

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ИМПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

Екатеринбург

О ПОЛИГРАФИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО И ИНТЕРЕСНО

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

1 (101) АПРЕЛЬ/2015

Журнал издаётся с 2003 года



9 771727 4825009

**БУМАЖНО-КАДРОВЫЙ ВОПРОС:
«ВСЕМ ВЫЙТИ ИЗ КРИЗИСА!»**

GOLDEN SUN



БУМАГА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ ОТ ИЗОБРЕТАТЕЛЕЙ БУМАГИ

ООО «Европапир»
129110, Москва, ул. Б. Переяславская, д. 46, стр. 2. Тел.: (495) 787-01-50, факс: (495) 926-80-65
www.europapier.ru

Media for Digital Photo LOMOND

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

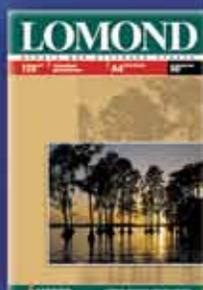
БОЛЬШЕ ЧЕМ РЕАЛЬНОСТЬ

Полная коллекция фотоматериалов
для струйной печати

WWW.LOMOND.RU

PHOTO PAPER

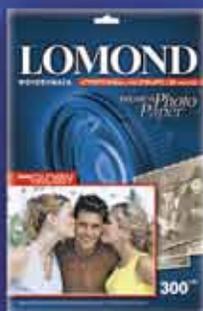
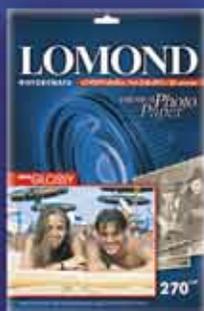
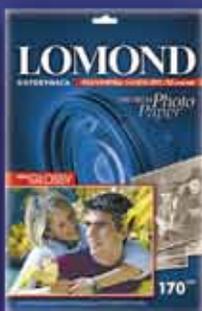
Для печати фотографического качества



- Матовая, шелковистая и глянцевая поверхность
- Инкжетное покрытие
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение до 2880 dpi
- Широкий диапазон плотностей: от 90 до 230 г/м²
- 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/м²
- Форматы: 10 x 15, A5, A4, A3, ролики: 100, 127, 210, 329 мм
- Совместимость со всеми струйными принтерами
- Отсутствие эффекта коробления

PRINT & STICK PHOTOS

Самоклеющиеся фото для альбомов, открыток



- Матовая, шелковистая и глянцевая поверхность
- Инкжетное покрытие
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение до 2880 dpi
- Деленные форматы по 1, 2, 4, 6, 8, 15, 25 фото на листе 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



Дорогие друзья!

Я оптимистка, поэтому уверена, что номер, который вы держите в руках, станет не только информационным источником, но и очередным зарядом бодрости. Действительно, почему бы не радоваться: погода прекрасная, кризис сдаёт обороты, и впереди нас ждёт череда майских праздников. Уверена, что они принесут нам позитивный настрой и отличное настроение.

С Днём Победы вас, дорогие друзья!
Людмила Трошина,
руководитель проекта «Печатный бизнес»

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.

СОДЕРЖАНИЕ

Новости печатного бизнеса

- 4 «Перспективы развития рынка и технологий производства этикетки»
- 4 «Графические системы» совместно с кафедрой полиграфии и веб-дизайна провели семинар
- 6 Сергей Чефранов: «Не хлебом единым...»
- 7 «Разумная экономия материалов в условиях финансового кризиса»
- 7 Постпечатка для офисов — машина выполнит заказ, пока вы пьёте кофе!
- 9 Первый в мире высекальный пресс Promatrix 106 CS от Heidelberg запущен в польской типографии!

Тема номера

- 10 Андрей Тягунов: всё ли решают кадры?

Бумага

- 12 Реклама — двигатель прогресса

Актуально

- 15 Владимир Баландин: что нового на российском рынке бумаги?

Расходные материалы

- 17 Офсетное полотно: новые перспективы рынка

Новинки

- 18 Компания Litek: бренд, воплощённый в металле

Оборудование

- 20 Основные типы конструкций из картона, которые можно клеить на Gluer

В помощь полиграфисту

- 24 Фрактальная модель жизненного цикла товара на рынке

26 Выставки

В НОВОСИБИРСКЕ ПОДВЕЛИ ИТОГИ ВЫСТАВКИ «СИБРЕКЛАМА-2015»



С 24 по 26 марта компания «ГТЕ Сибирь» провела в Новосибирске выставку оборудования, материалов и услуг для рекламы, полиграфии, целлюлозно-бумажной промышленности «СибРеклама-2015».

Оборудование, технологии и матери-

алы для рекламы и полиграфии, а также услуги на выставке представили компании из Новосибирска, Красноярска, Томска, Москвы и Санкт-Петербурга.

В рамках выставки состоялись семинары: «Клеевые технологии и самоклеящиеся материалы для производства рекламных конструкций» от компаний «ЗМ Россия» и «Зенон» и семинар «Почему в кризис нужно покупать брендовую технику и качественные материалы? Как сохранить высокий доход на премиум-продукцию в непростое время». С докладами выступили представитель «Roland-Россия» Андрей Цыганов и представитель «ВеМаТэк» Павел Уставщиков.

Также в рамках выставки прошла 3-я конференция по маркетингу в соци-



альных сетях SMM Siberia от агентства «Макс». На конференции представили кейсы по продвижению в социальных медиа от практикующих специалистов.

www.sibreklama-expo.ru

СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ



huber
group

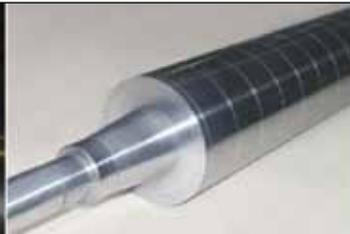
www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

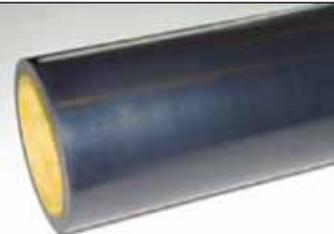
Москва +7 (495) 789-8333
Санкт-Петербург +7 (812) 313-7448
Екатеринбург +7 (343) 253-0608
Ростов-на-Дону +7 (863) 204-0196
Новосибирск +7 (383) 230-2798
Самара +7 (906) 345-4475
Тверь +7 (964) 630-9981
Нижний Новгород +7 (499) 503-0304

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»



Пассеивационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками



Вал для полиграфических машин



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

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

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

«ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА И ТЕХНОЛОГИЙ ПРОИЗВОДСТВА ЭТИКЕТКИ»



Двадцать третьего апреля 2015 года компания «ЯМ Интернешнл» провела семинар в городе Екатеринбурге на интересующую рынок этикетки тему: «Перспективы развития рынка и технологий производства этикетки».

В рамках мероприятия рассматривались как традиционные технологии для печати этикетки — флексография и высокая, так и инновационные и непривычные — цифровая струйная и офсетная. Несмотря на сложные погодные условия в тот день, все участники, желавшие посетить семинар, прибыли вовремя, а это порядка двух десятков клиентов из Екатеринбурга и Челябинска, Нижнего Тагила и Перми.

Фархад Юзикаев, руководитель продаж флексографского оборудования и материалов, уделил внимание как раз традиционным технологиям печати, тенденциям на этом рынке и общей ситуации в стране и мире.

В свою очередь, Максим Барабанов, руководитель направления «Этикетка», познакомил участников встречи с оборудованием японских производителей Miyakoshi и Screen.

Машины Miyakoshi серий MLP и MWL — полуротационные офсетные машины, специально разработанные для печати высококачественной этикетки, которые отличаются быстрой перенастройкой на новую работу и значительным снижением расходов на печатные формы по сравнению с традиционными технологиями.

Также в рамках семинара Максим представил цифровую печатную машину Screen для производства гибкой упаковки и этикетки Truepress Jet L350 UV, обладающую высокой производительностью — до 50 метров/минуту, — которая позиционируется как идеальное оборудование для малых и средних тиражей этикетки — от 1 до 3 000 погонных метров. В сравнении с привычными флексографскими

и иными цифровыми машинами данная система обеспечивает ощутимую экономию времени, средств и материалов. Все желающие смогли подробно рассмотреть образцы печати озвученных выше технологий, сравнить их между собой, задать все интересующие вопросы.

Вообще говоря, слова «экономика» и «экономия» стали ключевыми в проведённом семинаре как со стороны докладчиков от компании-организатора, так и со стороны клиентов.

После окончания официальной части мероприятия сотрудники «ЯМ Интернешнл» московского офиса и уральского филиала смогли уделить время всем заинтересованным клиентам в рамках личных встреч. И это является дополнительным стимулом для организации подобных семинаров и в других регионах нашей страны и за её пределами.

www.yam.ru

«ГРАФИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ» СОВМЕСТНО С КАФЕДРОЙ ПОЛИГРАФИИ И ВЕБ-ДИЗАЙНА ПРОВЕЛИ СЕМИНАР

Тринадцатого января 2015 года компания «Графические системы» совместно с Кафедрой полиграфии и веб-дизайна Уральского федерального университета провели ежегодный семинар, посвящённый новым технологиям в области цифровых комплексов на базе известного бренда «Коники Минольта». Семинар открыл старший преподаватель кафедры Тарасов Дмитрий Александрович. Он рассказал о том, что на сегодняшний день представляет собой Кафедра полиграфии и веб-дизайна, какие серьёзные достижения были сделаны сотрудниками кафедры в последнее время, а также поделился планами на 2015 год. После этого собравшиеся прослушали доклад коммерческого директора компании «Графические системы» Игоря Степанова, он рассказал о тенденциях движения полиграфического рынка — от традиционного офсетного до цифрового. Много внимания



было уделено профессиональным полноцветным комплексам, которые были представлены «Коники Минольта» на рынке в конце 2014 года. Эти машины существенно опережают по своим возможностям конкурентов. После официальной части Кафедра полиграфии и веб-дизайна по традиции провела «Ярмарку вакансий» для выпускников. На ней присутствовали ведущие типографии города, с директорами которых активно общались будущие выпускники.

В завершение семинара директора типографий и поставщики оборудования обсудили текущие проблемы и перспективы рынка.

В итоге все согласились, что организация таких мероприятий просто необходима, и, возможно, подобный семинар будет проведён в июне 2015 года.

www.grs1.ru



**ГАРАНТИЯ
2 ГОДА**
← НА ВСЁ →
ОБОРУДОВАНИЕ

Термоклеевая машина ЛБС-50 (в экспортном исполнении LBC-50)

Термоклеевая машина ЛБС-50 (в экспортном исполнении LBC-50) сконструирована на основе обобщённого опыта использования профессионального оборудования **в компактном исполнении**. Это означает, что машина может быть использована как в маленьких типографиях и печатных салонах, так и на вполне солидных полиграфических предприятиях (речь, разумеется, идёт об относительно коротких тиражах — от 100 до 3 000–5 000 экземпляров). Наша машина, отличаясь невысокой ценой (всего 299 000 рублей), практически превосходит все известные сопоставимые модели как по уровню функциональности, так и по надёжности отдельных узлов. Главным же её козырем является возможность лёгкой адаптации практически к любому виду продукции и достижения её высокого качества за счёт отказа от теперь уже громоздкой самодельной электроники (установленной на подавляющем большинстве моделей-конкурентов и ограничивающей возможности настроек) и использования промышленного контроллера для чёткого координирования работы отдельных узлов.

Очевидно, что такое техническое решение повлекло за собой усиление требований к механической надёжности отдельных узлов и облегчению их взаимной настройки. В сочетании с высочайшим качеством всех деталей, изготовленных на нашем современном производстве, идеальной сборкой и весьма невысокой ценой — ЛБС-50 является безусловным фаворитом, не оставляющим шансов ни западным, ни восточным конкурентам. Технические решения и идеальность исполнения столь высоки, что мы позволяем показывать её в демонстрационном зале без внешних кожухов, настолько чисто и изящно исполнены как отдельные детали, так и проводка. Посетите наш демонстрационный зал, и вы всё увидите своими глазами!

Термоклеевая машина ЛБС-50 имеет

пневматический привод обжима изделия и пневматический поджим обложки. Последнее позволяет точно регулировать необходимые кондиции корешка. Именно эта конструкция обжимного механизма обеспечивает идеальный переплёт в широком диапазоне рыхлости переплетаемого материала. Регулировка усилия легко осуществляется поворотом клапана давления.

Однако настоящее преимущество достигается в результате использования более прогрессивной электроники. Скорость абсолютно всех этапов цикла легко настраивается с помощью контроллера. Предположим, у вас более плотный (или менее плотный) корешок, чем обычно, и вам следует незначительно увеличить (или уменьшить) время прохождения блока над фрезой. С нашей машиной вы легко можете установить любую необходимую скорость, чтобы достичь желаемого результата. Это же касается каждого элемента цикла. В частности, холостой ход назад, который не регулируется ни на одной из машин этого класса, «съедает» за счёт медленного стандартного хода 1–2 секунды. В нашей машине возврат каретки осуществляется практически мгновенно, что обеспечено сверхнадёжным зубчато-ремённым приводом и его управлением отдельным частотным приводом. Повторим, такого нет ни на одной из сопоставимых машин.

Реверсивный двухсекционный модуль нанесения клея имеет три ролика (а не два, как обычно). Разнонаправленное вращение роликов и дополнительные тонкие регулировки обеспечивают равномерное дозированное нанесение клея по корешку и на боковую часть блока, экономя дорогостоящий клей не в ущерб надёжности переплёта.

На машине стандартно установлена вытяжная система удаления клеевых испарений, подключаемая к общей вентиляции. Дополнительно (опционально) машина

Характеристики
Максимальный формат блока, мм: 310
Минимальный формат блока, мм: 165 x 115
Торшонирувание корешка: да
Максимальная толщина блока, мм: 50
Производительность, блоков/час: 360
Время разогрева, мин.: 30–40
Температурный режим, °C: 100–190
Автоматический режим: да
Фрезерование корешка: да
Устройство удаления дыма: да
Подрезка обложки: нет
Стол-подставка: опция
Вес подставки, кг: 45
Напряжение, В: 220
Мощность, Вт: 1 600
Вес, кг: 140
Габариты (Ш x Г x В), мм: 1310 x 560 x 585
Страна-производитель: Россия

оснащается стальным напольным основанием. Съёмное исполнение тумбы упрощает перемещение и монтаж машины в труднодоступных тесных помещениях.

Машина снабжена удобным сенсорным экраном (на ней вообще нет ни одного тумблера). Все экраны интуитивно понятны, и вам вряд ли понадобится много времени для овладения данной техникой. Просто включите машину, а она вам подскажет, что делать. В случае же возникновения вопросов можно зайти на наш сайт (www.lobachevsky.ru) и либо скачать необходимую инструкцию, либо попросить консультацию нашего специалиста. Все запасные части к машине (как готовые узлы, так и отдельные детали) всегда есть в наличии на складе. Даже через 5 лет вы сможете отремонтировать вашего любимца, если такое потребуется.

Работать машина может как от контакта с экраном, так и от педали.

Не забывайте также, что мы, как производитель собственного оборудования, обладаем возможностью рассрочки платежей. Практически это мгновенный лизинг безременения длительными согласованиями и проверками балансов.

Также возможны варианты покупки новых машин с зачётом старой техники (trade-in).

Купить термоклеевую машину ЛБС-50 по лучшей цене в России и с доставкой в любую её точку вы можете в течение 10 дней. Именно такой срок отгрузки мы гарантируем.

www.lobachevsky.ru

НЕ ХЛЕБОМ ЕДИНЫМ...

Персонаж одной любимой всеми комедии говорил герою: «Береги руку, Сеня!». «Береги руку» — это обращение к сегодняшнему поколению «офисного и прочего планктона», большая часть времени которого проходит в беготне пальцев по клавиатурам.

Настоящие русские бабушки — жители некогда самой читающей страны — обычно дают напутствие внучатам, выпуская их на мороз, иначе: «Надень шапку, береги пальцы по клавиатурам».

Вот в этих простых словах — «береги голову» — глубокий смысл. Порох выдумали не трусливые и ленивые, а умные и усердные, и каменный век закончился не от того, что закончились камни. Голова — это единственный инструмент, способный и предназначенный для того, чтобы продвигать человека по эволюционной лестнице и в общем, и в частном случае.

А мозг нуждается в развитии, в тренировке. Человечество создало великолепный инструмент для этого — текст, на протяжении уже многих веков предстающий в форме печатных книг.

И вот что забавно: за сотню-другую лет люди прошли путь от гусиного пера до шариковой ручки, а вот книга — так и осталась книгой в своём первоначальном конструкторском виде.

Но ничто не стоит на месте. Особенно цены. Новое время приучило нас к тому, что книги стоят дорого. Цены на книги сначала лают, потом кусают, потом прогоняют из магазина. Таково общее мнение, на основе которого одни — не покупают, другие — не печатают.

Я наугад выбирал книги из собственной библиотеки, ориентируясь на одинаковый переплёт, красочность и формат. Получается, что с 1930 года печатная страница подорожала в 204 раза! Причём темп подорожания ускорился с 2000 года. В тренд не укладывается 1952 год, но нужно вспомнить, что это — год денежной реформы. Цифру, очевидно, нужно разделить на 10.

Но если эту условную страницу выразить в цене буханки хлеба или привести к средней зарплате, получится, что выясненное удорожание — условно. Вместо буханки мы можем сегодня купить как минимум в два раза больше текста, а на среднюю зарплату можно начитаться больше, чем в 1978 году при старой цене страницы в полкопейки.

А если привести стоимость не бумажной страницы, а стоимость доступа к электронным библиотекам — примерно 0,26 рубля за страницу, то возможности современного читателя вырастают ещё более. Нужно, конечно, учесть стоимость «читалки» от 4 000 рублей, но это для тех, кто читает много. Для тех, кто читает относительно редко или не то, что выложено в бесплатном доступе, печатный вариант остаётся довольно выгодным.

Итак, сегодня читать дешевле, чем 15 лет назад и раньше. Значит, если печатники



правы и бизнес действительно летит под откос, дело не в книгах, а в читателях.

И это действительно так — за несколько десятилетий читатель изменился. Согласитесь, что с точки зрения большинства потребителей текстов сегодня — Чехов, Куприн, Толстой, даже Агата Кристи или Валентин Пикуль, обладание собраниями которых в СССР считалось признаком статуса, — это не «айс», не «кул» и даже не «круто». Талантливые современники разбиваются о всеобщую тягу к комиксу не меньше классиков — им, талантливым нашим современникам, не стать «нашим всем», как Пушкин.

Возвращаясь к современному способу поглощения информации (а текст, даже стихотворный, это тоже часть информационного потока), приходит на ум сравнение: как некогда в первичном «бульоне» прародители всех организмов бултыхались и, разинув что-то вроде ротовых полостей, глотали всё подряд, нимало не задумываясь, из кого что выйдет через пару-тройку миллиардов лет, так и сегодня миллиарды «читателей» бултыхаются в первичном, но информационном «бульоне», глотая и пропуская через себя всё подряд, нимало не задумываясь, что из них в результате получится и зачем всё это нужно. Чувство голода знакомо всем, а вот гурманом становится не каждый насытившийся.

Почему это так? Всё предельно просто: сегодня работодатель при прочих равных предпочтёт кандидата, который в графе «увлечения» напишет не чтение, а спорт или даже художественное завязывание галстука перед зеркалом. И работодатель будет прав, поскольку именно им — самовлюблённым и амбициозным — предстоит стать агрессивными и успешными менеджерами и торговыми представителями среднего звена, которые всегда в дефиците, ибо они — расходный материал в современной экономике. Сам-то работодатель при этом, скорее всего, находит время для чтения, хотя бы специальной литературы.

Таким образом, массовая книга, конкурирующая с бесплатными гигабайтами разнообразных раздражителей, обречена на бесславную гибель. Вряд ли сейчас возможен проект «народной книги». Что ж, издатели пусть утешатся прогулкой по сохранным лесам.

Но один мудрый человек (не знаю, был ли он писателем или издателем) сказал: «Важны не те книги, которые читают миллионы, а те, что читают единицы, повелевающие миллионами». Так чем же отличается

дешёвый текст, потребляемый миллионами, от дорогого текста, необходимого единицам. Само собой — обложкой и качеством исполнения. Но главное — уникальностью и степенью достоверности информации, содержащейся в тексте. Рецепт блинов на Масленицу не может стоить дорого, поэтому их масса в свободном доступе. Мы, конечно, не говорим здесь о подарочных кулинарных книгах — это вечный, но, наверное, не очень крупный сегмент рынка.

Мемуары же влиятельного человека, или его прижизненная книга о чём-то, что интересует людей его круга, стоят дорого. Даже если в них нет прямых указаний к правильным действиям, в них достаточно «сигналов», уловив которые, чуткий мозг поймёт, что делать, куда бежать, за кого стоять. Олень, осторожно поднимая голову и поводя ушами, ещё не знает, кто там подбирается — волк или охотник. Он просто чувствует, что кто-то подбирается. При таком чтении очень важны навыки, полученные в СССР, — навыки чтения между строк.

Именно степень необходимой достоверности в предлагаемой информации определяет целевую аудиторию книги. Проверка достоверности стоит денег, для этого существуют редакторы и редакции. Именно на эту базовую добавленную стоимость потом накладываются типографские расходы, определяющие внешний вид издания, соответствующий покупательской способности целевой аудитории.

Таким образом, книжный рынок как часть общего информационного и культурного пространства никуда не денется. Читателей, может быть, становится меньше, но именно читатели в силу развитых чтением мозгов становятся богаче. Рынок текстов может распасться на сегменты: бумажные книги, электронные книги, аудиокниги, книги в виде чипов,шиваемых прямо в мозг, — да мало ли что можно придумать, но в суммарном денежном выражении он, скорее всего, будет расти.

Конкуренция между этими сегментами — вопрос технологий. Если типография сможет напечатать бумажную книгу так, чтобы она с выгодой для продавца продавала по 26 копеек за страницу, то количество купивших её в магазине увеличилось бы, а скачавших в свой планшет — уменьшилось. А если бы «читалки» выдавались за рубль при подключении к конкретной электронной библиотеке, то всё было бы наоборот.

Простой рецепт бизнес-счастья — определить целевую аудиторию и выбрать правильное технологическое решение — позволяет не сомневаться в том, что «не хлебом единым жив человек», а новые поколения читателей оплатят труд тех, кто фильтрует для них потоки информации, отделяя зёрна от плевел.

Сергей Чефранов,
генеральный директор компании
«Санрайз»

«РАЗУМНАЯ ЭКОНОМИЯ МАТЕРИАЛОВ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА»



Двадцать третьего апреля в Екатеринбурге состоялся семинар для полиграфистов на тему «Разумная экономия материалов в условиях финансового кризиса».

Организаторами выступили компании «Октопринт Сервис», «Хостманн-Штайнберг РУС», «НЦ Лоджистик» и «Европапир».

Компании «Октопринт Сервис» и «Хостманн-Штайнберг РУС» представили свою концепцию разумной экономии. Тема выступления звучала так: «Актуальные тенденции развития рынка офсетной и цифровой печати. Оптимизация печатных процессов, разумный подход к подбору материалов».

Компания «Европапир» в своём выступлении затронула вопрос оптималь-

ного выбора бумаги и картонов под определённые задачи.

«НЦ Лоджистик» представили индустриальные решения компании «Кодак», выступив с темой «Эффективный бизнес как мировой тренд развития полиграфии».

На семинаре присутствовали типографии из Уфы, Тюмени, Режа, Челябинска, Миасса, Екатеринбурга и Перми.

После семинара состоялся дружеский турнир по боулингу. Разыгрывались призы в 6 номинациях.

1-е место занял **Роман Мавлетов из типографии «ПО Картон» (Екатеринбург)**. В качестве приза от организаторов семинара ему был вручён сертификат на приобретение расходных материалов, а также сертификат на получение

500 кв. м СтР-пластин и подарочные карты в магазин «СпортМастер».

2-е место заняла **Кафедра полиграфии УрФУ**, а именно **Дмитрий Тарасов и Андрей Тягунов**. Они получили сертификат на приобретение расходных материалов и подарочные карты в магазин «СпортМастер».

3-е место занял **Максим Ярославцев из ООО «ИПЦ Экспресс» (Тюмень)**. В качестве приза он получил сертификат на приобретение расходных материалов, сертификат на 250 кв. м СтР-пластин и подарочные карты в магазин «СпортМастер».

Призом зрительских симпатий была отмечена **Светлана Обласова из типографии «Уральский рабочий»**.

Приз за артистизм завоевал **Алексей Русских из типографии «Форт Диалог Исеть»**.

А призом «Воля к победе» была награждена **Надежда Корепанова из типографии «Лазурь»**.

Семинар в Екатеринбурге для наших компаний стал первым в этом году.

Следующий состоится в Краснодаре 21 мая, где к организаторам присоединится компания КВА.

www.oktoprint.ru



ПОСТПЕЧАТКА ДЛЯ ОФИСОВ — МАШИНА ВЫПОЛНИТ ЗАКАЗ, ПОКА ВЫ ПЬЁТЕ КОФЕ!

У сотрудников офисов появилась возможность избавиться от рутинной работы и сэкономить время благодаря новой разработке Konica Minolta!

Финишное устройство, уже включённое в базовую комплектацию bizhub C3850FS, обеспечит выполнение задач по шиванию скрепкой, группировке, сортировке и превосходно подойдёт пользователям, которым необходимо высокотехнологичное устройство, но нет потребности работать с форматом А3.

Надо заметить, что кроме встроенного финишёра среди очень полезных функций у аппарата есть ещё и автоподатчик документов с автоматическим поворотом листа, модуль дуплексной печати и подающие кассеты большого объёма.

Что же касается простоты и удобства, конечно, работникам нужны простые в использовании устройства с интуитивно понятным интерфейсом. Новый аппарат — отличный пример такой системы: прост в настройках, оборудован



большим семидюймовым сенсорным экраном, сходным с экранами смартфонов и планшетов. Понятные, логичные меню и удобный интерфейс не только повышают производительность труда, но и очень нравятся пользователям.

«Новый bizhub C3850FS завершает обновление линейки устройств Konica Minolta формата А4. Благодаря ей на рынке печати скоро будут установлены новые стандарты качества», — говорит Ронья Харсте, продакт-менеджер направления офисной печати подразделения международного маркетинга.

По материалам компании «Урал Минольта»

UPM NORDLAND PAPIER — ГЛОБАЛЬНЫЙ ИГРОК



Завод UPM Nordland Papier, расположенный в посёлке Дерпен (Dörpen) района Эмсланд (Emsland) в Германии, — глобальный игрок как на европейском, так и на мировом рынке производителей качественной бумаги. Две финские компании основали это предприятие в 1967 году для сбыта своей химической целлюлозы. Сегодня около 1 200 человек работают в Дерпене, а производственные мощности завода позволяют выпускать свыше 1,4 млн тонн продукции в год, благодаря чему UPM Nordland Papier относится к числу не просто крупнейших в мире, но наиболее эффективных предприятий, выпускающих полиграфическую бумагу из чистой целлюлозы, как мелованную, так и немелованную.

Компаниям-потребителям бумаги предлагается широкий выбор сортов бумаги для печати (UPM Fine и Finesse) и офисной бумаги (для офисной техники, цифровой печати, для бланков и конвертов). Завод в состоянии производить

около 1 млн тонн бумаги формата фолио и около 250 тысяч тонн бумаги офисного формата.

На фабрике функционируют четыре бумагоделательные машины и две меловальные установки, а также восемнадцать листорезальных машин для резки бумаги на большие форматы (фолио), две линии резки и упаковки бумаги и семь установок для упаковки пачек бумаги.

Охрана окружающей среды является очень важным аспектом деятельности UPM Nordland Papier. Большая часть готовой продукции и сырья доставляется по воде или железной дороге. Завод старается сократить воздействие производства на окружающую среду и строго соблюдает экологические стандарты. Хотя объёмы производства росли последние годы, заводу удалось снизить показатели потребления воды до 4 л/кг бумаги, потребление электричества сократилось на 20% с 2003 года. Завод не вывозит никаких отходов на свалку,

а процент сертифицированного сырья составляет 88%.

В России продажи бумаги, произведённой на фабрике UPM Nordland Papier, осуществляются через московский офис компании. На российском рынке продаётся преимущественно мелованная бумага без содержания древесной массы в листах. С производственной точки зрения завод вполне может удовлетворить запросы российских клиентов относительно спецификации и размеров бумаги. Все заказы от клиентов вносятся в систему и передаются на фабрику в режиме «онлайн».

Большая часть продукции доставляется на грузовиках в порты Гамбурга и Бремерхафена, где грузится на суда и доставляется в Санкт-Петербург для дальнейшей транспортировки на склады клиентов.

Наталья Малашенко, UPM
Фото: UPM
www.upm.ru



ПЕРВЫЙ В МИРЕ ВЫСЕКАЛЬНЫЙ ПРЕСС PROMATRIX 106 CS ОТ HEIDELBERG ЗАПУЩЕН В ПОЛЬСКОЙ ТИПОГРАФИИ



Первый в мире высекальный пресс Promatrix 106 CS от Heidelberg запущен в эксплуатацию в упаковочной типографии Arka-Druk в Польше. На дне открытых дверей гости из других польских типографий узнали о новой модели.

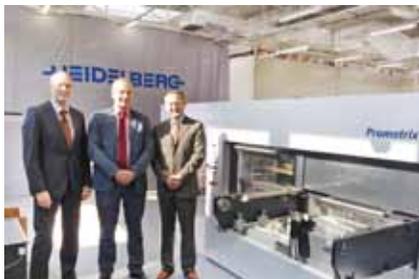
- В Arka-Druk довольны стандартным набором функций и высоким качеством работы высекального прессы.
- Готовы высекальные прессы для поставки другим клиентам в Европе.
- Разработка и производство высекальных прессов совместно с Masterwork Machinery будут продолжены, на очереди новые продукты.

В конце марта польская упаковочная типография Arka-Druk из города Лапы под Белостоком запустила в эксплуатацию высекальный пресс Promatrix 106 CS. На мировую премьеру собрались полиграфисты из Польши, которым продемонстрировали работающую машину и предоставили подробную информацию. Пресс Promatrix 106 CS — первый результат партнёрского сотрудничества, соглашение о котором было достигнуто осенью 2014 года между Heidelberg Druckmaschinen AG (Heidelberg) и китайским производителем Masterwork Machinery Co. Ltd. (МК). Эксклюзивные права на продажу высекальных прессов имеет компания Heidelberg.

В Arka-Druk долго и тщательно тестировали пресс и высоко оценили его высокое качество и широкий набор базовых функций. Arka-Druk основана в 2000 году, в компании работают 70 человек. Типография производит качественную упаковку, в том числе для производителей лекарств и косметики. Решение о приобретении Promatrix 106 CS подкреплялось положительным опытом эксплуатации оборудования Heidelberg — высекального прессы Varimatrix 105 CS и фальцевально-склеивающей машины Easygluer 100. «Нам потребовался новый пресс в связи с постоянным сокращением тиражей и сроков, — объяснил владелец компании Артур Бах. — По результатам испытаний высекальный пресс Promatrix 106 CS оправдал ожидания. Он полностью вписывается в нашу концепцию массового производства с чётко структурированными процессами, гарантирует высокое качество и надёжность».

Новые высекальные прессы Promatrix 106 CS для выпуска продукции короткими и средними тиражами

Впервые пресс Promatrix 106 CS был представлен на мероприятии Packaging



На презентации прессы Promatrix 106 CS присутствовали (слева направо): руководитель направления «Послепечатное оборудование» Heidelberg д-р Франк Шаум, владелец Arka-Druk Артур Бах, руководитель Heidelberg Poland Кшиштоф Пиндрал.

Days, проведённом компанией Heidelberg прошлой осенью на предприятии в Вислох-Вальдорфе. Сильное впечатление на посетителей произвели широкая функциональность, чрезвычайное удобство управления, привлекательное соотношение цены и производительности. Высечка и тиснение выполняются на скорости 8 000 листов/час на формате 760 x 1060 мм. Благодаря быстрой переналадке обеспечиваются высокая производительность и достигаются отличные показатели рентабельности. Широкий выбор материалов включает бумагу весом от 90 до 2000 г/м², гофрированный картон толщиной до 4 мм.

Дальнейшие продажи и новые продукты

«Мы очень рады, что Promatrix 106 CS настолько хорошо был принят заказчиком. Практически готовы к отгрузке и другие машины, уже проданные клиентам в Европе», — сказал д-р Франк Шаум, руководитель сектора послепечатного оборудования в Heidelberg. Менеджеры по продажам Heidelberg работают в тесном сотрудничестве с продукт-менеджерами в МК, и это является гарантией того, что новые продукты полностью отвечают техническим и коммерческим запросам клиентов. «Развитие портфолио продуктов, выпускаемых МК, в среднесрочной перспективе продолжится. Цель в том, чтобы предлагаемые машины и решения гарантировали эффективный выпуск складных картонных коробок и дополнялись сервисом соответствующего уровня», — объясняет Шаум. Также клиенты имеют доступ к глобальной сети продаж и сервиса Heidelberg.

Другую информацию и пресс-релизы «Гейдельберг-СНГ» вы найдёте на сайтах: www.heidelberg.ru, www.heidelberg.com.
Тел.: +7-495-995-04-90 (доб. 283)

НОВЫЕ УСТАНОВКИ ПЕЧАТНЫХ МАШИН HEIDELBERG SPEEDMASTER ПЕРВОГО ФОРМАТА В РОССИИ

Печатные машины Heidelberg формата В1 пользуются заслуженной популярностью у полиграфистов всего мира. Востребованы данные решения и в России — количество печатных машин Heidelberg первого формата растёт.

В первой половине 2015 года планируется запуск двух машин на крупных полиграфических производствах, причём одна будет запущена в компании, специализирующейся на печати упаковки, а другая — в типографии, производящей преимущественно коммерческую продукцию.

На одном из крупнейших российских полиграфических производств — в «Санкт-Петербургской Образцовой типографии» — весной 2015 года начат монтаж печатной машины Speedmaster XL 106-6+L. Эта машина оснащена двумя системами, которые в России устанавливаются впервые: системой мониторинга всего оттиска Prinect Inspection Control и полностью автоматической системой смены стапеля на приёмке.

«Санкт-Петербургская Образцовая типография» уже более 20 лет успешно работает на российском рынке, специализируется на производстве упаковки, рекламной полиграфии и создании POS-материалов.

В московской типографии «Сити Принт» в тот же период специалисты «Гейдельберг-СНГ» приступили к сборке Speedmaster XL 106-8-P, оснащённой технологией LE UV (энергосберегающей УФ-печати), и системой спектрофотометрического контроля цвета и коррективы приводки в линию Prinect Inpress Control. Печать высокорективными УФ-красками позволяет значительно снизить энергопотребление по сравнению с использованием традиционных УФ-красок. Также использование высокорективных УФ-красок обеспечивает отличное качество печати, особенно на немелованных материалах, и позволяет сразу же отправлять оттиски на послепечатную обработку — краска моментально полимеризуется в печатной машине.

«Сити Принт» специализируется на производстве многостраничной коммерческой полиграфической продукции. Типография успешно работает уже более 20 лет, а в 1-й формат производство перешло в 2011 году, когда в работу были запущены 4-красочная офсетная печатная машина Speedmaster XL 105 с камер-рачельной системой лакирования, автоматическая фальцевальная машина Stahlfolder TH 82-4-4K и устройство термального экспонирования печатных форм CTP Suprasetter 105. Очередное обновление парка оборудования — следующий шаг в развитии производственных мощностей и бизнеса компании.

Мы продолжим информировать вас о вышеупомянутых проектах. Следите за новостями «Гейдельберг-СНГ»!



ВСЁ ЛИ РЕШАЮТ КАДРЫ?



Андрей Тягунов

Кадровый вопрос во все времена стоял достаточно остро. И причина этого не только в нехватке обучающего персонала на отраслевых рынках и, как следствие, отсутствии хороших специалистов. В большей степени причина в недостаточной заинтересованности самого работодателя, в его нежелании привлекать потенциального сотрудника какими-либо новыми способами. Ещё хуже обстоит ситуация с удержанием «проверенных» специалистов, тех, кто работает в компании уже много лет и знаком со всеми нюансами деятельности. Работодатель почему-то считает, что проще расстаться со специалистом и найти нового, нежели поднять ему зарплату или пойти в каких-то вопросах навстречу. Всё вышеперечисленное не относится к какой-то конкретной сфере — аналогичная ситуация происходит практически во всех отраслях. Наш гость — Андрей Тягунов, заведующий Кафедрой полиграфии и веб-дизайна Института радиоэлектроники и информационных технологий Уральского федерального университета (Екатеринбург).

— **Добрый день, Андрей Геннадьевич! Сегодня говорить о рынке полиграфии достаточно сложно — ситуация меняется стремительно. Причём мнения о перспективах существования отрасли в целом разнятся — кто-то убеждён, что полиграфия как отрасль в ближайшее время «уйдёт в тень», станет чуть ли не «премиальным сегментом», роскошью. А кто-то, наоборот, уверен в развитии рынка и внедрении новых технологий, оборудования, идей. И в том, и в другом случае всё это повлечёт за собой изменения в кадровой политике. С вашей точки зрения — чего ждать в ближайшем будущем владельцам полиграфического бизнеса? И какие изменения происходят уже сейчас?**

— О каких-то кардинальных изменениях я бы говорить не стал. Да, всё меняется. И это естественно. Особенно сегодня, когда новые технологии появляются чуть ли не ежедневно. Полиграфия — не «закостенелый» рынок, она

очень восприимчива к различным ноу-хау. Хотя, если говорить о флексографской и глубокой печати (печать этикетки и упаковки), то на данный момент здесь ничего существенного не происходит. Правда, нужно учитывать, что печать по впитывающим материалам (способ плоской офсетной печати) постепенно перестраивается на цифровые технологии. Специальные виды печати (трафаретная, тампонная) в ближайшее время тоже почувствуют на себе некоторые изменения — будут вытеснены струйными УФ-принтерами.

— **А если говорить о специалистах — кто сегодня «правит» полиграфическим рынком?**

— Правит тот, кто привлекает заказы. И это не только в полиграфии, но и в любой другой отрасли. На рынке нужно уметь выживать, уметь достойно конкурировать и вовремя чувствовать все появляющиеся (и даже намечающиеся!) изменения.

— **Какие полиграфические специальности сейчас востребованы? Нет ли ощущения, что происходит вытеснение каких-то направлений? Что-то «уходит в тень», что-то не выдерживает той же конкуренции? Или, наоборот, из-за всех происходящих экономических и политических перипетий на рынке появился дефицит специальностей?**

— Конечно, полиграфический рынок не стоит на месте. Здесь всегда требуются менеджеры по заказам, специалисты по допечатной подготовке и технологи.

Я бы сказал, что всё вышеперечисленное — своеобразный костяк, те самые «три кита», на которых держится отрасль. Есть и те, кто «уходит в тень», без таких изменений рынок тоже существовать не может. Уходят некоторые рабочие специальности, на замену им приходят современные цифровые технологии. Так что рынок не оголяется, всё закономерно.

— **Цифровые технологии — это новые специальности, которые, в свою очередь, требуют привлечения специалистов более высокого уровня. Расскажите, какие новые направления специализаций появились недавно? И каковы перспективы их развития?**

— Совсем недавно у нас появилась программа подготовки магистров «Цифровая фототехника». Самый первый её выпуск состоялся в 2014 году. Теперь мы готовим специалистов более высокого уровня, которые могут совмещать компетенции современной профессиональной фотографии и технологии современной печати. Раньше таких практически не было. Но рынок, сами понимаете, требует совершенствования. И мы стараемся не отставать.

— **Сложность с подбором кадров есть практически во всех отраслях. Хороший специалист всегда на вес золота. Ощущается ли подобное в полиграфии? Если да, то почему? Быть может, на рынке нет достойной оплаты, нет интересных предложений? Или у молодых людей, стоящих на пороге**



выбора, падает интерес к полиграфии как к отрасли?

— Всё пропорционально экономической ситуации: нет кризиса — есть хорошие перспективные предложения с достойной заработной платой; есть кризис — привлекательность предложений резко снижается. В период экономических сложностей каждый старается «удержать» свой бизнес, суметь сохранить его. Поэтому в управление вводится так называемая программа минимум — идут сокращения как технологий, так и специалистов. Опять же повторюсь — это вполне закономерно. Но любой кризис — не вечен. К тому же интерес к полиграфии был и есть всегда. Причём как у работодателей, так и у выпускников учебных заведений. Полиграфия — неотъемлемая часть многих производств самых разных направленностей. Без неё — никуда.

— **На примере вашего вуза — приведите, пожалуйста, какие-либо статистические данные по «наплыву» или «падению» абитуриентского спроса на полиграфические специальности. Или, наоборот, по сокращению или увеличению учебных мест?**

— Специально такой статистики мы не ведём. Это особо не требуется. Каждый год у нас заполняются все бюджетные места, 25 мест бакалавриата, 15 мест в магистратуре. И как показывает опыт — этого вполне достаточно для нашего региона. Так что сверх установленного лимита стараемся не брать, поскольку может пострадать качество. А мы не готовы пожертвовать им в угоду количеству. В общем, наплыв абитуриентов всегда ровный.

— **Спасибо за беседу!**

Инна Ожерельева



РЕКЛАМА — ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА



Реклама — двигатель прогресса, и она очень важна для любой фирмы. Предприятие, существующее уже не один год, имеет свою систему наружной и интерьерной рекламы. А фирме-новичку эту систему ещё предстоит создать. В чём же разница между наружной и интерьерной рекламой?

Разница в месте их расположения. Наружная реклама находится на улице, а интерьерная — внутри здания. Но оба эти типа рекламы очень важны, и поставить в приоритет какую-либо из них нельзя. Чтобы добиться эффективного результата, они должны гармонично использоваться в комплексе. Наружная реклама нацелена на многотысячную аудиторию, в которую входят случайные прохожие, автомобилисты и т. д.

Интерьерная реклама влияет на то, комфортно ли будет вашим посетителям, воспользуются ли они вашими услугами.

Материалы при изготовлении наружной и интерьерной рекламы используются практически одни и те же. Только при изготовлении внутренней рекламы, из-за отсутствия природных факторов, могут применяться и менее прочные материалы, поэтому общий их список обычно немного больше.

Одним из самых популярных способов изготовления наружной и интерьерной рекламы сегодня является широкоформатная печать. Широкоформатная интерьерная печать отличается от широкоформатной наружной печати, хотя и в том, и в другом случае применяется струйная печать, но чернила, материалы и принтеры разные.

Направление, в котором происходит развитие струйной печати (как, впрочем,

и любой другой), является совершенствованием технологии по следующим параметрам:

1. Качество (растёт).
2. Себестоимость (падает).
3. Скорость (растёт).
4. Стойкость изображения (растёт).
5. Экологичность (растёт).
6. Сложность обслуживания (снижается).

Критерии перечислены именно в том порядке, в котором они важны на российском рынке. На европейских рынках последние параметры, конечно, переместятся в начало списка.

Представим, что у вас появился полноценный функционирующий участок широкоформатной печати, который включает в себя примерно такое оборудование:

- рабочее место дизайнера для приёма готовых заказов и собственной вёрстки (графическая станция с большим набором устройств архивирования);
- сканер;
- RIP (процессор растривания изображений для печати) — программно-аппаратный комплекс, рекомендуется реализовать на отдельном компьютере;
- цветокалибровочное оборудование (денситометр/колориметр);
- плоттер;
- ламинатор;
- стол для монтажа изображений;
- резак для пенокартона, пластика и т. д.;
- климатическая система (для поддержания на постоянном уровне температуры и влажности).



Что же можно изготовить на таком участке? Кратко это может выглядеть так:

- плакаты;
- постеры;
- баннеры, флаги;
- световые короба;
- презентационные конструкции;
- выставочные конструкции;
- point-of-sale-конструкции.

Плакаты — самый простой и дешёвый вид продукции, бывают одноразовыми и многоразовыми. Первые печатаются на простой матовой или полуглянцевой фотобумаге, «живут» несколько дней и крепятся на стену с помощью кнопок или скотча. Назначение — информирование участников мероприятия. Вторые — та же бумага плюс двусторонняя ламинация. Назначение — сопровождение выступлений, недорогой промоушен в магазинах. К плакатам можно отнести и изображения, напечатанные на самоклеящихся материалах, которые легко крепятся к гладким поверхностям стен, стеклу, пластику. Есть специальный тип плёнок, который монтируется на стекло силой электростатического притяжения и может быть использован неоднократно.

Постеры — самый распространённый вид изделий салонов широкоформатной печати. Он осваивается сразу после обычных плакатов и заключается в прикатке изображений на твёрдую поверхность и монтаже в рамку. Назначение — представление информации длительного пользования, графического и фотодизайна, простейшее оформление интерьеров и выставочных стендов. Основой является пенокартон (если постер вешается на стену раз и навсегда), вспененный пластик (при необходимости перемещать или использовании в агрессивной среде), сотовый поликарбонат (если делается постер очень большого размера, который надо перевозить или переносить).

Баннеры, флаги — наиболее распространённый вид продукции для одной группы — плоттеров на сольвентных чернилах. Для всех остальных — продукция дорогая и эксклюзивная, но очень перспективная.

Световые короба — любимое изделие мастерских наружной рекламы. Использование алюминиевых профилей и соединителей позволяет изготавливать короба любого размера для интерьера и улицы, а высококачественная печать на специальной плёнке — backlit (backprint) — даёт возможность использовать его как ночью (в прямом свете), так и днём (в отражённом). Если короб подразумевает частую смену изображений, его помещают между двумя стёклами, если нет — монтируют на акриловое стекло специальным скотчем повышенной прозрачности. Динамические дисплеи представляют собой световые ко-

роба очень высокого качества с системой автоматической перемотки изображений с рулона на рулон. Назначение — информация о фирмах, расположенных в бизнес-центре, о бутиках в торговом центре, о разных видах оборудования или деятельности на выставке.

Презентационные конструкции — конструкции, позволяющие за 1–3 минуты установить отдельно стоящее изображение, а в собранном виде уместающиеся в специальный переносной тубус весом 3–5 килограммов (quick display, banner system). Размер изображения практически стандартизирован и колеблется в пределах от 0,85 x 2 м до 1 x 2,2 м. Такие размеры выбраны не случайно, как правило, презентационная конструкция сопровождает выступление (шоу, показ, демонстрацию) одного человека — его пропорции она и повторяет. Назначение — работа торгового представителя, презентация, задник небольшого выставочного стенда. Перечисленные области применения требуют от конструкций разных свойств, часто взаимоисключающих. Они должны быть лёгкими и прочными, быстро собираться и разбираться, быть устойчивыми и занимать маленькую площадь.

Выставочные конструкции — носители широкоформатной печати, которые можно определить двумя типами:

— Pop-Up — складная решётка с тремя степенями свободы, на которую с помощью магнитных полос монтируются гибкие фото-панели;

— Fold-Up — складная конструкция из жёстких фотопанелей на разъёмных шарнирах с одной степенью свободы.

Главное их назначение — служить основой для фотоизображения, никоим образом не выдавая своего присутствия; организовывать пространство выставочной площади; собираться и разбираться десятки и сотни раз без поломок и потерь точности соединения. Размер изображения обычно составляет несколько квадратных метров, например, 2,2 x 4 м. Расположенные на нём основные образы не должны быть мелкими, так как с достаточно большого расстояния стенд должен восприниматься как единое целое. С другой стороны, изображение будет рассматриваться и с близкого расстояния, 0,5–1 м, а значит, должно предлагать некоторую дополнительную информацию, недоступную издалека. Поэтому, если для обычного плаката такого размера достаточно разрешения файла 30–40 dpi (в натуральную величину), то для систем Pop-Up — минимум 100 dpi. Соответствующие требования накладываются и на сканирование.

POS-конструкции — то, что реже всего предлагается клиентам печатных салонов. А напрасно. Оформление мест продаж — крупнейший на Западе рынок для широкоформатной печати. Надо лишь подсказать заказчику, что они могут сделать: стойки, ширмы, подставки разной формы, подиумы, башни, перекидные устройства («ли-стальки»), штендеры, подставки для брошюр и прайсов, указатели и таблички. Все это может быть снабжено удобной упаковкой

для перевозки: сумками на колёсиках и пластиковые боксами.

Выбор материала для широкоформатной печати поистине велик, и остановиться на том, что имело бы наименьшую себестоимость и было бы наиболее эффективно, не так просто.

Разделим расходные материалы для широкоформатной печати на три основные группы: чернила, или всё, чем можно печатать; медианосители, или все, на чём можно печатать; и, наконец, ламинат, или всё, чем можно ламинировать. И коснёмся только первых двух из них.

Чернила

Обычно производитель оборудования снабжает потребителей своей продукции расходными материалами — чернилами и носителями (бумагами, плёнками и другим), сопровождая это заявлением типа: «Во избежание каких-либо негативных последствий настоятельно рекомендуем использовать только оригинальные расходные материалы. В противном случае производитель снимает с себя ответственность за исполнение гарантийных обязательств». Это понятно, поскольку оборудование продаётся только один раз, а расходные материалы — постоянно. И в борьбе за рынок расходных материалов все средства хороши. В связи с этим необходимо знать, что, как правило, производители оборудования не выпускают расходные материалы сами, а в огромных объёмах заказывают их у других фирм. В свою очередь, эти другие фирмы имеют свои независимые каналы дистрибуции, и зачастую независимые поставщики расходных материалов предлагают те же продукты по более низким ценам. Соответственно, чтобы сэкономить на покупке расходных материалов и быть более конкурентоспособным, следует анализировать рынок и не верить безоговорочно всему, что говорит поставщик оборудования. При этом, конечно, не стоит вдаваться в другую крайность и применять дешёвые китайские чернила, которыми до вас, может быть, никто на таком оборудовании и не печатал.

Чернила на водной основе

Две-чернила на основе красителей нашли широкое применение для печати технической графики и рекламных плакатов. Красители являются полностью растворимыми в среде, окрашиваемой органическими веществами. Они придают цвет за счёт активного светопоглощения, чем объясняется их яркость, но неустойчивость к ультрафиолету не позволяет подвергать напечатанное изображение активному воздействию солнечных лучей. Печать чернилами на основе красителей предназначена только для использования внутри помещений, однако если продукцию покрыть защитными плёнками (ламинировать), то возможно её применение вне помещения. Срок службы и устойчивость к выгоранию в этом случае зависят от технологии ламинирования, характеристик носителя и ламината.

Пигментные чернила принадлежат к типу чернил высокого разрешения и позволяют получать печатные изображения высокого качества, устойчивые к выцветанию на свету. Красящим веществом в таких чернилах является пигмент — не растворимое в воде органическое или, чаще, неорганическое вещество. Размер частиц пигмента настолько мал, что они свободно проходят сквозь дюзы печатающей головки. Во время как чернила на основе красителя впитываются в бумагу вместе с красителем, состав пигментных чернил подобран так, чтобы пигмент «приклеивался» к поверхности волокон бумаги и не проникал внутрь между волокнами. Таким образом, остаётся полностью на поверхности, пигмент даёт возможность получить более чёткие, контрастные изображения с высоким разрешением. Основные объёмы продаж приходятся на обычные чернила на основе жидкого красителя (dye-based inks). Эти чернила представляют собой мелкодисперсную взвесь твёрдых частиц красителя и называются пигментными (pigmented inks). Попав на носитель, эти частицы проникают в поверхностный слой и в дальнейшем не могут быть смыты, так как не растворяются водой. Прочность прикрепления частиц к материалу определяется составом покрытия. Такие изображения имеют гарантию использования вне помещений до полугода без ламинации.

Чернила на масляной основе

Окрашивающим компонентом масляных чернил всегда является пигмент. Эти чернила обеспечивают очень высокое качество изображений и одновременно с этим устойчивы к негативному воздействию окружающей среды (воде и солнечным лучам) в течение достаточно продолжительного времени (около года).

Масляные чернила быстро высыхают, не имеют склонности к растеканию, что даёт возможность получать отпечатки высокой чёткости, контрастности и желаемой цветопередачи. Данный тип чернил используется в устройствах с пьезоэлектрическими головками и так же, как чернила на водной основе, требует носителей со специальным покрытием.

Чернила на основе растворителя (Solvent u EcoSolvent)

Чернила на основе растворителя (Solvent) — химически агрессивные вещества, основу которых чаще всего составляет циклогексанон, а окрашивающим агентом всегда является пигмент. Такие чернила, как, впрочем, и EcoSolvent, не требуют обязательного использования материалов с покрытием (хотя специализированные материалы для сольвентной печати, несомненно, улучшают качество изображения). Это обусловлено способностью агрессивной жидкой фазы протравливать поверхность носителя и на начальном этапе её размягчения прочно фиксировать пигмент в массе верхнего слоя материала. Чернила на основе растворителя значительно продлевают срок службы отпечатка при уличной эксплуатации. В отличие от изображений, выполненных водными или масляными чер-

нилами, которые сохраняют свои качества не более года без защиты поверхности, измененность сольвентных отпечатков наблюдается в течение трёх лет, а иногда и дольше. Однако у сольвентных чернил есть ряд существенных недостатков, которые и стали причиной последующей разработки и появления экосольвентных материалов.

Очень часто одним из преимуществ экосольвентных чернил называют отсутствие запаха. Действительно, вредные испарения и запах хоть и меньше на 70%, но все ещё существенно превышают порог чувствительности нашего обоняния и нормы безопасности, поэтому проверяющие органы вряд ли заметят разницу между запахом сольвентных и экосольвентных чернил. Некоторые очень ядовитые вещества вовсе не имеют запаха. Суть дела в использовании в оборудовании экосольвентной печати менее вредных для человека и окружающей среды химических композиций, которые тем не менее обладают необходимыми качествами для обеспечения надёжной связи пигмента с поверхностью печатного носителя. Единственное, в чём новый тип чернил уступает обычным сольвентным чернилам, — это в устойчивости к интенсивному абразивному воздействию.

УФ-отверждаемые чернила

Основной отличительной особенностью УФ-отверждаемых чернил является возможность печати практически на любом виде материала. УФ-отверждаемые чернила обладают великолепным сцеплением с широким спектром носителей. Они не содержат летучих соединений, поэтому относятся к разряду безвредных. Чернила не впитываются в материал (УФ-излучение мгновенно закрепляет их на поверхности), что обеспечивает яркие и насыщенные цвета. УФ-отверждаемые чернила имеют высокую стойкость к истиранию, воздействию внешних факторов; они не выгорают и не растворяются в воде и растворителях. Кроме того, чернила отличаются высокой покрывностью, что даёт возможность печати «на просвет» без дополнительной обработки или лишних проходов. Сегодня только высокая стоимость таких чернил и небольшое число инсталлированных устройств препятствуют их повсеместному применению.

Медианосители

Сегодня предлагается огромное количество материалов для струйной печати. Напомним сперва о процессах, происходящих при струйной печати. Капля чернил под действием давления, возникшего в печатающей головке (от нагрева или колебаний пьезомембраны), вылетает из сопла и попадает на носитель изображения. Для достижения высокого качества размер точки должен быть минимальным, так как он определяет разрешение. Поэтому поверхностный слой носителя не должен позволить капле растечься. Для получения яркого и сочного изображения чернила должны не пропитывать носитель, а удерживаться на поверхности в возможно большем количестве. Время высыхания

должно быть коротким, чтобы не дать чернилам размазаться, но не настолько, чтобы при перемещении головки по следующей строке предыдущая уже высохла (в этом случае возникнут полосы). Поэтому поверхностный слой не должен пропускать чернила вглубь, а его абсорбционная способность должна быть строго рассчитана в соответствии с интенсивностью выброса чернил конкретным плоттером. Для повышения контрастности поверхностный слой должен быть максимально белым. И, наконец, печать не должна вызывать скручивание носителя. Эти требования являются взаимоисключающими для однородного материала, поэтому главный способ изготовления носителей для струйной печати предполагает покрытие основы несколькими специальными слоями.

Все носители для струйной печати по типу основы можно разделить на следующие группы: бумаги, плёнки, баннерные ткани и сетки, обычные ткани, специальные материалы (пенокартон, пластик, сотовый поликарбонат, алюминий и т. д.). Рассмотрим подробнее первые три категории.

Бумага

Диапазон плотности бумаги — от 80 до 400 г/м². Главное различие бумаг заключается в их толщине и структуре покрытия.

Рекомендации по применению:

— бумага плотностью от 80 до 120 г/м² с простым покрытием — предназначена для графиков и чертежей, а также полноцветной печати среднего качества;

— бумага плотностью от 120 до 150 г/м² с более сложным покрытием — предназначена для качественной полноцветной печати;

— бумага плотностью от 150 до 250 г/м² — имеет самое многослойное и толстое покрытие и обеспечивает фотореалистичное качество печати;

— бумага плотностью свыше 250 г/м² — имеет фактурное покрытие и, как правило, представляет собой художественный холст.

Бумага низкой плотности обычно матовая, в то время как высококачественные бумаги могут иметь глянцевую, полуглянцевую и матовую поверхность. Некоторые фирмы выпускают самоклеящуюся бумагу. Как правило, каждый производитель указывает, для каких плоттеров предназначена данная бумага. Этот тип носителя является основным для графической струйной печати и занимает примерно до 50% рынка.

Плёнка

Традиционными материалами для плёнок являются полиэтилентерефталат (полиэстер) и поливинилхлорид. Плёнки бывают прозрачными, транслюцентными и белыми светонепроницаемыми с глянцевой, матовой или шероховатой (перфорированной) поверхностью. Различные виды плёнок имеют разные свойства и сферы применения:

— непрозрачные плёнки с глянцевой поверхностью — используются для печати высококачественных плакатов. Специально

обработаны для того, чтобы края не закручивались при долгом хранении в рулоне;

— прозрачные плёнки — применяются для создания декоративного эффекта, например, при оформлении витрин;

— транслюцентные плёнки — предназначены для рекламных установок с внутренней подсветкой. Представляют собой прозрачный материал со светорассеивающим покрытием, нанесённым на тыльную сторону. Поверхность плёнок может быть как глянцевой, так и матовой;

— самоклеящиеся глянцевые и матовые плёнки — предназначены для печати полноцветных изображений продолжительного срока службы. Они используются для изготовления интерьерных вывесок, информационных указателей, мобильных стендов, штендеров и т. д.

Большинство плёнок последних модификаций — водостойкие.

Баннерная ткань

Существует множество разных виниловых тканей, у каждой из которых своя сфера применения.

Frontlit — это наиболее популярный материал, который используется для односторонней печати изображений для конструкций с фронтальной подсветкой. Это ярко-белый плотный материал с прозрачностью около 10%;

Backlit — это менее плотная ткань для плакатов с внутренней подсветкой. Прозрачность этого материала — около 25%;

Blackout — специальный материал, используемый для изготовления перетяжек между зданиями. Он обладает особой прочностью и абсолютно непрозрачен;

тенцовые ткани — это отдельный вид винила, используемый для производства тендов. Он обладает повышенной прочностью, но при этом легко поддается склейке и сварке. На этот материал также можно наносить изображения;

баннерная сетка — ячеистая структура этого винилового материала в немалой степени решает проблему ветровых нагрузок, а низкая плотность (270–320 г/м²) позволяет печатать плакаты огромного размера. Кроме того, сценические и телевизионные декорации, отпечатанные на сетке, не бликуют при ярком студийном свете. Безусловно, это чрезвычайно популярный материал для рекламы на строительных лесах при проведении реставрационных и строительных работ.

Благодаря высокой абсорбирующей способности поверхности гибкого винила готовые отпечатки в течение продолжительного времени сохраняют стойкость к любым эксплуатационным воздействиям, а оптимальная белизна носителя не приводит к нарушению цветопередачи.

В последнее время увеличился спрос на широкоформатную печать, поговаривают, что начался очередной «бум». Правда ли это? Увиди

По материалам компании «Европапир»

www.europapier.ru

ЧТО НОВОГО НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БУМАГИ?

Экономический кризис и нестабильность российского рубля серьёзно отразились на рынке полиграфии. Один из главных моментов, который стал чуть ли не камнем преткновения в дальнейшем развитии отрасли, — её невозможность полного перехода на импортозамещение. Причём коснулось это практически всех направлений — от расходных материалов до оборудования. Но больше всех, с точки зрения специалистов, пострадал российский рынок бумаги. Как сейчас здесь обстоят дела и какие изменения ожидают нас в ближайшее время — рассказал наш эксперт Владимир Баландин, директор компании по продаже полиграфматериалов.



— Сегодня сложно делать прогнозы. Тем более — в условиях экономических колебаний. Но уже сейчас понятно, что к прежним вариантам работы рынок не вернётся. Поэтому вполне понятно даже не специалистам, что в течение всего 2015 года нас ждут существенные изменения на рынке бумаги.

И это будет не только падение определённых объёмов по конкретным позициям, но и так называемое перетекание бумаги с одного наименования в другое, когда клиенты начнут менять типы, размеры,

плотность используемой бумаги и пр. То есть элементарно станут экономить. А это, в свою очередь, может привести к «эффекту дисбаланса» на складах у оптовиков. Ведь никто не в состоянии на 100% спрогнозировать рыночные колебания. Так что, вполне вероятно, у многих оптовиков по определённым позициям появится излишний товар, а по некоторым позициям произойдёт «вымывание склада». В итоге «бумажные» оптовики, снижая риски, будут в меньших количествах заказывать бумагу у производителей. В це-

лом товарный запас начнёт сокращаться.

Определённую стабилизацию рынка мы сможем увидеть лишь в III или IV квартале текущего года. А до этого рынок бумаги будет очень сильно «лихорадить».

В конечном итоге всё это приведёт к серьёзному изменению рынка в целом. Трансформация рынка потребления, в свою очередь, приведёт к значительным изменениям структуры предложения. Мы уже ощущаем существенное сокращение рынка по сравнению с предыдущим годом. При этом есть различные мнения по поводу текущей ситуации — кто-то говорит, что мы уже пришли к минимуму потребления, кто-то убеждён, что минимум мы ещё только увидим в перспективе, и то, что происходит сейчас, — это только начало движения к минимальному значению.

Большинство заказчиков на данный момент просто выжидает, и это достаточно серьёзно сказывается на рыночной ситуации. Сегодня активно работает тот, кто может предложить минимальную цену, проявить гибкость, фиксированную цену на определённый промежуток времени и прочее, а также те, у кого достаточно оборотных средств для покупки бумаги по предоплате.

Одни игроки отрасли в ближайшее время «сократят своё присутствие», другие вообще уйдут с рынка полностью, руководствуясь при этом исключительно экономическими соображениями. Я бы не сказал, что эти процессы коснутся только мелких компаний, крупные игроки тоже могут ощутить на себе последствия кризиса. Те компании, у которых есть серьёзные инвестиции со сто-

роны Запада, имеют более высокий запас прочности, что позволит им успешно преодолеть эту ситуацию и справиться со всеми проблемами.

Уже сейчас заметно некое «перетекание рынка» — кто-то уходит, освобождая место, кто-то тут же занимает освободившиеся позиции. И это закономерно. Причём не только для полиграфической отрасли и рынка бумаги в частности — подобное наблюдается во многих производственных сферах.

Рынок бумаги на самом деле неоднородный. На сегодняшний момент мы видим существенное снижение печатных тиражей. Но это вполне естественно — идёт частичный переход с офсета на «цифру».

Тем не менее потребность в бумаге, конечно же, будет. Правда, не такая большая, как раньше. Поэтому мы, в свою очередь, нацелены на то, чтобы максимально удовлетворить любой возникающий спрос. На рынке наверняка останутся заказчики на эксклюзивные материалы. Полностью с рынка потребления бумаги они не уйдут — просто будут меньше делать закупок — например, кто раньше делал заказ на 200–300 листов, теперь остановится на 50–100. В этой связи мы планируем обеспечить оптимальную инфраструктуру: поддержание нужного товарного запаса, обеспечение эффективной логистики (удобная система доставок и тому подобное), гибкость в общении с клиентами и оперативность обслуживания. Ведь в конечном итоге выигрывает тот, кто комплексно обслуживает клиента, даёт ему всё, что необходимо.

Инна Ожерельева



printech

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ **ПЕЧАТНОГО**
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

16-19 ИЮНЯ
2015

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

- Допечатная подготовка
- Печатное оборудование и комплектующие
- Постпечатная обработка
- Бумага и материалы для печати
- Краски и расходные материалы
- Оборудование и технологии для рекламы



printech-expo.ru

ОФСЕТНОЕ ПОЛОТНО: НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА

Офсетное полотно — вещь в полиграфии необходимая.

На сегодняшний день рынок расходных материалов предлагает достаточно широкий ассортимент полотен для офсетной печати. На что нужно обращать внимание при выборе и какие новинки появились недавно — поговорим сегодня.

В условиях современной рыночной конкуренции заводы, изготавливающие офсетные полотна, практически в непрерывном режиме предлагают потребителю усовершенствованную продукцию. Поэтому сегодня недостатка в ассортименте полотен нет. К тому же линейка постоянно расширяется и углубляется.

Выбор офсетного полотна требует внимательного подхода. Итак, на что следует обращать внимание в первую очередь? Самое главное — выбор моделей должен производиться с учётом особенностей технологического процесса. Также нужно обращать внимание на следующие факторы:

- тип технологического процесса (офсетная печать или лакирование);
- тип печатной машины (рулонная или листовая);
- наличие в машине сушильного устройства;
- тип печатных красок (на масляной основе, УФ-отверждаемые или гибридные);
- тип запечатываемых материалов.

Качественные офсетные полотна должны иметь поверхность, идеальную для восприятия и передачи краски. Идеальная поверхность подразумевает равномерную толщину и плотность офсетного полотна. Именно способность поверхности офсетного полотна выравниваться обеспечивает бесперебойную печать при меняющихся условиях работы. Офсетные полотна обеспечивают равномерный натиск по всей площади печати. Благодаря этому поверхность полотна нечувствительна к биению машины или намоткам, способна быстро принять первоначальную толщину.

Офсетное полотно со слоем из стеклянных шариков производства ContiTech

Офсетное полотно Black Pearl не содержит загрязняющих веществ, оно безопасно для здоровья и соответствует сертификату ISEGA. Также при использовании полотна гарантируется непрерывный печатный процесс и минимальные простои.

Black Pearl — улучшенное офсетное полотно с верхним слоем, который состоит из крошечных стеклянных шариков. Полотно эластичное, износоустойчивое, антистатичное, а также имеет сертификат ISEGA. Оно производится в ContiTech Elastomer Coatings в Норхейме.

Офсетное полотно играет решающую

роль в печатном процессе. С одной стороны, оно должно иметь поверхность, не воспринимающую краску, что позволяет избежать размазывания краски по запечатываемому листу и другим элементам машины в процессе печати. С другой стороны, офсетное полотно должно выдерживать невероятную нагрузку свыше 60 т, для чего ему необходимо иметь очень высокую механическую стабильность.

У полотна очень прочное закрепление: 7 000 стеклянных шариков на квадратный сантиметр.

Black Pearl устойчиво не только к невероятному давлению при тиснении и к температуре свыше +160 °С, но и к полиграфической химии, бензину, ацетону, маслу. А так как в пищевой индустрии упаковке уделяется особое внимание, все офсетные полотна ContiTech, используемые для печати упаковки, протестированы в независимом испытательном институте на предмет их соответствия требованиям пищевого законодательства. И, как результат, офсетное полотно Phoenix Xtra Blankets Black Pearl было отмечено сертификатом ISEGA, который подтверждает отсутствие загрязняющих веществ и безопасность для здоровья.

Офсетное компрессионное резино-тканевое полотно ENTROPIA-НС

Данное полотно изготавливается из экологичных материалов. Его поверхность имеет хорошую устойчивость к механическому воздействию и оптимальную устойчивость к режущей кромке. ENTROPIA-НС имеет стойкость к набуханию из-за специальной обработки тканевого слоя.

Компрессионный слой офсетного полотна состоит из замкнутых пор, в которых содержится инертный газ. Благодаря этому оно обладает хорошими компрессионными свойствами.

Новая разработка, которая легла в основу создания полотна, даёт возможность ENTROPIA-НС быстро восстанавливаться и снижает его остаточную деформацию. С внешней поверхности резино-тканевого полотна легко удаляются все загрязнения. У ENTROPIA-НС прекрасная краскопередача и хорошее воспроизведение как растровых точек, так и плашек. Одно из неоспоримых преимуществ офсетного полотна ENTROPIA-НС перед «конкурентными собратьями» — очень низкий уровень нагревания поверхности резины.



CONTI AIR® NITROCOAT — лакировальное полотно с компрессионным слоем

Это инновационная разработка компании ContiTech в области лакировальных полотен для листовой офсетной печати. Полотно обладает уникальным составом печатного слоя, который способствует отличному переносу как ВД-, так и УФ-лаков. Лакировальное полотно CONTI AIR® NITROCOAT имеет отличную геометрическую стабильность, что положительно сказывается на износостойкости и позволяет получать от тиража к тиражу превосходный результат.

Главными особенностями лакировального полотна являются следующие моменты:

- Белый компрессионный слой.
- Подходит для лакирования ВД- и УФ-лаками.
- Возможность многократного использования.
- Повышенная устойчивость к агрессивным средам.
- Отлично подходит как для ручной, так и для плоттерной резки.
- Хорошо переносит лаковый слой.
- Имеет увеличенный интервал между смывками.



620089, г. Екатеринбург,
ул. Родонитовая, д. 12
тел.: +7 (343) 253-06-07
+7 (343) 253-06-08
www.hostmann-steinberg.ru
www.oktoprint.ru

Подготовила Инна Ожерельева



БРЕНД, ВОПЛОЩЁННЫЙ В МЕТАЛЛЕ

«Красота спасёт мир» — и красота при этом может быть абсолютно разной: такой, какой вы захотите её видеть! Сегодня нет ничего проще, чем создать собственный стандарт и стать действительно неповторимым в любой сфере жизни. В наш век на службу красоте поставлены всевозможные технологии, с помощью которых можно воплотить уникальные вещи в самых разных материалах — например, в металле. Используя современные разработки и творческую увлечённость идей, мы смогли создать на Южном Урале производство никелевых наклеек. От задумки до реализации прошло немало времени,

мы прошли сложный путь проб и ошибок, и сегодня готовы представить вам нашу «красоту».

Никелевые наклейки (шильды) — это поистине удивительный продукт, многогранность его применения просто поражает. Брендирование или декорирование любого оборудования, специальных приборов, сувенирной продукции, блокнотов, портмоне, ежедневников, зажигалок, папок, визитниц, телефонов, компьютерной и бытовой техники, любых видов транспортных средств (автомобили, мотоциклы, скутеры, снегоходы) и многое другое.

Метод производства является инно-

вационным, в основе лежит симбиоз гальваники и фотолитографии. Уникальная технология позволяет передать детали наносимого изображения с точностью до нескольких микрон, без потери качества. Толщина изделия от 0,05 до 0,15 мм. Клей известного производителя 3M подобран с учётом специфики применения данных изделий; благодаря этому никелевые наклейки надёжно фиксируются на поверхности. Процесс брендирования/декорирования очень прост и не требует специальной подготовки. Всего 1 минута — и ваш сувенир стал эксклюзивным, а продукция обрела свой бренд, воплощённый в металле.

Никелевые наклейки позволяют персонализировать любой предмет. Вы можете в течение 1 минуты нанести логотип на любую поверхность и вручить клиенту, заказчику или коллеге эксклюзивный подарок с символикой или логотипом вашей компании.



ПЕЧАТНЫЙ бизнес

Преимущества



Что нужно, чтобы получить вашу никелевую наклейку?

Прекрасно понимая, что перейти на использование нового варианта брендирования товара любой компании-производителю достаточно сложно, мы разработали и внедрили в производство возможность изготовления образца готового изделия. Для того, чтобы изготовить образцы по вашему макету, необходимо:

- Прислать нам макет, выполненный в векторном формате.
- Указать размер готового изделия.
- Сообщить тираж, который необходимо рассчитать для будущего заказа.

Мы убеждены, что лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать,— и поэтому предлагаем вам получить несколько образцов БЕСПЛАТНО и посмотреть, какой эффект они производят.

Сколько ждать заказ?

Тираж до 1000 штук мы готовы выдать через 3–4 дня. Для заказов большего объёма срок изготовления обсуждается индивидуально.

Объём производства в настоящий момент составляет более полумиллиона квадратных сантиметров в месяц, и это далеко не предел. В ближайших планах у нашей компании запуск производства наклеек с золотистым покрытием и объёмных автомобильных шильдов.

Компания Litek,
www.li-tek.ru

- Возможность изготовления образца по вашему макету.
- Тончайшая детализация и мельчайшие детали.
- Высокая степень износостойкости.
- Стойкость к коррозии и окислению.
- Долговечный блеск.
- Простота нанесения на поверхность.

Анна Мелешко, руководитель отдела продаж: «В настоящий момент мы активно развиваем дилерскую сеть по регионам России. Для рекламных компаний разработаны программы взаимовыгодного сотрудничества».

Дмитрий Бушуев, начальник производства: «Мы в совершенстве освоили процесс создания никелевых шильдов, применив действительно уникальные технологии, сложные технические и инженерные решения на практике. Мы работаем на современном оборудовании и реализуем самые смелые и креативные проекты!».



Благодаря сложной уникальной микротекстуре наклейка может использоваться в качестве основной или дополнительной степени защиты на любом изделии.

Никелевые наклейки можно использовать для открыток, пригласительных, брошюр, буклетов или на обложке книги.



ОСНОВНЫЕ ТИПЫ КОНСТРУКЦИЙ ИЗ КАРТОНА, КОТОРЫЕ МОЖНО КЛЕИТЬ НА GLUER

Только в качестве напоминания, что такое Lamina Gluer и конструкции из картона, приведём краткие сведения, которые были изложены мной в предыдущих статьях. Также мне кажется, это будет логичным вступлением для данного материала, что сделает его вполне самостоятельным для прочтения.

Gluer — машина шведской компании Lamina System, базовая идея которой похожа на принцип нанесения клея в фальцевально-склеивающих машинах, где клеевые головки располагаются в позиции над плоскостью проводимых с помощью ленточного конвейера заготовок. В момент прохождения заготовки под головкой наносится клей. Заготовки в машину подаются вручную, после чего проводятся с помощью непрерывно вращающихся конвейерных лент, что позволяет при использовании дополнительных

Всё многочисленные варианты изделий из картона построены на принципе использования в качестве основного несущего материала картона во всех его вариациях. Картон — доступный и относительно дешёвый материал, но его жёсткость в большинстве случаев достаточна для выполнения функции носителя не только рекламы, но и самого продукта, например, если речь идёт о самом «ходовом» товаре этого сегмента — дисплеях. Можно также сказать, что простая коробка — это тоже конструкция из картона,

стенки и прочих наружных элементах. Принцип построения у всех дисплеев разный и зависит от идеи её создателя-разработчика. В предыдущем материале мы уже коснулись более детально этого типа конструкций, поэтому не будем акцентировать на этом продукте наше внимание. Просто отметим, что порядок склейки дисплеев, как правило, состоит из большого числа прогонов, на которых производится скрепление различных деталей друг к другу с помощью клея (иногда скотча).

Хотя машины Gluer и создавались



Дисплей



Коробки для чеков



Коробка и упаковка

направляющих и систем проводки, прижима и прочих проводящих элементов осуществлять склейку элементов с фальцеванием. K Gluer может быть установлен опциональный модуль WS — рабочая станция второго оператора, которая работает по технологии «старт-стоп». Заготовка в этом случае в Gluer проходит без фальцевания, только для нанесения клея, после чего передаётся на конвейер WS, который доводит заготовку до упоров и останавливается в ожидании команды второго оператора, который приклеивает на первую заготовку различные дополнительные элементы. На выходе из Gluer и WS расположены несколько пар обжимных роликов, которые легко перемещаются оператором в позицию для обжима в зоне приклейки элементов.

как и все остальные полиграфические продукты, сделанные из плотного бумажного материала.

С помощью Gluer и его возможностей линейного нанесения клея можно производить огромное количество продуктов из картона, и не только. Постараюсь описать основные направления массового использования машин Gluer для производства (склейки) наиболее востребованных типов конструкций.

1. Картонные дисплеи

Это картонная стойка, несущая в себе систему полок или ячеек для размещения продукции, реклама которой находится на лицевой стороне верхней части конструкции, а также на внешних частях

компанией Lamina именно под этот продукт, оказалось, что использование машин практически ограничивается только идеей владельца этой машины.

Что же можно делать ещё?

2. Простые коробки и не очень

Описывать всевозможные виды коробок — дело неблагодарное, поскольку разнообразность данного типа продукта всем нам хорошо понятна. Мы привыкли к тому, что коробка — это массовый продукт, заказчик которого, как правило, — сам производитель какого-то продукта, требующего упаковку в коробку. Классические коробки могут иметь всего одну точку склейки, обычно по боковому клапану. Более сложные, например, коробки



Подача заготовки в машину для нанесения клея на её поверхность



Приклейка дополнительного элемента на поверхность заготовки



Приклейка нескольких дополнительных элементов на поверхность заготовки



Коробки под бутылки склеиваются всего на один клапан, но тиражность подарочной упаковки маленькая



Коробки для пиццы могут состоять из двух склеенных заготовок, так как в развороте край такой коробки будет очень большого формата



Коробки сверхбольшого формата требуют надёжного склеивания на 2 типа клея одновременно по каждому клапану

с самосборным дном, имеют уже 3 точки склейки. При этом на обоих видах коробок требуется линейное нанесение клея обычной полосой в нужном месте. Большинство типографий-производителей коробок оснащены фальцевально-склеивающими машинами, способными склеивать десятки тысяч коробок в час. Всё бы хорошо, но что делать с растущим сегментом рекламной коробочной упаковки, где тиражность порой всего 50–100 коробок? Приладка фальцевально-склеивающей машины займёт массу времени, а собственно последующая склейка займёт всего пару минут, при этом будут колоссальные потери приладочных заготовок, порой сопоставимые с длиной такого

мом количестве, например, на неделю работы собственного предприятия. Если коробки однотипные — перенастройка Gluer вообще не требуется. Если же коробки разные, время переналадки на нужный размер в Gluer может занять 1–2 минуты и всего 1 приладочный лист края.

Также стоит отметить то, что на фальцевально-склеивающей машине есть ряд весьма серьёзных ограничений: по минимальному и максимальному форматам, по толщине материалов, с которыми работает машина, по формам и сложности клапанов коробки и т. д. На Lamina Gluer данные ограничения практически отсутствуют. При склейке более сложных коробок машина оснащается дополнительными

лена в конфигурации для работы двух операторов на подаче, что позволяет добиться скорости склейки, практически сходной со специализированными машинами. В-третьих, большинство машин для склейки бумажных пакетов — азиатского производства, и, конечно, они не отличаются ни качеством сборки, ни стабильностью в работе, да и не всегда обладают нужным функционалом, например, клеят только дно. Именно поэтому европейский потребитель, так не любящий машиностроение китайского производства, не смог оценить такую возможность в надёжной европейской машине.

Большинство пакетов на Gluer кле-



На Gluer можно делать бумажные пакеты любого размера



Первым прогоном склеивается пакет по боковой стороне



Вторым прогоном склеивается дно пакета

тиража. Конечно, склеить можно и руками, но качество склейки будет страдать, а скорость допустима, только если такой вид разовый, а при большом количестве коротких тиражей — вовсе недопустима.

В европейских странах использование Gluer для цели склеивания коротких тиражей коробки получило интересное развитие. Многие производители различной продукции (виноделия, приборостроители и другие) сочли разумным установить у себя Gluer для собственных нужд. Заказывать в типографии тираж склеенной коробки они могли только в большом объёме, чтобы сократить расходы на её стоимость, впоследствии требовалось получить этот большой тираж, надо сказать, весьма объёмный по габаритам, и год хранить на собственных складах. Гораздо более простым решением оказалось получение вырубленного края упаковки в плоском виде, занимающего в итоге в 3–4 раза меньше объёма, и в нужное время на Gluer выполнить склейку коробок в необходи-

элементами, позволяющими работать с более сложными коробками, например, картонными лотками с 4 точками склейки по углам. Если же требуется большее количество точек склейки, то можно сделать такую коробку в 2 прогона, главное — заранее определить правильный порядок склейки по точкам. Также возможно изготовление коробок сверхбольшого формата, в которых для надёжности склейки часто используют нанесение на клапан и горячего, и холодного ПВА-клея в несколько параллельных линий, для этого нужно, чтобы машина была оснащена обоими типами клеевых систем.

3. Бумажные пакеты

Использование Gluer для склейки бумажных пакетов первым придумали испанцы. Во-первых, практически нет ограничений по плотности бумаги, главное — правильно подобрать клей. Во-вторых, машина может быть постав-

ится в 2 прогона, потому что склейка по боковому клапану и склейка дна делаются по взаимно перпендикулярным направлениям. Из-за этого сначала проклеивается боковой клапан, где для подачи может подаваться край в предфальцованном виде, а потом вторым прогоном дно, которое требует более сложного предварительного сложения перед подачей в машину и нанесения клея. С Gluer нет ограничений по размеру пакета, можно клеить само тело пакета из двух половинок по двум сторонам для изготовления супербольших бумажных сумок. Также нет ограничений в бумаге, это может быть тонкая упаковочная бумага или картон толщиной до 15 мм! По сути основным ограничением будет тип клея, которым оснащён Gluer, ведь клеить термоклеем тонкую бумагу возможно, но она просто деформируется, а клеить толстый картон на ПВА — желательно с использованием фиксирующих точек термоклея.



Курьерские конверты производятся в два прогона: сначала наносятся полоски скотча и отрывной ленты, вторым прогоном склеиваются клапаны для формирования конверта



Картонные футляры-кармашки изготавливаются при помощи приклейки клапана на клей или двусторонний скотч



Картонные карманы и чехлы для компакт-дисков могут склеиваться в один или два прогона в зависимости от сложности дизайна

4. Курьерские конверты и подобное им

Склейка конверта по двум боковым клапанам — операция сама по себе не сложная. Однако также требуется вклейка специальной отрывной полосы, с помощью которой мы открываем запечатанный конверт, потянув за край полосы, которая, в свою очередь, разрывает на конверте полосу картона. Также нужно нанести двусторонний скотч на верхний клапан конверта, который потом позволяет пользователю надёжно запечатать конверт. В итоге мы имеем 2 операции, снова во взаимно перпендикулярных направлениях, но ещё и на различных сторонах заготовки. Такая продукция также легко может производиться на Gluer в два прогона. Для этого Gluer должен быть оснащён двумя аппликаторами скотча, хотя, конечно, можно сделать и с одним аппликатором, но тогда будет нужен ещё один

тофеля фри. Также есть класс продуктов, которые представляют собой конструкции, собирающиеся на месте использования путём приклейки и соединения элементов на двусторонний скотч, который надо заблаговременно нанести на конструкцию при производстве.

Большинство из перечисленных изделий могут потребовать «встречный» фальц, то есть необходим гиб клапана, перпендикулярного движению заготовки. Данная функция также реализована в Gluer с помощью опционального элемента.

для автоматизации процессов сборки конструкций.

Ранее указаны только основные типы конструкций, которые чаще всего производят на клеевых станциях Lamina Gluer. Есть ещё множество продуктов, которые также могут быть произведены на этих машинах, но ещё не получили массового распространения среди их владельцев. Стоит также отметить, что в качестве склеиваемого материала совсем не обязательно должен быть именно картон. Я встречал склейку коробок из прозрачного тонкого пластика на Gluer, где, разумеется, самым важным нюансом

5. Сувенирная упаковка и рекламные элементы

В последнее время появилось великое разнообразие различных рекламных элементов, использующихся как в качестве раздаточного материала, так и красоч-



Ростовая фигура — наиболее часто встречающаяся рекламная конструкция



Воблеры — наиболее дешёвый и массовый рекламный материал



Джумби — это картонные конструкции-муляжи увеличенного размера, копирующие оригинальную упаковку

дополнительный прогон для нанесения сначала полос скотча с отрывной лентой, потом с двусторонним скотчем на клапан конверта. Далее операция склейки боковых клапанов конверта производится с помощью термоклея.

Подобной продукции может быть очень много: картонные или бумажные пакеты для компакт-дисков, кармашки для пластиковых карт (ключи от номеров в отелях, рамки для фотографий, подарочные скидочные карты и тому подобное), мини-коробки для подарочных канцелярских принадлежностей, пакетики для кар-

ного оформления мест оказания услуг. К данному типу конструкций относятся такие продукты, как диспенсеры, постеры, воблеры, шелфтокеры, мобайлы, джумби, лотки, коробки для чеков, гирлянды и прочие некрупные рекламные материалы со странными и, порой, весёлыми названиями. Всё это производится путём склейки элементов на горячий, холодный клей, а также скотч. То есть всё тем же набором возможностей, которые даёт Gluer. Все эти продукты производятся, как правило, малыми тиражами, что делает Gluer практически безальтернативным решением

является правильный выбор типа клея, так как главным требованием в этом случае является его прозрачность. Есть компании, которые используют эту машину для изготовления подарочных пазлов, а кто-то использует машину для склейки дизайнерских открыток. Применение Gluer фактически предоставляет своему владельцу безграничные возможности при производстве рекламной продукции и POS-конструкций.

Антон Перехода, генеральный директор компании «Апостроф»

КЛЕЕВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



НАСТОЯЩЕЕ ШВЕДСКОЕ КАЧЕСТВО И НАДЕЖНОСТЬ

Кашировальные системы Manual Line

- Полностью автоматическая система нанесения клея
- Системы контроля и индикации ошибок
- Ручная подача нижнего листа
- Ручной наклад с регистрацией верхнего листа
- Секция обжима склеенных листов



Кашировальные системы 1111 - 1620 BASIC

- Полностью автоматическая система нанесения клея
- Система управления PLC
- Автоподача нижнего листа
- Ручная подача верхнего листа
- Секция совмещения и обжима
- Точность совмещения ≤ 5 мм



Кашировальные системы Black Line

- Полностью автоматическая система нанесения клея
- Система управления PLC
- Автоподача нижнего и верхнего листов
- Точность совмещения ≤ 0.5 мм
- Производительность до 5000 л/ч
- Широкий набор опций



Клеевые станции и столы

- Клеевые системы с горячим или холодным клеем
- Ручная или автоматическая подача листа
- Склейка коробок, POSM и прочих конструкций из картона



APOSTROF

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

КОМПАНИЯ
**Реклама
Онлайн**

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

Все виды рекламы.
Все регионы РФ и СНГ.



Пресса



Радио



ТВ



Метро



BTL/Промо



Интернет



Транспорт



«Наружка»



САНТАЙ

УСЛУГИ:

- Изготовление и обрешивание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

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

Россия, 664014, г. Иркутск, ул. Полярная, 117
тел./факс: (3952) 70-92-72

(3952) 70-82-70

моб.: +7-902-515-21-69

e-mail: 709272@mail.ru

www.santai-val.ru





ФРАКТАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА НА РЫНКЕ

Фракталы — отпечатки пальцев Бога на Земле.
А. Азимов

Фракталы — структуры Природы, созданные Всевышним.
А. Кулешова

Фрактал как понятие

Понятие «фрактал» было введено в науку в 1975 году математиком Бенуа Мандельбротом для обозначения множества с дробной размерностью (множества Г. Кантора, кривой К. Вейерштрасса, кривой Хельге фон Коха, ковра Серпинского и тому подобных «экзотических» объектов).

Математическое понятие фрактала распространилось затем на объекты природы, общества, гуманитарной сферы. Фракталами называют облака, изрезанное морское побережье, переходные биологические или социальные структуры.

Фрактал (от лат. fractus — дробный, ломаный) — переходное, неустойчивое состояние становящейся системы, характеризующееся хаотичностью, нестабильностью, которое постепенно

эволюционирует к устойчивому, упорядоченному целому.

В сущности, фрактал является главной стадией эволюционирующей системы, поскольку сам процесс эволюции системы (физической, биологической, социальной, экономической) и есть дробное, самоподобное переходное состояние-процесс. Нам трудно это понять, так как мы привыкли воспринимать-переживать устойчивые «неизменные» вещи, принимая их за неизменную данность, за «мгновенный фотоснимок», а не как постоянно изменяющийся процесс, как «кино».

Это впервые понял Гераклит, заявивший, что «нельзя войти дважды в одну и ту же реку» и «всё течёт, всё меняется». Поэтому более правильно воспринимать мир как становящийся, непрерывно изменяющийся процесс,

состоящий также из множества становящихся вещей-процессов, которые (переходя уже на научный язык) и называются фракталами.

Фрактал как модель описания процессов изменения структур, вещей, событий и явлений

Эволюционирующая материальная система-процесс может быть представлена состоящей из 3 частей-стадий:

1) начальное устойчивое, «неизменное» состояние m , которому мы даём общее название, распространяемое на весь процесс от начала m до конца ω ; 2) фрактал ϕ , описываемый концепцией фракталов; 3) конечное, устойчивое, «неизменное» состояние ω , после которого вещи уже нет, она исчезает.

Наиболее убедительно существует

фрактал ϕ , в то время как начало m и конец ω находятся на границе бытия, они «ещё» не ϕ или «уже» не ϕ , то есть наполовину в небытии, поэтому в определённой степени m и ω — это абстракции, обусловленные нашим субъективным, искажающим, дискретно-разрывающим восприятием, ориентированным на статическое, «фотографическое» отображение мира.

Реальность же на самом деле динамична, целостна и гармонична. Так думали многие великие мыслители. Поэтому m и ω следует понимать как предельные состояния (начало и конец) фрактала.

Концепция фракталов, понимаемых как переходные процессы, является естественной частью в процессе зарождения системы (организма) становления «жизни» системы и жизни организма и разрушения системы или смерти организма.

Примеры дают ясность восприятия понятий

Рассмотрим только один пример использования возможностей науки о сложности в анализе социально-экономических систем. Пример относится к такой злободневной для нас проблеме, как «управление кризисами». Под кризисом понимается такое состояние системы, когда она способна качественным образом измениться. Находящаяся в кризисном состоянии система внешне похожа на обычную неразбериху. Состояние системы видимым образом обусловлено совокупным действием множества причин: те же непредсказуемые, разноамплитудные всплески, отсутствие какого-либо порядка и пр. Система пребывает в крайне неустойчивом, кризисном положении, как застывший над пропастью канатоходец. Система потенциально готова совершить качественный скачок и из живого, реального бытия уйти в небытие. Даже лёгкий порыв ветра способен сбросить канатоходца в пропасть. Удивительная особенность таких систем — как бы ве-

лики ни были, они очень легко управляемы. Канатоходцу для этого достаточно пошевелить пальцем, в крайнем случае, взмахнуть рукой. Надо только в нужный момент помочь системе, или как мы говорим — канатоходцу, удержаться. Для этого достаточно выполнить лёгкое корректирующее движение.

Жизненный цикл товара на рынке как переходной фрактальный процесс

Начальное устойчивое, «неизменное» состояние m для фрактала — создание товара и его выход на рынок. С этого момента начинается процесс — зарождение жизненного цикла товара на рынке.

В начальном периоде товар плохо продаётся, если даже уже прошла реклама о нём. О товаре покупатели плохо информированы, и мотивация на покупку ещё плохо работает. Давление на рынок увеличивается через рекламу и через продавцов одновременно увеличением количества товара на рынке. Мотивация срывается, и продажа товара растёт, и продолжает расти ускоренными темпами. Поддержка процесса роста и развития продаж идёт со стороны рекламы и расширением рынка сбыта товара. Наступает период расцвета продаж товара, и сам этот процесс имеет структуру уже явного фрактала — много товара на рынке и разветвлённая сеть реализации (древовидный фрактал). В данном периоде роль рекламы ограничена до поддержки имиджа товара и его присутствия на рынке. Этот период жизненного цикла самый развитый, и процесс разрастания структуры фрактала (растущее дерево со своим стволом и множество старых и новых ветвей и веточек) идёт ускоренными темпами. Этот период ограничен, но не определён по времени и зависит от множества факторов. Он заканчивается, когда наступает насыщение, и продажи замедляют свой темп.

Это уже начало конца ω жизненного цикла товара на рынке. Товар покупают



мало, он становится невыгодным и исчезает с рынка (умирает). Если остался на складах, его продают по демпинговым ценам (характерный пример: книги на развалах — все по 100 рублей).

Реанимация старого фрактала или создание нового

И реанимация, и создание нового фрактала через модификацию старого товара применимы, но реанимация даёт малый эффект, модификация — более длинный, а создание нового товара даёт самый лучший эффект, если новый товар удачный.

Конец «жизни» товара на рынке может быть сдвинут на небольшой срок с усилением рекламы и снижением цены, модификацией товара или тем, и другим одновременно. Как правило, модификация товара даёт начало «жизни» m модифицированного товара и конец «жизни» ω немодифицированного товара на рынке.

Стефан Стефанов, к. т. н., профессор кафедры «Реклама и бизнес коммуникаций» Российского университета дружбы народов, Москва;
Ирина Глинская, д. п. н., доцент кафедры «Реклама и бизнес коммуникаций» Российского университета дружбы народов, Москва



ПЕЧАТНИК.com

ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ УЖЕ СЕЙЧАС!

ПЕЧАТНИК.com – крупнейший в России портал по полиграфии и упаковке. Аудитория свыше **80 000** пользователей в месяц, более **8 000** зарегистрированных компаний

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

Сайт: <http://pechatnick.com/>

E-mail: info@pechatnick.com

Телефон: +7 (812) 702-56-15



БОНУС

Укажи при регистрации код 6547 – получи в подарок бесплатное размещение

**14–17.04
2015
ЦДХ**

**ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА**

**ВЫСТАВКА
РЕКЛАМНОЙ
ИНДУСТРИИ**



www.design-reklama.ru

**ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK**



VIII Казахстанская международная Книжная и полиграфическая выставка «ПО ВЕЛИКОМУ ШЕЛКОВОМУ ПУТИ»

09-11 апреля 2015

Казахстан, г. Алматы, КЦДС «Атакент»



Контакты:

МВК «Атакент-Экспо»
Республика Казахстан
г. Алматы, ул. Тимирязева, 42
Тел.: +7 (727) 2750911, 2751357, 2751489
Факс: +7 (727) 2750838
E-mail: gulnara@atakentexpo.kz, atakent.expo@mail.ru
www.bookfair.kz, www.atakentexpo.kz

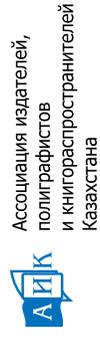
Официальная поддержка:



Организатор:



Соорганизатор:



16+

14 – 16
ОКТАБРЯ 2015

**РИ
ДО**

ЭКСПОФОРУМ
РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА**

**РЕКЛАМА.
ИНФОРМАЦИЯ.
ДИЗАЙН.
ОФОРМЛЕНИЕ.**



ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕДИАПАРТНЕР
ТЕЛЕКАНАЛ
Санкт-Петербург
topspb.tv

+7 (812) 240 40 40
RIDO@EXPOFORUM.RU

WWW.TRENDS.EXPOFORUM.RU





Вывод на чистую воду



ЭКОНОМИЧНОСТЬ



форма за 1 час



ЭКОЛОГИЧНОСТЬ



качество



горячая линия

Японские водовывмывные фотополимерные пластины

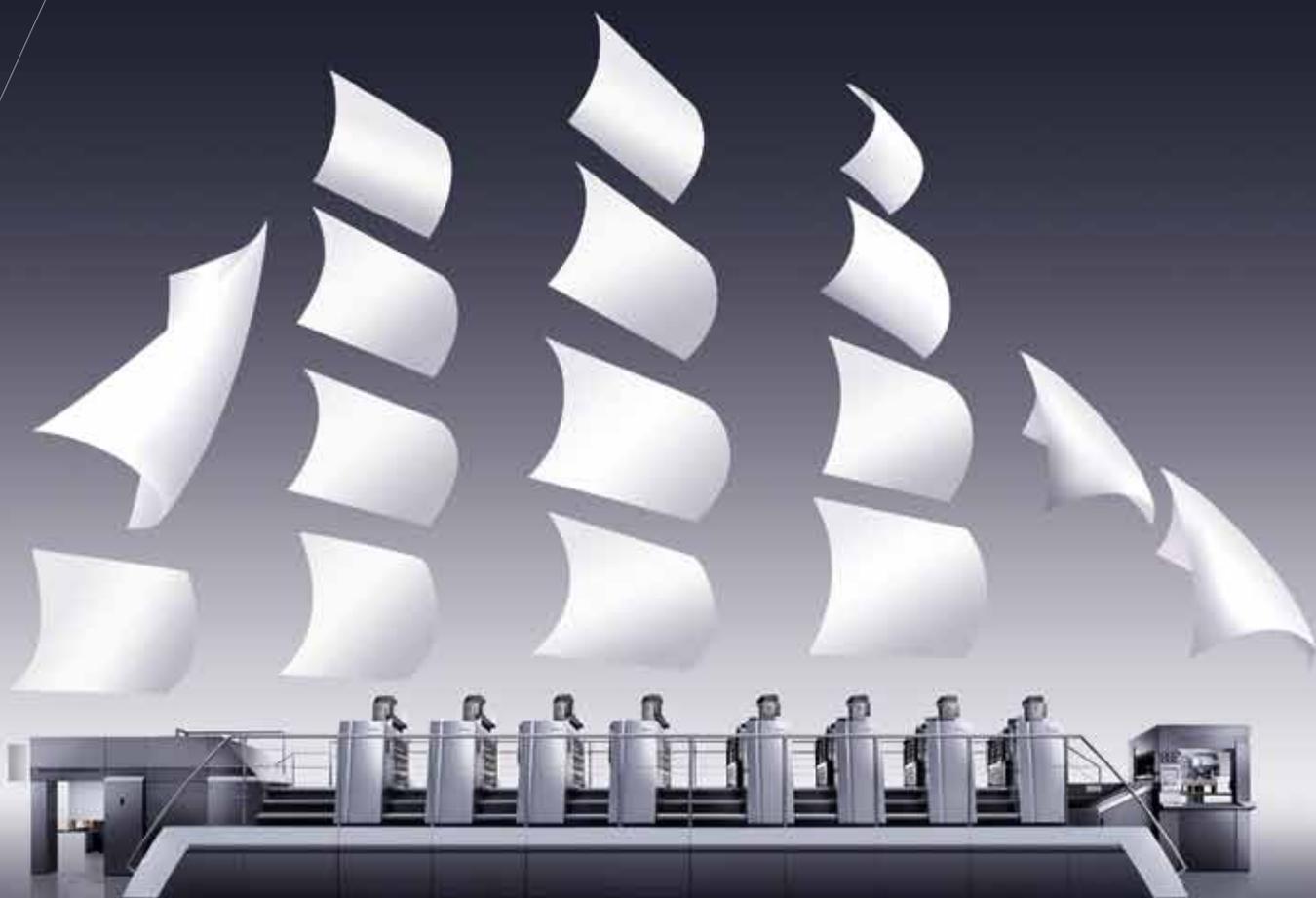
Уникальная технология обеспечивает формирование плоских вершин печатающих элементов. За последние 10 лет пластины TOYOVO успешно внедрили десятки предприятий в России и СНГ

Круглосуточная горячая линия: **8 800 234 0 911** | hotline@yam.ru



www.yam.ru

ФЛАГМАН КЛАССА PEAK PERFORMANCE SPEEDMASTER XL 106



Компания Heidelberg вновь устанавливает стандарты в классе оборудования Peak Performance. Ваш парус на пути к новым горизонтам – Speedmaster XL 106. Благодаря высокой производительности, инновациям и практически неограниченному диапазону применения, печатная машина Speedmaster XL 106 обеспечивает непревзойдённый уровень качества и энергоэффективности. Используйте эти возможности для навигации на пути к успеху.

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

HEIDELBERG