расположить только компактные станки — тиснильный пресс, сублимационное производство, те же сувенирные принтеры. Гравировальное оборудование тоже занимает не много места, но стоит дорого и для нормальной окупаемости должно быть на 100% загружено, что сложно обеспечить небольшим компаниям.

Насколько быстро происходит окупаемость оборудования в сегменте сувенирной продукции?

Игорь Чижов:

— Всё зависит от продаж. У меня есть знакомая компания в Подмосковье, которая приобрела дорогой комплекс изготовления шильдиков по технологии «ГедаКолор», имея уже заказчика — производителя пассажирских вагонов. Есть вопросы о сроке окупаемости у них?

Екатерина Ткачук:

— Зависит от грамотного выбора оборудования относительно специфики клиентской базы компании — при грамотном подходе к выбору технологии печати и хорошей загрузке не новое оборудование в хорошем состоянии в средней сувенирной компании может окупиться за один сезон. Но всё очень индивидуально, конечно.

Любовь Ямшанова:

— Окупаемость — это отдельный вопрос. На рынке оперативной полиграфии и сувенирной продукции, на мой взгляд, нужно приобретать современные машины, эксплуатировать их в течение 3 лет и менять на новые модели. Рынок оборудования тоже развивается. Сейчас появилась возможность печатать интерьерной печатью не только CMYK, но и белыми и металлизированными красками, да ещё и сразу подрубать. А о чём мечтать через год-два? Недорогие модели оборудования окупаются за сезон, дорогие — за 3–5. Конечно, вопрос накоплений на новое оборудование решаем. Я убедилась на своём примере.

Подготовила Юлия Раильченко

Топ-20 агентств в рубрике «Сувенирная продукция» РРАР-2013:

1. «Проект 111», Санкт-Петербург.
2. «PresenТайм», Нижний Новгород.
3. «Интерпрезент», Москва.
4. «Рекламные сувениры», Владивосток.
5. Choco Corp, Ростов-на-Дону.
6. «Солярис», Екатеринбург.
7. «Прагматика», Екатеринбург.
8. Admos, Москва.
9. «Группа 7», Красноярск.
10. «Макрос», Самара.
11. Oasis, Москва.
12. «Альфа-Гифтс», Москва.
13. «Ориентир-М», Красноярск.
14. Stan, Екатеринбург.
15. «Успех», Санкт-Петербург.
16. «Группа М», Санкт-Петербург.
17. «Оптимум РПК», Москва.
18. «Гудвин», Нижний Новгород.
19. Concept Fusion, Ростов-на-Дону.
20. «Менеджмент инноваций», Москва.

Источник: *издание AllAdvertising, которое строит актуальные рейтинги рекламных агентств и операторов, производств и студий, учитывая в формуле соотношение 11 важных параметров.*

Выжить и преуспеть!

Любовь Ямшанова, директор интернет-склада подарков skladgifts.ru, рассказала нашим читателям о ситуации на рынке сувениров.

— Чем примечательно развитие рынка сувенирной продукции в нынешнем году?

— Рынок сувенирной продукции в этом году продолжает меняться во всех направлениях. Поставщики и вендоры пересматривают условия работы на российском рынке. Многие мелкие рекламные агентства получили возможность работать напрямую. Крупные компании продолжают открывать представительства в городах в надежде увеличить доли рынка. В связи со скачками на биржах, повышением таможенных пошлин на посуду, повышением цен на бензин, цены на продукцию и материалы неизменно растут. Прайсы в этом году менялись чаще обычного.

Игроки рынка пересматривают ассортимент и ценообразование. Каталожные позиции стали более разнообразными и уникальными. Поставщики пытаются сами разрабатывать и расширять ассортимент. И хотя выполняют заказы по-прежнему в Китае, качество продукции стало лучше. Кроме того, повышенное внимание теперь уделяется упаковке.

Посмотрим на ситуацию с позиции дилеров первого эшелона. Для сохранения своего влияния на рынке и сохранения объёмов продаж у поставщиков они увеличивают скидки рекламным агентствам, предоставляют опции «бесплатного» нанесения для конечного потребителя. Дилеры пытаются навязать поставщикам свои правила игры, которые сами иногда нарушают в тендерах. Поставщики видят такие ситуации и вырабатывают свои стратегии: одни применяют штрафные санкции к нарушителям; другие убирают из ассортимента тендерную позицию, способствуя выигрышу нужного дилера; третьи дают всем одинаковую цену, не выделяя «любимчиков» и в зависимости от видения каждой компанией своей прибыли все участники играют в равных условиях со своими ценами. Я сторонник третьего пути. У каждой компании своя точка безубыточности и стратегия.

Мелкие рекламные агентства пытаются воспользоваться ситуацией, взаимодействуют друг с другом, пользуются возможностями, предоставляемыми поставщиками, пытаются дать такие же условия для конечного потребителя, что и дилеры первого эшелона, в уменьшение своей маржи. Иногда участвуют они в тендерах совместно, распределяя позиции, и выигрывают.

— С 1 июня игроков рынков-монополистов обязали реализовывать заказы только через тендерные площадки. Что это изменило для игроков и потребителей?

— От этого страдают все. Филиальные компании производят закуп централизованно, в большинстве случаев из Москвы, а в регионах остаются срочные малые заказы.

Держатели коммерческих площадок пользуются ситуацией и диктуют свои условия. Чтобы выиграть аукцион свыше 500000 рублей, за участие берут 24000 рублей независимо от выигрыша. Но аукцион является состоявшимся только в случае участия не менее двух-трёх игроков. Вот и получается, с одного заказа 48000 уходит площадке безвозвратно. Игрок несколько раз подумает, взвесит свои силы: участвовать ли в неизвестном аукционе. На государственных площадках вышло положение, что заказчик без объяснения причины может не заключать контракт. Цена в таких аукционах продолжает играть первую роль. Был случай, когда выигрыш считался по формуле, выигрывал неугодный поставщик, аукцион отменили, переделали формулу и объявили новый аукцион. Выиграла по новой формуле угодная компания. Так что без договорённостей сложно выиграть. Рынок находится на этапе борьбы за выживание.

— И в этой ситуации вы и команда единомышленников нашли выход — создание проекта, ориентированного на малый и средний бизнес без торгов?

— Да, называется он «интернет-склад ПоДАрков skladgifts.ru». Проект молодой, только набирает силы.

Компания эта столичная, офисы находятся в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. Главная цель — продажа продукции через Интернет с оперативной доставкой в регионы. Проект автоматизирован: заказчик может выбрать продукцию, через корзину оформить заказ и выставить счёт. Цены являются ценами основных поставщиков.

Отдел продаж состоит из двух уровней: на первом уровне отдел заказов отбирает потенциальных покупателей, формирует заказ. На втором уровне отдел продаж расширяет заказ, детализирует, оформляет документально и реализовывает. Отдел отгрузки взаимодействует с транспортными компаниями. Менеджеры клиентоориентированны и готовы работать с компаниями, имеющими разные бюджеты. По потребности клиента они составляют коммерческое предложение, подбирают корпоративные подарки. Задача клиента — быть нашим постоянным партнёром, получать удовольствие от готовых подарков с фирменной символикой, выбирать элитные подарки.

Мы заинтересованы в процветании вашей компании, поэтому грамотно подберём подарки для вашей целевой аудитории.

Беседовала Юлия Раильченко

интернет-склад ПОДАРКОВ www.skladgifts.ru

НИЧЕГО НЕВОЗМОЖНОГО: выразительность дизайнерских бумаг

Если традиционная бумага, как правило, является только носителем текстовой или изобразительной информации, то дизайнерская сама по себе если не произведение искусства, то по крайней мере — объект любования и восхищения. Применительно к ней важны не только технические характеристики, но и визуальные, и тактильные ощущения, получаемые от прикосновения к ней. Именно они пользуются особым вниманием у служб маркетинга в последнее время.

Бумага

Дизайнерские бумаги ассоциируются с добротностью, высоким качеством, стабильностью, историей, престижем, надёжностью, успехом и другими подобными категориями, а значит, используя эту бумагу для изготовления соответствующей продукции, можно ещё больше усилить её воздействие на потребителя.

Существует огромное разнообразие сортов и видов дизайнерской бумаги: цветной и белой, текстурной и гладкой. Но при этом каждый сорт призван создавать определённое настроение или ощущение. Бумаги могут содержать примеси и вкрапления, быть прокрашенными в массе, иметь естественную или специально обработанную текстурную поверхность и т. д. Поэтому выбирать бумагу для конкретной продукции следует очень придирчиво, есть опасность ошибиться и создать не то настроение. Эмоциональное воздействие бумаги может быть очень сильным.

Эту бумагу, как и любую другую, бесспорно, можно использовать в полиграфии самыми разными способами, однако следует иметь в виду некоторые особенности. В первую очередь, следует понимать, что наносить на красивую поверхность бумаги яркие полноцветные изображения, скорее всего, нецелесообразно, поскольку ни то, ни другое от этого не выиграет. Либо нужно тщательно подбирать изображение под вид и фактуру поверхности конкретной бумаги.

Именно поэтому чаще для работы с дизайнерской бумагой предпочитают использовать печать в одну-две краски, печать кроющими красками, серебром и золотом с использованием шелкографии, а также тиснение, конгрев и другие виды отделки. Главное, знать меру и не перегружать поверхность бумаги: зачастую она сама работает лучше, чем изображение на ней.

В Россию импортируются дизайнерские бумаги и картоны плотностью от 80 до 310 г/кв. м. Как правило, эти материалы имеют стандартный формат 70 x 100 мм. А вот текстуры — самые разнообразные: от довольно обыкновенного тиснения «верже», «линия», «сетка» до имитирующих ситец и текстуру табачного листа. Поражает также цветовой спектр бумаги из дизайнерских коллекций.

Особенности сырья и включений, а также технологии производства приводят к тому, что эти бумаги и картоны становятся недешёвым материалом. Для их производства применяется тонковолокнистая целлюлоза, отбелённая без применения хлора (TCF). Одним из важных технических показателей коллекционных бумаг является их устойчивость к световому воздействию, что, в первую очередь, достигается использованием красящих веществ, стойких к УФ-лучам и воде. Благодаря добавлению карбоната кальция бумажная масса не содержит кислот и Ph-нейтральна, что обеспечивает высокую устойчивость коллекционных бумаг к старению.

Отличным примером востребованной дизайнерской бумаги является коллекция **Biancoflash** от компании Favini. Бумага представлена в основных полиграфических листовых форматах. Коллекция представлена в трёх цветовых оттенках и пяти видах тиснения. В целом семейство Biancoflash — Ivory, Master и Premium — включает бумаги плотностью от 80 до 700 г/кв. м в листах различного размера, которые упакованы в пачки. Кроме того, в ассортименте фабрики присутствуют конверты из всех трёх вариантов бумаги плотностью 120 г/кв. м и размерами 11 x 22 и 16,2 x 22,9 см.

Картон

Дизайнерский картон используется для изготовления открыток, визитных карточек, различной представительской и художественной продукции, мягких обложек книг и журналов, высококачественной презентационной упаковки, а также каталогов, проспектов, имидж-брошюр и бланков.

В упаковочной отрасли дизайнерские картоны занимают особое место.

Такие картоны способны подчеркнуть эксклюзивный статус упаковки и самого товара, будь то элитная парфюмерно-косметическая продукция, дорогие алкогольные напитки или изысканные кондитерские изделия. Поэтому неудивительно, что при разработке эксклюзивной упаковки акцент чаще всего делается не столько на дизайнерское решение, сколько на уникальный внешний вид картона.

Если говорить об утилитарных свойствах упаковки из дизайнерских картонов, то можно отметить целый ряд преимуществ, делающих её во многих случаях идеальным решением. Такую упаковку отличает прочность при транспортировке, лёгкость, возможность запечатывания множеством разных способов, а также безвредность по отношению к окружающей среде: картон полностью разлагается.

Отдельный разговор — эстетические качества подобной упаковки. Элитные картоны, используемые для создания эксклюзивной упаковки, настолько яркие (как в прямом, так и в переносном смысле), что нередко дизайн лишь помогает раскрыть, выявить красоту и оригинальность того или иного материала. Такие картоны целесообразно применять для упаковки дорогих товаров — роскошная упаковка придаст им дополнительный шик.

Сегодня ассортимент дизайнерских картонов на российском рынке поистине огромен и непрестанно пополняется новыми сортами. Одни коллекции выделяются своей цветовой гаммой, другие — необычной поверхностью бумаги: тиснением, фактурой или ими-

тацией ткани либо кожи. Одни состоят из сверкающих металлизированных бумаг, в других собраны бумаги с перламутровым мерцанием. Классифицировать все разновидности дизайнерских картонов довольно сложно, поскольку в ассортименте каждого производителя элитных картонов и бумаги непременно найдётся уникальный сорт.

Такие картоны чаще всего входят в коллекции дизайнерских бумаг высокой плотности. Хотя есть и коллекции, полностью состоящие из дизайнерских картонов.

Успех создания произведения полиграфического искусства во многом зависит от правильного выбора бумаги. Вам важно, чтобы ваша работа оставляла ощущение лёгкости и воздушности? Чтобы её не хотелось выпускать из рук? Привлекала к себе внимание, а бумага — поражала своими современными техническими характеристиками или была классически выдержанной?

Компания «Фидэлити» предлагает цветной картон **Keaykolour —** тонированный в массе картон со специальной фактурой поверхности, напоминающей мелковолокнистую шерсть. Он разработан специально для дизайнеров и креативных решений, идеален для упаковки премиум-класса и изготовления представительской продукции. Великолепная коллекция естественно текстурированных цветов и оттенков, непревзойдённое сочетание мягких тонов и тактильных ощущений, широкий ассортимент текстур и плотностей — фирменный знак Keaykolour.

Калька

Если раньше калька в основном использовалась для чертёжных работ, то сегодня она приобретает всё большую популярность как эксклюзивный материал, позволяющий сделать неповторимым тот или иной печатный продукт. Конечно, калька капризна: порой дизайнеру бывает сложно представить, каким будет конечный результат, не говоря уже о заказчике. И хотя работать с калькой непросто, дизайнерам, использующим её в своих проектах, удаётся создавать совершенно уникальные вещи. Цветные или белые полупрозрачные вставки и детали из кальки придают полиграфической продукции лёгкий, утончённый и немного таинственный вид. Интересных оформительских эффектов можно достичь при наложении кальки на непрозрачную бумагу. Например, в поздравительных открытках или приглашениях, внутрь сложенной вдвое обычной бумаги с изображением помещается листок кальки с отпечатанным на ней текстом.

«Кириус Прозрачные бумаги» **(Curious Translucents)** меняет представление о возможностях печати на бумаге. Калька этой коллекции производства компании Arjo Wiggins изготовлена из 100%-й целлюлозы без использования химических добавок. В ней собраны поражающие своей оригинальностью цветные и перламутровые кальки, а также классические прозрачные кальки с широким диапазоном плотностей. Можно комбинировать разные плотности и цвета, а полупрозрачность позволяет накладывать изображения, что создаёт эффект объёма и даёт возможность просмотра изображения с другой стороны. Коллекция имеет новые необычные оттенки и неожиданно интенсивные цвета. Сочетание традиций с новейшими технологиями, необычных фактур и цветов с классическими делает коллекцию «Кириус» идеальной основой для вашего шедевра. Если вы хотите, чтобы вас заметили, «Кириус Прозрачные бумаги» — ваш материал!

Curious Translucents — чистоцеллюлозные кальки высочайшего качества. Это выбор ценителей изысканных, иногда едва уловимых оттенков. Калька Curious Translucents элегантна в своей утончённости. Эта бумага может играть основную роль или лишь слегка оттенять более насыщенные цвета в сочетаниях с другой бумагой. Идеально подходит тем, кто ищет яркие, тонкие, прозрачные оттенки, а их прозрачность предлагает альтернативу обычной бумаге.

- Металлизированная или перламутровая поверхности.
- 18 цветов — светлые, тёмные, золотистые.
- Имеется сертификат ISO 9706 на архивное хранение (металлизированные цвета).
- Плотности: 90, 100, 112, 140, 180, 230, 285 г/кв. м.
- Конверты: DL, C5, 170 x 170 мм.
- Бумага сертифицирована FSC.

Коллекция разбита на две части: Colour и Clear. В первой собраны 16 материалов интенсивных цветов, а также уникальные перламутровые кальки. С их помощью можно реализовывать самые смелые дизайнерские фантазии и решения.

Весьма интересны перламутровые кальки высоких плотностей (200 г/кв. м) и кальки насыщенных оттенков: обладая невысокой степенью прозрачности, они чем-то напоминают обычные перламутровые бумаги, но из-за своей гладкой, «калечной», текстуры смотрятся абсолютно уникально. А кальки из собрания Clear удивительным образом элегантны и придают полиграфической продукции поистине благородный вид. Одна из них — изумительная калька «Звёздная пыль» с вкраплением мельчайших прозрачных перламутровых блёсток.

Коллекция Curious Translucents дополнена тремя видами конвертов: «евростандарт», C5 и квадратным.

Кальки Curious Translucents пригодны для всех основных методов печати: лазерной, струйной (рекомендуется тестировать), офсетной печати фолиевыми и УФ-красками (с соблюдением рекомендаций производителя), трафаретной, флексографии.

Послепечатная обработка (тиснение, вырубка, фальцовка): кальки с плотностью от 140 г/кв. м и выше подходят для тиснения, а тиснить фольгой можно кальки плотностью свыше 72 г/кв. м. Важно соблюдать рекомендации производителя и проводить предварительное тестирование, а за сутки до начала печати лучше акклиматизировать кальку в фабричной упаковке.

По материалам компании «Фидэлити»

Гранд-формат

Российский рынок широкоформатной печати за последние несколько лет демонстрирует устойчивый рост. В начале этого года мы готовили публикацию о ярких новинках оборудования для печати большого формата. Наши партнёры регулярно проводят презентации новых машин.

Сегодня наряду с известными европейскими, американскими и японскими марками плоттеров появились вполне достойные продукты азиатского происхождения, что позволило существенно снизить цену печатных устройств и сделать их более доступными для рекламно-производственных компаний, частных предпринимателей, занимающихся широкоформатной печатью. Появление печатных машин китайского производства на российском рынке можно объяснить очень просто: рынок наружной рекламы этой страны давно стал крупнейшим во всём мире. И хотя изначально китайские принтеры отличались отсутствием каких-либо плюсов в технологическом отношении, сегодня они располагают серьёзным производством по сборке оборудования и при достаточно низкой цене не уступают по качеству своим западным аналогам. Большинство крупных производителей широкоформатного оборудования уже открыли на территории России собственные представительства и заключают с российскими компаниями договоры о прямой дистрибуции своих машин. Причин этому несколько: во-первых, конкуренция между поставщиками обостряется с каждым годом, а во-вторых, бурное развитие рынка не прошло мимо их внимания, и теперь каждый стремится занять на нём свою нишу. А один из верных путей к успеху — это возможность стать ближе к клиенту.

Принтеры полноцветной печати большого формата делятся на несколько основных групп в зависимости от типа чернил.

Водные

В качестве чернил используются водорастворимые органические красители на водной основе. Такие чернила применяются для высококачественной печати с высоким разрешением и наиболее правильной цветопередачей только для интерьерной печати, так как имеют самую низкую светостойкость и к тому же не ложатся на полимерные материалы без специального покрытия, которое не даёт чернилам растекаться на поверхности материала. Это спецпокрытие не является водостойким и требует дополнительного ламинирования. Но даже УФО-ламинат не намного продлевает срок службы подобных изображений. Примерный срок службы внутри помещений составляет примерно 2–2,5 года, вне помещений — 0,5 года максимум, с учётом ламинирования — около года. Данный вид печати является высококачественным по цветопередаче и разрешающей способности.

Сольвентные

Эти чернила представляют собой коллоидный раствор (по-другому — взвесь частиц) пигмента в растворителе, за счёт чего образуется эмульсия. Пигменты могут быть органическими и неорганическими. Последние обладают самой высокой светостойкостью, но выбор цветовой гаммы среди них ограничен по сравнению с органическими. Поэтому в производстве чернил в основном используют органические пигменты со средней светостойкостью 2,5–3,5 года в зависимости от производителя и подбора ими цветовых составляющих пигмента. Благодаря этому сольвентные чернила широко применяются для печати наружной рекламы. Для интерьерной печати их используют редко, так как в яркости и насыщенности цветов они существенно уступают водным.

Экосольвентные

Экосольвентные чернила — это нечто среднее между водными и сольвентными чернилами. Они содержат небольшое количество органических растворителей, благодаря чему являются более безопасными в работе, умеренно ложатся на ПВХ-материалы. Для них рекомендуется использовать материалы со специальным покрытием. Их светостойкость выше, чем у водных чернил, но значительно ниже, чем у сольвентных. Срок службы печати такими чернилами вне помещений без ламинации составляет 3–6 месяцев, на материалах со спецпокрытием (водо- и УФО-стойкими) он увеличивается до 2 лет.

Масляные

Масляные чернила, как видно из названия, в основе своей имеют масло. Для цветовой составляющей используются жирорастворимые органические красители или обычные дисперсные пигменты. Они безвредны для человека, очень насыщенны по цвету, но весьма привередливы к носителю (необходимо, чтобы он имел соответствующую пропитку, иначе чернила не будут впитываться в материал, вместо ламинации для масляных чернил используется специальная аппретирующая жидкость, которая наносится после печати изображения). Срок службы такого изображения на улице в среднем не превышает даже полугода, поэтому чаще масляные чернила используют для интерьерной печати.

УФ-отверждаемые

УФ-принтеры могут печатать по гибким материалам до 2 мм с рулона и по твёрдым материалам толщиной до 10 см. Использование УФ-отверждаемых чернил обеспечивает принтерам ряд существенных преимуществ по сравнению с традиционными сольвентными и экосольвентными аппаратами. К достоинствам УФ-принтеров следует отнести:

— устойчивость изображения при наружном экспонировании — до пяти лет;

— широчайший спектр запечатываемых материалов, который намного превосходит перечень материалов для сольвентных машин (помимо обычной бумаги, плёнок и баннера УФ-принтеры печатают на стекле, пластиковых листах, металле, дереве и других материалах);

— предельно низкий расход чернил (от 5 мл на 1 м^2 в производственном режиме);

— экологичность производства.

Один из важнейших факторов при выборе промышленного принтера — это себестоимость изготавливаемой на нём продукции. Большая популярность сольвентных принтеров во многом связана именно с этим показателем. Низкая себестоимость достигается возможностью аппаратов печатать на неподготовленных материалах и относительно небольшой ценой на сольвентные чернила. С этой

точки зрения УФ-принтеры занимают тоже весьма достойное место. Они наименее привередливы к свойствам запечатываемой поверхности, что позволяет использовать для печати самые дешёвые материалы. Что касается чернил, то здесь нужно учитывать два фактора: расход чернил на квадратный метр и их стоимость за литр. По показателю расхода чернил УФ-принтер в несколько раз эффективнее сольвентных аппаратов. Одна из причин этого — разные принципы закрепления чернил на материале. Сольвентные чернила высыхают благодаря быстрому испарению содержащегося в них растворителя. Таким образом, часть массы чернил остаётся на материале, а часть улетучивается в окружающую среду. При закреплении УФ-чернил вся красочная масса остаётся на материале, так как процесс испарения отсутствует — он замещён процессом УФ-полимеризации. Если же говорить о стоимости за литр, то на сегодняшний день она пока выше стоимости сольвентных чернил. Однако основная причина этого — новизна ультрафиолетовой технологии. Как всегда происходит в мире цифровой печати, новые технологии стоят дорого, но быстро дешевеют. Для подтверждения этого факта достаточно вспомнить историю изменения цен на сольвентные чернила, которые за 1,5–2 года очень сильно подешевели. Таким образом, сегодня более высокая цена УФ-чернил компенсируется их меньшим расходом.

В сегменте широкоформатных принтеров существует конкуренция между технологиями сольвентной и УФ-печати. Сегодня производители предлагают струйные машины, сочетающие обе технологии. Об одной из таких машин читайте в материале «Сувенирная революция».

В конкурентной борьбе полиграфических предприятий наличие современного оборудования является важной, но далеко не единственной составляющей успеха. Улучшение качества сервиса, более короткие сроки исполнения заказов и гибкие цены на услуги — инструменты работы на рынке со здоровой конкуренцией, которая и диктует требования к освоению новых технологий.

При подготовке статьи использованы материалы PaperPrint

ОБСЛУЖИВАНИЕ И РЕМОНТ ТЕХНИКИ
xerox

ФОРТ Диалог

+ 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

Цифровая печать под контролем

Повышение и поддержание постоянно высокого качества полиграфической продукции — задача номер один для каждого полиграфического предприятия. И, тем не менее, из года в год проблема остаётся актуальной. Четвёртого сентября в демозале «Смарт-Т» прошёл семинар с участием «Апостроф» и X-rite, посвящённый контролю качества цифровой печати.

Менеджер-технолог компании «Апостроф» Дмитрий Кобзарь в мельчайших подробностях продемонстрировал приёмы работы со спектрофотометром i1Pro 2 и ПО i1Profiler. В отличие от предыдущей модели новый прибор работает быстрее, а при сканировании вручную с помощью линейки менее чувствителен к рывкам. Основанное на успехе спектрофотометра X-Rite i1Pro, который более 10 лет сохранял позиции отраслевого стандарта де-факто, новое усовершенствованное устройство было изменено с учётом повышения точности, универсальности, эргономики, функциональности. Для измерения одиночных элементов имеется специальная насадка, превращающая спектрофотометр в классическую «лягушку». Новая конструкция источника света позволяет проводить измерения в трёх стандартизированных условиях измерения (ISO 13655 M0 — без фильтра, ISO 13655 M1: — источник света D50, ISO 13655 M2: — фильтр UV–Cut) и использовать функцию компенсации оптического отбеливателя (Optical Brightener Compensation (OBC)) без замены фильтров или без использования второго прибора. Лучшая температурная стабильность и более высокий уровень воспринимаемой прибором яркости улучшают измерения в режиме эмиссии, что приводит к лучшим результатам калибровки и профилирования мониторов и проекторов.

Слушатели смогли ознакомиться со всеми этапами цветокалибровки цифровых печатных устройств, построением и применением ICC-профилей. Было рассказано о таких тонкостях построения профилей печати, как, например, выбор оптимального числа эталонных элементов и их взаимное расположение. Оказывается, правило «чем больше — тем лучше» в данном случае не действует: лишняя работа не только отнимает время, но способна даже ухудшить результат печати. Датчик обнаружения позиционирова-

Основные преимущества и улучшения нового программного обеспечения i1Profiler.1.5

— Функция калибровки мониторов: улучшена поддержка колориметром i1Display Pro всех современных дисплейных технологий, таких, как LED, плазма, LED-подсветка с красно-зелёным фосфором (RG phosphor), OLED и расширенный цветовой охват.

— Калибровка сканеров: помимо стандартных шкал (ColorChecker Classic, ColorChecker Digital SG, IT 8.7/2, слайды 4 x 5 и 35 мм IT 8.7/1) в модуле профилирования сканеров добавлена поддержка шкал HutchColor (HCT).

— Калибровка и профилирование RGB- и CMYK-принтеров и печатных устройств: появилась функция построения Device Link-профилей, поддержка шкал Ugra/Fogra CMYK v3 LFP для широкоформатной печати и поддержка режима измерения M1 для i1iO.

ния i1Pro 2 обеспечивает точное позиционирование прибора при измерении на специальных материалах и отпечатках низкого разрешения. Что позволяет измерять поля меньших размеров (до 7 мм) в ручном режиме и при одном измерении получать данные сразу во всех трёх режимах: M0, M1 и M2, необходимые для компенсации оптического отбеливателя.

Гости семинара узнали, когда надо использовать УФ-фильтр на спектрофотометре и как выбирать профиль в зависимости от освещения, при котором будет эксплуатироваться изделие. Обсуждалась проблема цветового пространства, в котором лучше работать при подготовке файлов к цифровой печати.

Особый интерес участников вызвала проблема максимального красочного покрытия: эта величина по-разному регулируется RIP принтера и программой профилирования. Дмитрий Кобзарь особо рекомендовал к использованию уникальную функцию i1Profiler — «Полное цветоделение чёрного». Это не совсем понятно переведённое название присвоено функции, аналог которой давно имеется в офсетной печати: цветоделение производится с максимальным использованием чёрной краски. Хотя в некоторых случаях её лучше не использовать — например, при низком разрешении печати изображение визуально ухудшается.

В цифровой печати, в отличие от офсетной, остаётся ещё место для субъективной оценки и даже своего рода «шаманства». Это особенно относится к самым проблемным для цветокалибровки материалам — светорассеивающим материалам, работающим на просвет. Главная трудность в том, что стандартные спектрофотометры измеряют характеристики отражённого света. А при попытке использовать те же профили, что и для непрозрачных материалов, изображение получается ненасыщенным: например, вместо чёрного получается серый цвет. Дмитрий Кобзарь рекомендует для получения такого профиля брать за основу профиль обычной самоклейки. Затем практически «на глаз», то есть на основе собственного опыта, строятся калибровочные кривые с целью увеличить количество чернил. При этом в случае ошибки появляются дефекты в градиентах. Чем больше опыта у оператора или дизайнера, тем реже они ошибаются и меньше требуется попыток для получения качественного результата.

Отсутствие строгих стандартов в «цифре» связано и с тем, что производители чернил, в отличие от производителей офсетных красок, стараются получить не стандартный продукт определённого цвета, а такой, который привлечёт клиентов. И если он при этом не будет похож на чернила конкурентов — тем лучше. Поэтому дизайнер или оператор, к счастью или нет, ещё могут полагаться на свой вкус и применять «хитрые» приёмы — например, использовать разные профили для векторных и растровых объектов на одном и том же изображении.

Разумеется, поставщики не забыли напомнить клиентам, что профили надо периодически обновлять: новые партии чернил могут отличаться от предыдущих, меняется климат в помещении.

На семинаре была предоставлена и информация о стоимости разных решений с i1Pro 2. Как заявляют поставщики, возврат инвестиций происходит примерно в течение года (или даже быстрее) за счёт экономии материалов и чернил. Но самое главное — появляется возможность работать с требовательными к цвету клиентами.

Вся новая линейка продуктов, состоящая из X-Rite i1Basic Pro 2, i1Photo Pro 2, i1Publish Pro 2 и i1Publish, отличается новаторскими технологиями и современным программным обеспечением.

Гости семинара проявили живой интерес к изложенному материалу и задали немало вопросов как по измерительному оборудованию, так и по ПО: некоторые слушатели записали многочасовую беседу на диктофоны.

По материалам компании X-Rite, «Апостроф», «СМАРТ-Т» и портала www.publish.ru

Дмитрий Кобзарь:

— Профили Device Link особенно полезны для стабилизации процесса печати и/или экономии чернил при преобразовании CMYK. Эти профили дополняют «обычные» ICC-профили. Они конвертируют цвета напрямую из одного цветового пространства в другое, без использования промежуточных цветовых пространств. Они также применяются для ограничения использования цветных чернил в пользу большего количества чёрных для стабилизации процесса печати и/или экономии чернил. Это основная ценность этой технологии в офсетной печати. Использование профилей Device Link также помогает достичь повышения качества, особенно для преобразований RGB-в-RGB или RGB-в-CMYK. В результате получаются чистые насыщенные цвета и внешний вид цвета, аналогичный исходным данным RGB.

Из чего же сделана хорошая полиграфическая продукция?

Сегодня одним из основных требований к полиграфической продукции является уникальность, возможность создания продукции с неповторимыми свойствами: для этого применяются нетрадиционные материалы, специальные виды печати и их сочетания, оригинальные решения в плане лакирования. Компания «ОктоПринт Сервис» располагает огромным ассортиментом расходных материалов для воплощения самых головокружительных полиграфических идей. В этом номере мы подробнее расскажем о полотнах для листовой печати.

Полотно Aquamarine® CARAT

Aquamarine® CARAT разработан специально для печати по упаковке и жести, но может применяться и для других запечатываемых материалов, используемых в листовом офсете. Полотно отличается строением каркаса, который минимизирует возможности растяжения и усадки полотна. Материал имеет продолжительный срок службы благодаря хорошей стойкости к продавам, а также высокую стойкость к рельефообразованию.

Цвет	синий
Маркировка	коричневая нить указывает направление долевой нити; штамп Phoenix с артиклем и серийным номером
Толщина	Арт. 306: 1,96 мм
Растяжение 500 Н/50 мм	≤ 1,0%
Компрессионность при 1350 кПа	ок. 11%
Разрывная нагрузка	≥ 3 500 Н/50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2%
Общая твёрдость	ок. 76 по Шору А
Твёрдость верхнего слоя	ок. 56 по Шору А
Шероховатость (Rz)	5–7 мкм
Шероховатость (Ra)	1,0 мкм

Полотно Tourmaline® CARAT

Tourmaline® CARAT предназначен для высокоскоростной листовой офсетной печати. Специальная шлифовка поверхности снижает накопление краски и бумажной пыли и позволяет достичь оптимального QR-эффекта. Новый резиновый клей увеличивает связь с малорастяжимым тканевым слоем и обеспечивает необходимую устойчивость на высоких скоростях в листовом офсете.

Цвет	зелёный
Маркировка	коричневая нить указывает направление долевой нити; штамп Phoenix с артиклем и серийным номером
Толщина	Арт. 374: 1,70 мм Арт. 376: 1,96 мм
Растяжение 500 Н/50 мм	≤ 0,9%
Компрессионность при 1350 кПа	ок. 10%
Разрывная нагрузка	≥ 4 500 Н/50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2%
Общая твёрдость	ок. 77 по Шору А
Твёрдость верхнего слоя	ок. 52 по Шору А
Шероховатость (Rz)	5–7 мкм
Шероховатость (Ra)	1,0 мкм

Офсетное компрессионное резино-тканевое полотно Litho-HC

Особо прочный тканевый каркас благодаря double twist — двойному переплетению тканевых волокон — легче монтируется на цилиндр (особенно малого формата), а также имеет меньшую величину растяжения, благодаря чему уменьшается необходимость подтяжки полотна. Материал имеет компрессионный слой с закрытыми ячейками, которые работают по принципу избыточного давления. Эта новая разработка позволяет полотну быстро восстанавливаться и снижает остаточную деформацию.

Цвет	сине-зелёный
Твёрдость по Шору (поверхности)	63 Shore A
Твёрдость по Шору (полотна в целом)	80 Shore A
Тип печатающей поверхности	шлифованная, R 4 µm
Растяжение	0,9%
Толщина	1,69; 1,95 мм
Компрессионность	0,207 мм при 1350 кПа

Универсальное полотно Nephrite® CARAT

Четырёхслойное компрессионное резино-тканевое полотно для печати на листовых офсетных машинах, работающих со скоростью до 8 000 оттисков/час, позволяет достичь высокого качества печати на различных материалах. Верхний слой полотен Nephrite обладает высокой стойкостью к механическому износу и воздействию растворителей, также имеет улучшенную краскопередачу по сравнению с предыдущим поколением офсетной резины. Компрессионный слой, состоящий из замкнутых пор, заполненных сжатым воздухом, равномерно распределяет давление и обеспечивает быстрое восстановление офсетной резины после снятия нагрузки. Высокая доля упругоэластичных деформаций позволяет печатать с минимальной деформацией декеля при минимально возможном давлении в печатной паре, что повышает срок службы. Специальная шлифовка поверхности обеспечивает отличную краскопередачу, оптимальную передачу растровых точек и равномерную пропечатку плашек.

Цвет	светло-зелёный
Маркировка	коричневая нить указывает направление долевой нити; штамп Phoenix с артиклем и серийным номером
Толщина	Арт. 306: 1,96 мм
Растяжение 500 Н/50 мм	≤ 1,0%
Компрессионность при 1350 кПа	ок. 11%
Разрывная нагрузка	≥ 3 500 Н/50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2%
Общая твёрдость	ок. 76 по Шору А
Твёрдость верхнего слоя	ок. 56 по Шору А
Шероховатость (Rz)	5–7 мкм
Шероховатость (Ra)	1,0 мкм

Универсальное полотно Topaz® CARAT

Универсальное 4-х-слойное офсетное полотно высокой прочности отличается промежуточным компрессионным слоем, который вместе с устойчивой поверхностью обеспечивает превосходный результат в печати, а также увеличивает срок службы полотна. Стойкость к набуханию полотна Topaz® CARAT позволяет достигать стабильных хороших результатов при использовании гибридных красок.

Цвет	синий
Маркировка	коричневая нить указывает направление долевой нити; штамп Phoenix с артиклем и серийным номером
Толщина	Арт. 396: 1,96 мм
Растяжение 500 Н/50 мм	≤ 0,9%
Компрессионность при 1350 кПа	ок. 10%
Разрывная нагрузка	≥ 4 500 Н/50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2%
Общая твёрдость	ок. 80 по Шору А
Твёрдость верхнего слоя	ок. 59 по Шору А
Шероховатость (Rz)	5 мкм
Шероховатость (Ra)	0,6 мкм

Полотно для УФ-печати Ruby® CARAT

Материал является в современной офсетной УФ-печати ведущим продуктом и зарекомендовал себя уже в свыше 90 странах мира. Полотно отличается не только устойчивым к УФ-воздействию печатным слоем, но и промежуточным компрессионным слоем, который обеспечивает превосходный результат в печати, а также увеличивает срок службы полотна.

Цвет	красный
Маркировка	коричневая нить указывает направление долевой нити; штамп Phoenix с артиклем и серийным номером
Толщина	Арт. 327: 1,70 мм Арт. 329: 1,96 мм
Растяжение 500 Н/50 мм	≤ 0,9%
Компрессионность при 1350 кПа	ок. 9%
Разрывная нагрузка	≥ 4 500 Н/50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2%
Общая твёрдость	ок. 78 по Шору А
Твёрдость верхнего слоя	ок. 55 по Шору А
Шероховатость (Rz)	6 мкм
Шероховатость (Ra)	0,9 мкм

Лакировальное полотно Grand Canyon® CARAT

Полотно отвечает всем требованиям для выборочного и сплошного лакирования. Компрессионный слой позволяет легко и качественно вырезать форму как вручную, так и на режущих плоттерах. Новый 4-слойный каркас гарантирует возможность использования полотна при повторных тиражах. Новый печатный слой полотна Grand Canyon® позволяет одинаково хорошо работать как с ВД-, так и с УФ-лаками. Глубина рельефа Canyon® составляет ≥ 0,7 мм.

Цвет	голубой
Маркировка	коричневая нить указывает направление долевой нити; штамп Phoenix с артиклем и серийным номером
Толщина	Арт. 352: 1,96 мм
Растяжение 500 Н/50 мм	≤ 0,9%
Компрессионность при 1350 кПа	ок. 10%
Разрывная нагрузка	≥ 4 500 Н/50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2%
Общая твёрдость	ок. 78 по Шору А
Твёрдость верхнего слоя	ок. 59 по Шору А
Глубина рельефа	≥ 0,7 мм
Шероховатость (Rz)	5 мкм
Шероховатость (Ra)	0,6 мкм

Также в ассортименте компании «ОктоПринт Сервис» есть полотна для ролевого офсета. Подробнее о них читайте в следующем номере.

Подготовила Юлия Раильченко

Печать на жёстких и хрупких, мягких и тонких материалах

Запечатываемых материалов, на которых проводят печать с использованием полиграфических технологий, великое множество. И только бумага создаётся с учётом требований технологий печати и производится специально как запечатываемый материал для полиграфии. Даже картон — та же самая бумага по составу и технологии производства, но более толстая и жёсткая, создаётся и производится как упаковочный материал с учётом требований упаковки. Все остальные материалы, на которых проводится печать, создаются без учёта требований технологий печати, хотя, если быть точным, у некоторых материалов одна из поверхностей создаётся с учётом требований полиграфии, например, этикеточная и упаковочная бумага, некоторые сорта упаковочного картона, фольги или полимеров.

Разнообразие можно классифицировать

Запечатываемые материалы можно классифицировать с учётом разных функциональных параметров. Для нас параметры, определяющие качество печати или как минимум возможности проведения печати, являются определяющими.

Микро- и макроструктуры поверхности запечатываемого материала являются самыми значимыми факторами переноса изображения в процессе печати и его закрепления на запечатываемой поверхности. Перенос изображения может быть осуществлён с использованием красящего вещества — чернила, краска, лак, тонер, фольга — или без красящего вещества при помощи создания рельефа — блинтовое тиснение и Брайлевская печать (печать книг для слепых).

Следовательно, запечатываемая поверхность должна воспринять красочное или рельефное изображение, созданное красящим веществом или рельефом формы тиснения, и сохранить это изображение на длительный срок, определяемый назначением и практикой. Особое требование к структуре запечатываемого материала в целом — не разрушаться в процессе переноса изображения на запечатываемую поверхность.

Микроструктура запечатываемой поверхности определяет восприятие и закрепление изображения на материале. С точки зрения технолога и технологии печати микроструктура может быть впитывающая, невпитывающая и гибридная (полувпитывающая, например, поверхность особоглянцевой и глянцевой бумаги).

Макроструктура запечатываемой поверхности выдвигает определённые требования к средствам переноса изображения. С точки зрения полиграфических средств печати макроструктура может быть конечная (листы) или бесконечная (лента, смотанная в рулон) и замкнутая конечная поверхность геометрических или природных тел.

Как уже было отмечено, технологии печати предъявляют и специальные требования, определяющие возможности проведения переноса изображения, к объёмной структуре запечатываемого материала — структура может деформироваться, но не должна разрушаться частично или полностью при переносе изображения на её поверхность — разрыв, раскол, прокол, растрескивание или смятие недопустимы. С точки зрения технологии печати объёмная структура запечатываемого материала бывает:

— недеформирующаяся без пластичных деформаций — жёсткая и хрупкая (высокая вероятность раскола в процессе переноса изображения);

— деформирующаяся с пластическими деформациями — мягкая (высокая вероятность смятия в процессе переноса изображения) и тонкая (высокая вероятность разрыва или прокола в процессе переноса изображения);

— гибридная (полужёсткая, эластичная) с упругими (динамическими) и пластическими деформациями без опасности разрушения материала.

Классификация облегчает понимание и упрощает выбор

Запечатываемые материалы с впитывающей поверхностью хорошо воспринимают, впитывая красящие вещества, и надолго закрепляют их в виде изображения. С этими материалами при печати проблем почти нет, если они не очень тонкие, чтобы растягиваться, рваться и прокалываться при печати, или, если они не очень мягкие, чтобы сминаться.

Запечатываемые материалы с невпитывающей поверхностью воспринимают красящие вещества, имеющие высокую липкость, и надолго закрепляют их в виде изображения. Для этой цели созданы фолиевые краски, чернила на быстроиспаряющихся растворителях, фольгу со специальным клеевым слоем. С этими материалами при печати проблем почти нет, если они не очень тонкие, чтобы растягиваться, рваться и прокалываться при печати, если они не очень мягкие, чтобы сминаться, или, если они не очень хрупкие, чтобы трескаться и раскалываться.

Запечатываемые материалы с гибридной (полувпитывающей) поверхностью воспринимают красящие вещества как за счёт впитывания, так и за счёт липкости и надолго закрепляют их в виде изображения. Для печати используют фолиевые краски, чернила на быстроиспаряющихся растворителях, фольгу со специальным клеевым слоем. С этими материалами при печати проблем почти нет, если они не очень тонкие, чтобы растягиваться, рваться и прокалываться при печати, если они не очень мягкие, чтобы сминаться, или, если они не очень хрупкие, чтобы трескаться и раскалываться.

Для печати на жёстких и гибридных (полужёстких, эластичных) материалах используют листовые печатные машины и технологии печати с низким давлением печати (плоская печать — литография, фототипия, тампопечать, трафаретная печать и шелкография), эластичными

печатными формами (флексография, трафаретная печать, шелкография) или эластичными промежуточными поверхностями передачи изображения (все офсетные технологии и тампопечать).

Для печати на тонких материалах с малой вероятностью разрыва используют традиционные двухцилиндровые рулонные печатные машины (для офсетных машин — трёхцилиндровые или построенные по схеме «резина к резине»).

Для печати на тонких материалах с большой вероятностью разрыва используют печатные машины планетарного построения (более трёх цилиндров печатного аппарата).

Для печати на очень мягких и хрупких материалах с большой вероятностью разрушения, имеющих плоскую поверхность, используют:

1) бесконтактные технологии печати (струйная печать, трафаретная печать с использованием спрея для нанесения красящего вещества на поверхность запечатываемого материала);

2) контактные технологии печати с минимальным давлением печати — фототипия, тампопечать, флексография, термоперенос (термотрансферная печать) и электрография для нанесения красящего вещества на поверхность запечатываемого материала в виде плоскости (стекло, CD-диски, гофрокартон, одежда).

Для печати на очень мягких и хрупких материалах с большой вероятностью разрушения, имеющих сложную поверхность,— замкнутая конечная поверхность геометрических или природных тел (ёлочные игрушки, осветительные тела, куриные яйца, пинг-понговые шарики), используют:

1) контактные технологии печати с минимальным давлением — тампопечать при малых площадях печати и термоперенос (термотрансферная печать) — при больших площадях, например, на кепках;

2) бесконтактные технологии печати — струйная печать, трафаретная печать с использованием спрея для нанесения красящего вещества на поверхность запечатываемого материала в виде слабоизогнутых (вогнутых или выпуклых), почти плоских поверхностей;

3) трафаретная печать или шелкография для нанесения красящего вещества на внешнюю поверхность запечатываемого материала в виде цилиндра, шара, конуса — геометрические тела вращения;

4) струйная печать и тампопечать для выпуклых поверхностей с неправильной выпуклой геометрической формой;

5) только тампопечать для вогнутых поверхностей.

Каширование — заклеивание готовых оттисков из бумаги или непрозрачной плёнки на плоскости гофрокартона, деревянных и плитах из деревянной стружки, на строительных материалах; в последнее время широко используется, чтобы не проводить печать на этих материалах.

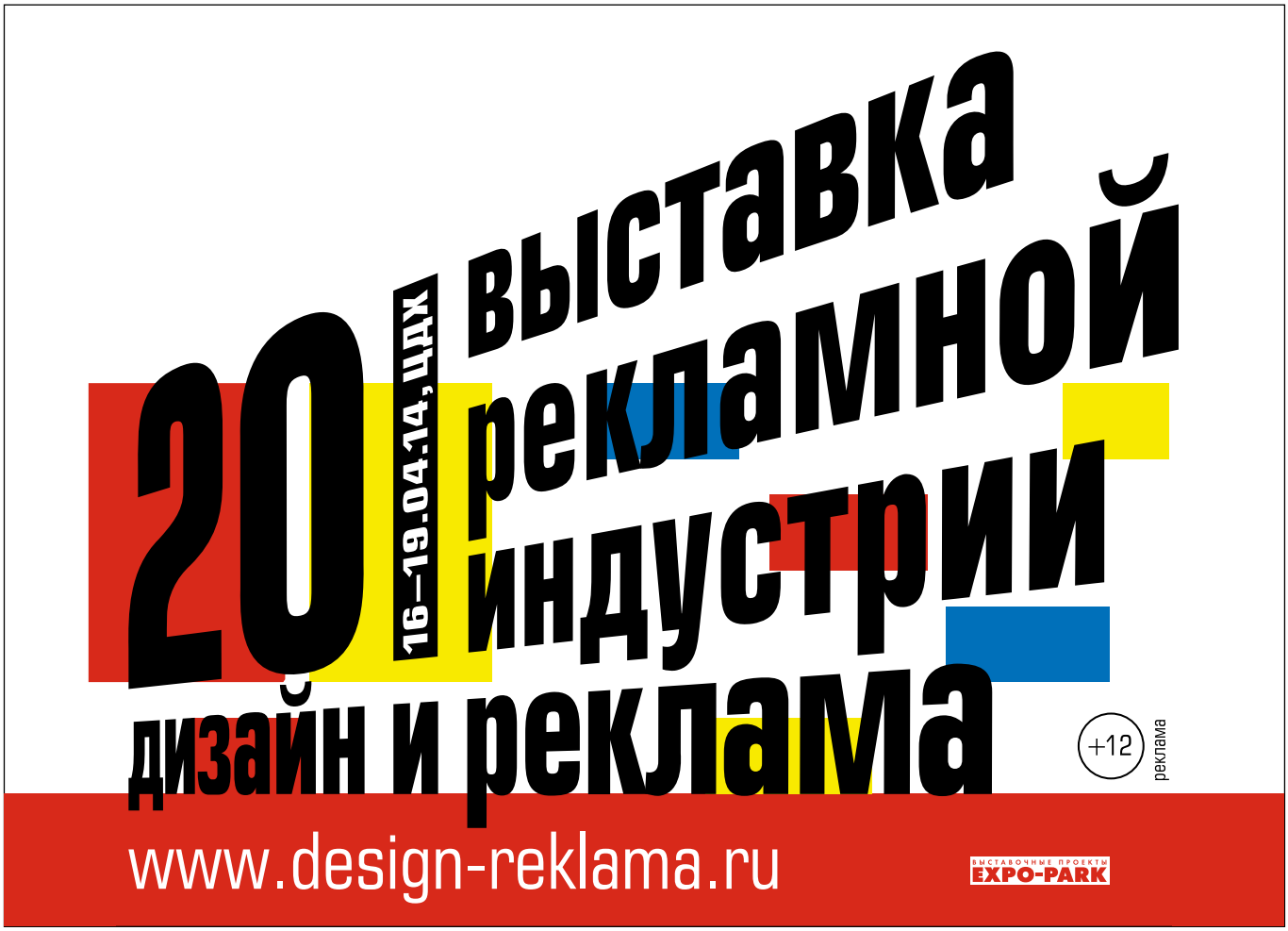
Сегодня изготовленные на самоклейке или термоплёнке этикетки широко заменяют процесс печати на упаковке из стекла и пластика или на промышленных и природных телах — ёлочных игрушках, ампулах, пасхальных яйцах, апельсинах и арбузах.

У каждой пташки свои замашки

Нет плохих технологий печати и плохих запечатываемых материалов. К каждому материалу можно подобрать или создать соответствующую технологию печати. У каждого из них свои особенности и требования. Необходим правильный выбор и сочетаемость технологий, особенности структуры поверхности (микрогеометрия) и формы поверхности (макрогеометрия) запечатываемого материала.

В этом и заключается проблема: знать и выбрать!

Стефан Стефанов. к. т. н.,
технолог-полиграфист,
профессор РУДН, stefanin@mail.ru



Положение о конкурсе профессионального мастерства «ПринтМастер-2013»

1. Общие положения

Конкурс профессионального мастерства для полиграфических предприятий «ПринтМастер-2013» организован и проводится Межрегиональным межотраслевым объединением работодателей «Издательско-полиграфический союз Урала и Западной Сибири „ПринтУрал“» и Союзом работодателей полиграфической промышленности Свердловской области.

Целями и задачами конкурса «ПринтМастер» являются:

— повышение качественного уровня рынка полиграфической продукции;

— продвижение новых технологий и оборудования;

— отражение реального состояния дел в полиграфической отрасли;

— выявление потенциала полиграфических предприятий;

— показ профессиональных достижений полиграфистов;

— повышение авторитета полиграфической отрасли;

— поощрение наиболее интересных решений в области создания сложных полиграфических изделий;

— признание профессиональных заслуг работников различных специальностей печатной отрасли;

— пропаганда повышения эффективности корпоративного взаимодействия полиграфических предприятий.

2. Номинации конкурса

Учреждены следующие номинации конкурса «ПринтМастер-2013»: «Золотая литера» и «Общественное признание».

В номинации **«Золотая литера»** рассматриваются работы:

Упаковка и этикетка:

1. Упаковка.
2. Самоклеящаяся этикетка.
3. Гибкая упаковка.

Издательский продукт:

1. Цветной иллюстрированный журнал, отпечатанный на листовой офсетной машине.
2. Цветное непериодическое издание, отпечатанное на офсетной печатной машине (например, каталоги товаров и услуг). Работы не должны быть зарегистрированы как периодическое издание.
3. Цветная газета, отпечатанная на ролевой печатной машине, на газетной бумаге.
4. Высокохудожественное иллюстрированное издание в твёрдом переплёте (книга, альбом).

Рекламная и представительская продукция:

1. Корпоративное издание, годовой отчёт.
2. Комплексное решение рекламно-представительской продукции.
3. Рекламные материалы типографии (корпоративный буклет, брошюра, POS-материалы, сувениры, выполненные из картона и бумаги).
4. Работы, относящиеся к организации времени (календари, ежедневники, планинги и т. п.).
5. Полиграфическая продукция на дизайнерских бумагах.

В номинации **«Общественное признание»** рассматриваются любые полиграфические изделия.

Лучшие работы в этой номинации определяются присутствующими на церемонии по подведению итогов конкурса, для чего на данном мероприятии будет организована соответствующая выставка и процесс голосования.

3. Участники конкурса

Конкурс «ПринтМастер-2013» является открытым. В нём может принять участие любое полиграфическое и издательское предприятие, расположенное на территории Российской Федерации.

Предметом рассмотрения на конкурсе является любая продукция, выполненная с применением полиграфических технологий.

Рекламные агентства, дизайн-студии и другие организации, принимающие участие в создании полиграфических изделий, рассматриваются как партнёры типографий и могут быть отдельно отмечены участниками и организаторами конкурса.

Типографии и издательства, принимающие участие в конкурсе, соглашаются на обнародование работ в проектах, связанных с продвижением конкурса и освещением его результатов.

В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе правообладателей авторских и смежных прав на представленную работу, участник обязуется разрешать их от своего имени и за свой счёт.

Необходимо учесть, что предоставленная на конкурс работа будет доступна широкой общественности.

4. Предприятия, оказывающие помощь в организации и проведении конкурса

Конкурс «ПринтМастер-2013» является открытым для компаний-поставщиков расходных материалов и оборудования для полиграфии. Эти компании могут выступить в качестве партнёров и спонсоров конкурса, осуществлять поддержку конкурса.

Предприятия, желающие выступить партнёрами и спонсорами конкурса «ПринтМастер-2013», оказать ему поддержку, заявляют о своём участии в срок до 1 декабря 2013 года.

5. Место, сроки и порядок представления работ на конкурс «ПринтМастер-2013»

Участники конкурса могут предоставить на конкурс неограниченное количество работ.

Стоимость рассмотрения первой работы составляет 3 000 (три тысячи) рублей (в том числе НДС), указанная сумма перечисляется по следующим реквизитам:

Межрегиональное межотраслевое объединение работодателей «Издательско-полиграфический союз Урала и Западной Сибири „ПринтУрал“»
ООО «Малахит»
ИНН 6670119820
КПП 667001001
ОГРН 1069670118242
ОКПО 95008949 ОКВЭД 22.1
р/счёт. 40702810800261001510
Филиал «ГПБ» (ОАО) в Екатеринбурге
Кор/счёт. 30101810800000000945
В ЕРКЦ Екатеринбурга
БИК 046568945

Стоимость каждой последующей работы составляет 1000 (одну тысячу) рублей.

Работа, выдвигаемая на конкурс, присылается в двух экземплярах. К работе прилагается заявка на участие в конкурсе, заверенная руководителем предприятия.

Конкурсные работы предоставляются до 1 декабря 2013 года по адресу: 620075, г. Екатеринбург, ул. Луначарского, 87.

Работы присылаются по почте, передаются посредством курьерских служб, либо другими удобными для участника конкурса способами.

Полиграфические изделия, предоставляемые на конкурс, не возвращаются. Если ваша работа является уникальной или наличествует только в одном экземпляре и вы хотите получить её назад, ОБЯЗАТЕЛЬНО укажите это в заявке.

Торжественная церемония по подведению итогов конкурса и награждению победителей конкурса «ПринтМастер-2013» состоится 13 января 2014 года на праздновании Дня российской печати в Екатеринбурге.

6. Оргкомитет конкурса

Оргкомитет конкурса «ПринтМастер-2013» выполняет следующие функции:

— принимает конкурсную документацию;

— принимает решение о допуске к участию в конкурсе;

— организует рекламную кампанию конкурса;

— оповещает о ходе проведения конкурса;

— организует работу конкурсного жюри и голосование среди участников заключительного мероприятия, утверждает их решения;

— проводит награждение победителей;

— принимает решения о выпуске необходимой информации по итогам конкурса.

Оргкомитет вправе отказать претенденту в участии на основании несоответствия требованиям настоящего Положения.

Состав оргкомитета конкурса:

— Силин Я. П., вице-губернатор, руководитель администрации губернатора Свердловской области, председатель оргкомитета;

— Федечкин Д. Н., директор департамента печати и массовых коммуникаций губернатора Свердловской области, заместитель председателя оргкомитета;

— Бурова О. В., консультант департамента печати и массовых коммуникаций губернатора Свердловской области, секретарь оргкомитета;

— Пинаев В. Ю., министр промышленности и науки Свердловской области, член оргкомитета;

— Рублёв В. А., президент межрегионального межотраслевого объединения работодателей «Издательско-полиграфический союз Урала и Западной Сибири „ПринтУрал“» и Союза работодателей издательско-полиграфической отрасли Свердловской области, член оргкомитета;

— Подваленчук А. Г., исполнительный директор межрегионального межотраслевого объединения работодателей «Издательско-полиграфический союз Урала и Западной Сибири „ПринтУрал“» и Союза работодателей издательско-полиграфической отрасли Свердловской области, член оргкомитета;

— представители партнёров и спонсоров конкурса, предприятий, осуществляющих поддержку конкурса — члены оргкомитета.

7. Жюри конкурса

Оценка работ производится жюри конкурса на основании соответствующих современному уровню нормативных материалов, стандартов, оборудования и контрольных элементов в области исполнения полиграфической продукции.

Работы оцениваются по следующим критериям:

— качество полиграфического исполнения;

— художественное оформление;

— творческий поиск и новаторство.

В жюри конкурса входят независимые эксперты, обладающие авторитетом в печатной отрасли России. Состав жюри будет объявлен дополнительно.

8. Награждение победителей конкурса

Победителям в номинации «Золотая литера» и «Общественное признание» вручаются дипломы конкурса «ПринтМастер-2013»:

— «Золотой Печатный знак» (первое место);

— «Серебряный Печатный знак» (второе место);

— «Памятный Печатный знак» (третье место).

Победители конкурса также поощряются призами, предоставляемыми спонсорами конкурса и компаниями, осуществляющими поддержку конкурса.

По информации «ПринтУрал»

ПОЛИ техника

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)

САНТАЙ

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

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

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

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
BTL/Промо
Интернет
Пресса
Радио
ТВ
Транспорт
Наружка

ГДЕ ЧТО ПОЧЕМ ®

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 =)

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

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^2
- Форматы: 10 x 15 см, A5, A4, A3, A3+
- 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^2
- Форматы: 10 x 15, A5, A4, A3, ролики: 100, 127, 210, 329 мм
- Совместимость со всеми струйными принтерами
- Отсутствие эффекта коробления

PRINT & STICK PHOTOS

Самоклеящиеся 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 A4
- 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 A4, A3, A3+
- Совместимость со всеми струйными принтерами

POLYGRAPHINTER
russia

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**

Организатор:

MVK
В составе группы компаний ITE

Тел: +7 (495) 935 81 00
E-mail: polygraphinter@mvk.ru

При поддержке:

МОПА