

# ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

7-8 (106-107) НОЯБРЬ-ДЕКАБРЬ/2015

Журнал издаётся с 2003 года



С НОВЫМ ГОДОМ!

2016



КРИЗИС: ПРОБЛЕМА ИЛИ ВОЗМОЖНОСТЬ? КАЖДЫЙ РЕШАЕТ САМ

10



«ЯМ ИНТЕРНЕШНЛ»  
ПОЗДРАВЛЯЕТ  
ПОЛИГРАФИСТОВ



С Новым!  
годом!



# АЛЕКСАНДР КОРЛЫХАНОВ: «Я С ОПТИМИЗМОМ СМОТРЮ В БУДУЩЕЕ!»

В конце года логично подводить итоги, оценивать отраслевую ситуацию, а также строить планы и делать прогнозы на 2016 год. Разговор с гостем декабрьского номера проходил в ключе осмысления состояния полиграфической отрасли, в направлении понимания закономерностей в отраслевой динамике в целом. Гость номера – директор ООО «ФОРТ ДИАЛОГ – Исеть» Александр Андреевич Корлыханов – поделился своим уникальным и очень оптимистичным взглядом на бизнес и жизнь.



Александр Корлыханов

— Александр Андреевич, расскажите о состоянии полиграфической отрасли сегодня. О ее проблемах, которые мы вряд ли можем обойти, и о путях решения этих сложностей.

— Принято говорить о «выживании» в бизнесе вообще и в полиграфической отрасли в частности. Я не согласен с этим термином. Есть жизнь, есть движение, а не выживание! Стало популярным обсуждать — достигли мы дна или нет. Даже если не достигли — бесконечным падение быть не может. За падением будет рост! И в любых условиях можно научиться быть эффективным, научиться успешно решать сложные задачи. А так, чтобы проблем совсем не было, так не бывает. В такое непростое время мы многому учимся, на многое смотрим по-другому, учимся действовать по-другому. Не вижу оснований считать, что у нас всё плохо. Тяжелее — не означает хуже.

Одна из отраслевых сложностей — это расширение и обновление парка полиграфического оборудования. Своего производства полиграфического оборудования в России нет и, наверное, уже не будет. А покупать за рубежом новое — накладно в связи со значительным падением рубля. Приходится полиграфистам как-то выкручиваться, например, покупать менее автоматизированное оборудование или пользоваться оборудованием б/у.

Другая проблема отрасли — это конкуренция полиграфии с возможностями интернета. Интернет нанес удар по отрасли. Однако время показало, что, к примеру, печатная книга не теряет своей популярности, а интернет-реклама далеко не так эффективна, как печатная реклама. Оценивая последние несколько лет, можно сказать, что мы не только не проиграли эту конкурентную борьбу, но даже вышли из неё с некой положительной динамикой.

Как говорят в преферансе — «плачь больше, может, карта придет!». С этой позиции могут быть оправданы разговоры о выживании отрасли. Тем не менее, мы смотрим в будущее с оптимизмом. Даже в сегодняшних условиях в нашей стране появляются новые производства, новые предприятия, причем нередко уникально

оснащенные! В полиграфической отрасли активно развивается и широкоформатная, и офсетная печать на основе UV-технологий, все привычной становится латексная печать в оформлении интерьеров, активно расширяются возможности печати на тканях.

— Вы можете сравнить состояние отрасли в нашей стране и за рубежом?

— Я много езжу, наблюдаю. Был в полиграфиях Германии, Люксембурга, Японии. Конечно, они очень много работают, много печатают. Сравнение состояния полиграфической отрасли у нас и за рубежом будет не в нашу пользу. Ответственная полиграфия очень бурно развивалась в 2000-х годах, примерно до кризисного 2009 года. Потом развитие притормозилось. Но даже с учетом этого динамичного начала в новом веке наша отрасль до сих пор очень сильно отстает от уровня развития полиграфии за границей.

— Ваша компания «ФОРТ ДИАЛОГ — Исеть» в 2015-м году отметила свой 25-летний юбилей. Редакция журнала поздравляет Вас с этим значимым событием! Поделисьте секретами, что нужно делать для успешного и динамичного существования на рынке на протяжении четверти столетия?

— Я очень люблю свою работу, получаю огромное удовольствие от того, чем я занимаюсь. Наверное, это важная составляющая успеха. Что касается конкретных принципов деятельности, могу привести несколько своих установок. Я никогда не был сторонником того, что нужно добиваться эффективной работы предприятия за счет сокращения расходов. Да, бывают непростые времена. Да, хочется, чтобы компания была производительной. Но: добивайтесь эффективности за счет увеличения доходов, а не сокращения расходов! Это так кажется сначала — вроде бы сократил расходы, уволил сотрудников или убрал рекламу, и компания вновь на плаву. На самом деле, это мина замедленного действия. И сокращение расходов в ближайшем будущем неизменно приведет к сокращению доходов.

Кроме того, говоря о конкретных действиях, скажу о необходимости учета внутренней деятельности. Это финансово-экономический, управленческий учет. Он по-

зволяет понять, в каких направлениях своей деятельности нужно сконцентрироваться, где нужно поддержать уровень или повысить его. Также необходимо планирование и в дальнейшем следование намеченному плану или его корректировка, соответствующая текущим условиям.

Важна команда, люди вокруг тебя — семья, сотрудники. Считаю, нужно с добром относиться к людям, стараюсь создать вокруг себя доброжелательную атмосферу. В рамках компании — это различные корпоративные мероприятия, а также дополнительная поддержка «долгожителей» — тех, кто давно в компании. А у нас есть люди, которые уже 20 лет работают в «ФОРТ ДИАЛОГ — Исеть»!

А еще важен творческий подход, чем бы ты ни занимался. Нужно генерировать идеи в своем поле-деятельности. Смотришь, анализируешь как развиваться, думаешь, что лучше делать в каких-то конкретных условиях. И это будет уже твое развитие, твои личные успехи и достижения.

— Как Вы восстанавливаетесь физически и эмоционально? Что любите делать в свободное от работы время?

— Рыбалка — главное мое увлечение. Раз в неделю, по выходным, в любое время года, выезжаем с другом на рыбалку. Там вообще отключаешься от внешнего мира, часто заезжаешь туда, где сотовая связь не берет.

Общение с близкими друзьями — тоже особенное удовольствие. Книги люблю читать. Путешествуем с женой — по Европе, на другие континенты, на чемпионаты. Ну и, конечно, очень заряжает общение с внуками, а их у меня четверо.

— Что пожелаете коллегам по отрасли?

— Нужно верить, что впереди будет лучше, чем сегодня! Нужно любить свою работу, тогда легче преодолеваются и трудности, и проблемы. Желаю также коллегам прирастать в бизнес-показателях. Как бы сложно ни было, это вполне реально даже в таких условиях!

Елена Чебыкина



Дорогие друзья!

У Нового года — особый статус. Это единственный праздник, от которого ждешь не просто чудес, но и исполнения всех задуманных желаний! Значит, сказка сбудется! С наступающим вас Новым Годом и Рождеством! Верьте в свои силы, в свои возможности, не падайте духом, любите и будьте любимы, не бойтесь и смотрите на мир с позитивом!

*Людмила Трошина, руководитель проекта «Печатный бизнес»*

## Уважаемые партнёры!

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

## СОДЕРЖАНИЕ

### ГОСТЬ НОМЕРА

- 1 Александр Корлыханов: «Я с оптимизмом смотрю в будущее!»

### НОВОСТИ ПЕЧАТНОГО БИЗНЕСА

- 6 Семинар для полиграфистов от компании «Гейдельберг-СНГ»  
7 Новый Enthroner 529 в ГУ «Северное издательство»

### СОБЫТИЕ

- 8 Печатная машина нового поколения

### МЕРОПРИЯТИЕ

- 10 Компания «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть»:  
25 лет на полиграфическом рынке

### БЛИЦ-ОПРОС

- 14 Эксперты полиграфической отрасли делятся итогами и планами

### АКТУАЛЬНО

- 18 Ламинирование и инкапсуляция: просто, надежно и эффективно  
24 «ОктоПринт Сервис»: об итогах года — с оптимизмом!  
26 От Марсалы — к Розовому кварцу: цвет в полиграфической печати

### ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

- 20 Уход за печатной машиной

### ОБОРУДОВАНИЕ

- 23 Автоматический перфоратор ЛПА-420: новая версия

### В ПОМОЩЬ ПОЛИГРАФИСТУ

- 28 Шкала цветового охвата модели цвета CIE LAB для полиграфии



# ПЕЧАТНИК.com

ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

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

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

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



**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ УЖЕ СЕЙЧАС!**

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



Serving your success.



europapier

## С НОВЫМ ГОДОМ И РОЖДЕСТВОМ!

Пусть все, что радует и греет —  
Перенесется в Новый год,  
И ветер перемен навеет  
Судьбы счастливый поворот.  
Так с Новым Годом! С Новым Счастьем!  
Пусть будут с Вами навсегда  
Любовь родных, друзей участие  
И мир на долгие года!

000 «Европапир»  
[www.europapier.ru](http://www.europapier.ru)



[www.grs1.ru](http://www.grs1.ru)

## Уважаемы друзья, коллеги, партнеры!

Компания СК Графические системы  
от лица всего коллектива поздравляет  
с Новым 2016 годом и Рождеством.

Благодаря нашим совместным усилиям реализуются  
новые проекты и планы на высоком, качественном уровне.  
Примите наши самые искренние поздравления с праздником!  
Пусть Ваша энергия и оптимизм помогут в достижении  
новых высот, опыт и интуиция подскажут новые цели,  
а удача всегда будет  
Вашей доброй попутчицей!

**Графические  
системы**

8 (343) 286-01-28, 8-912-696-01-28



# ДОСТУПНАЯ ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ ЦВЕТОМ



## OKI® СМУК+1\*

ТОЛЬКО ДО 31 ДЕКАБРЯ 2015 ГОДА  
ПРИНТЕР OKI ES 9541, СМУК+1 ПО СПЕЦИАЛЬНОЙ ЦЕНЕ

### всего 1'241 тыс. рублей

дополнительно бесплатно вы получаете в подарок  
комплект тонеров на 242 000 рублей!

\* дополнительные цвета, устанавливаемые в принтер - белый или прозрачный, светящийся в УФ,  
замена одного цвета на другой производится оператором меньше чем за 5 минут



Приобрести принтер OKI ES 9541 по специальной цене вы можете только у нас:  
«ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть», г. Екатеринбург, ул. Декабристов, 75,  
тел/факс: (343) 351-75-90, r.zyryanov@fdialog.ru, Роман Зырянов



## С Новым годом! С Рождеством!

**К**азалось бы, все мы безоговорочные реалисты, в сказки особо не верим, надеемся только на себя и к любым неожиданным сюрпризам относимся настроенно. Но все наши убеждения в корне начинают меняться именно во второй половине декабря. Как только календарь подступает к 20-м числам, мы начинаем ждать: чудесных превращений, долгожданных встреч, нереальных преобра-

зований и сумасшедших взлётов. Мы начинаем ждать перемен. Зигзаг судьбы, который просто обязан появиться в новогоднюю ночь, уже заранее приравниваем к тому долгожданному счастью, которого (как нам кажется!) так не хватало в течение всего уходящего года... Так почему бы нам не пофантазировать, не помечтать? Говорят, мысль материальна. А это значит, что любая мечта имеет шанс реализоваться!

Только здесь надо быть поаккуратнее — потому как под Новый год в душе каждого из нас просыпается ребенок. Представляете, что он в состоянии натворить?! Хотя, с другой стороны, ничего в этом страшного нет. Ведь мы все ждём сказку — яркую, блестящую, нереально-бесшабашную, в гирлянде разноцветных шаров и мишуры, пахнущую мандаринами и еловыми ветками. И обязательно — со счастливым концом!

Так в чём же дело? У Нового года — особый статус. Это единственный праздник, от которого ждешь не просто чудес, но и исполнения всех задуманных желаний! Значит, сказка сбудется!

С наступающим вас Новым Годом и Рождеством! Верьте в свои силы, в свои возможности, не падайте духом, любите и будьте любимы, не болейте и смотрите на мир с позитивом!

# СЕМИНАР ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ ОТ КОМПАНИИ «ГЕЙДЕЛЬБЕРГ-СНГ»



Работа семинара была четко регламентирована: после того, как приветствия завершились, начались выступления экспертов. Первым взял слово Николай Сапошников, руководитель отдела продукт-менеджмента допечатного оборудования «Гейдельберг-СНГ». Он доходчиво, без излишней загруженности терминами, рассказал о новинках оборудования, которое компания предлагает для оптимизации допечатных процессов. Например, он подробно остановился на характеристике работы Prinect Integration Manager. По сути это центр управления типографией на основе формата JDF. Данный модуль объединяет все типографские процессы, от допечатной подготовки до печати и послепечатной обработки, и обменивается информацией с Административно-информационной системой (MIS).

О технических характеристиках печатных валов SAPHIRA PRO рассказал технолог-консультант компании Владимир Фарнасов. Принцип работы валов и рекомендации по эксплуатации в режиме он-лайн визуализировались тестами, что немало важно при презентации аналогичного оборудования. Затем участников пригласили ознакомиться с термальными пластинами SAPHIRA — их категориями, технологиями, возможными способами записи изображения и, что немало важно, с характерными проблемами, которые могут возникнуть при выводе и эксплуатации пластин. А чтобы максимально «проникнуть в суть» пластины, была представлена пошаговая схема ее производства — от катушки алюминия до конечного результата.

Семинар работал в течение всего дня. Участники говорили и о применении инновационных материалов в полиграфии, и о новых решениях компании Heidelberg для полиграфических процессов, и о расходных материалах, и о ценовой политике, которая сегодня немало важна при принятии большинства решений, и о многих других актуальных вопросах.

Итак, работа завершена. Участники подводят итоги. Поэтому насколько продуктивной и полезной оказалась информация, полученная на мероприятии, каждый решит сам.

**Инна Ожерельева**

Как известно, истина рождается в споре. А истина для полиграфиста должна быть не просто технически доказанной, но и визуально подтвержденной!

12 ноября 2015 года компания «Гейдельберг-СНГ» провела семинар для полиграфистов уральского федерального округа и республики Башкортостан. Мероприятие было организовано при содействии кафедры полиграфии и веб-дизайна Уральского федерального университета (УрФУ). Прошло оно в Екатеринбурге, в самом центре города — в конгресс-холле БЦ «Палладиум», что на ул. Хохрякова, 10. Место было выбрано удобное — сюда можно достаточно быстро добраться как от железнодорожного вокзала, так и из аэропорта Кольцово.

Семинар ждали, к нему готовились, поэтому предварительно ознакомиться с программой можно было на сайте компании. Кстати, участие в работе семинара было абсолютно бесплатным — главное, вовремя

успеть зарегистрироваться и подать заявку. Тема же для разговора и обсуждения была посвящена новейшим решениям Heidelberg, предназначенным для ключевых этапов полиграфического производства.

Мероприятие стартовало в 10:00. Ринат Адиатуллин, руководитель РЦ Екатеринбург «Гейдельберг-СНГ», поприветствовал всех присутствующих, поблагодарил за участие и выразил надежду, что семинар будет не только интересным, но и плодотворным. Затем от имени администрации Екатеринбурга выступил Максим Афанасьев, председатель комитета по организации бытового обслуживания города. От имени УрФУ гостей и участников приветствовал старший преподаватель кафедры полиграфии и веб-дизайна Дмитрий Тарасов.

# НОВЫЙ ENTHRONE 529 В ГУ «СЕВЕРНОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО»



Компания «ЯМ Интернешнл» сообщает, что силами уральских и московских специалистов в ГУ «Северное издательство» (Ямало-Ненецкий автономный округ, г.Салехард) была установлена пятикрасочная печатная машина KOMORI En throne 529. Нельзя не отметить первый в своем роде сложный опыт доставки оборудования в этот отдаленный регион нашей страны.

Государственное учреждение «Северное издательство» создано 1 января 2008 года. С 2012 года в ГУ «Северное издательство» вошли редакции журналов «Северяне», «Ямальский меридиан», газет «Красный Север», «Няръяна Нгэрм» и «ЛУХ АВТ», тогда же в структуру учреждения вошло Государственное унитарное предприятие «Издательство «Красный Север». Таким образом, реорганизованное учреждение получило возможность предоставлять и полиграфические услуги.

«Типография «Северного издательства» — это типография полного цикла, включающая в себя допечатное, печатное производство, послепечатную обработку и упаковку готовой продукции. Приобретение KOMORI En throne 529 — важный шаг в развитии полиграфической отрасли на Ямале, который стал возможен благодаря Правительству Ямало-Ненецкого автономного округа и лично губернатору Дмитрию Николаевичу Кобылкину. Универсальная печатная машина формата В2 позволяет с одинаково высокой эффективностью печатать на бумаге и кар-



тоне, что необходимо нашей типографии при изготовлении различных видов продукции», — отмечает Ярматов Эдуард Рифкатович, директор «Северного издательства».

Установленную машину отличает достаточно высокий уровень автоматизации — все настройки печати осуществляются с пульта управления над приемкой. Она оснащена системой спектроденситометрического контроля PDC-SE (располагается на пульте управления PQC-U), а также системами производственного контроля

PDM II и предварительной настройки красочных аппаратов по данным CIP ¼. Максимальная скорость печати — 13000 отт/ч., диапазон толщины листа 0,04-0,6 мм.

Компания «ЯМ Интернешнл» надеется, что новая печатная машина от японского производителя придаст новый импульс развитию типографии ГУ «Северное издательство».

*По материалам компании «ЯМ Интернешнл»*



## ПЕЧАТНАЯ МАШИНА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Любое новое изобретение всегда воспринимается с некой долей удивления — казалось бы, всё что необходимо для производства (бизнеса, развития, продвижения и пр) уже давно присутствует на рынке и ждать появления «очередного велосипеда» просто нет смысла! Но, как показывает практика, технические возможности неисчерпаемы!

Накануне в Екатеринбурге прошла презентация безусловной новинки не только для регионального, но и российского полиграфического рынка. Компания RICOH продемонстрировала шестикрасочную печатную машину RICOH PRO C7100X. Демонстрация проходила в рамках семинара для полиграфистов, посвященного комплексным решениям для типографий на базе новейших цифровых печатных машин RICOH PRO и финишного оборудования. Как прокомментировал событие

Уникальным в этот день было и мероприятие, и представленное оборудование, подчеркнул **Андрей Дынкин, менеджер по продажам решений для промышленной печати компании Ricoh (г. Москва)**. «Не каждый день можно увидеть «вживую» демонстрацию практически полного комплекса новейшего оборудования для цифровой типографии. Но особенно хотелось бы подчеркнуть некоторые характеристики машины RICOH C7100X, благодаря которым она дает



**Михаил Шахминский, региональный представитель по уральскому региону компании Ricoh Rus (г. Екатеринбург)**, это первое мероприятие подобного уровня. И оно в определенном смысле стало знаковым как для компании Ricoh, так и для полиграфии уральского округа в целом. Компания Ricoh провела его совместно с партнерами — ГК «ТЕРРА ПРИНТ» (г. Москва) и компанией «Графические системы» (г. Екатеринбург). Поэтому помимо печатного оборудования под японским брендом Ricoh на семинаре был представлен полный спектр финишного оборудования для полиграфии сторонних производителей. «Такой тандем (печатная машина плюс дополнительное оборудование) в перспективе позволяет нашим заказчикам сделать полный цикл производства на своих предприятиях, — продолжил Михаил Шахминский.

преимущества типографиям. Машина позволяет работать на различных материалах плотностью до 360 г/м<sup>2</sup> со скоростью до 80/90 стр./мин, при этом не снижает скорость печати в диапазоне плотностей до 300 г/м<sup>2</sup> и поддерживает максимальный формат — до 330,2x700 мм. Машина имеет 5 красочных секций и поддерживает 6 цветов — CMYK + дополнительные (белый и прозрачный). Благодаря высокоточной системе привода C7100X позволяет печатать в несколько прогонов, что значительно расширяет область применения машины, а продвинутые системы контроля и компенсации износа расходных и ресурсных материалов обеспечивают стабильно высокое качество. Мы рады, что несмотря на высокий сезон, наше мероприятие заинтересовало многих полиграфистов региона».





СЕРГЕЙ БАКШИШ

Михаил ШАХМИНСКИЙ, Анна РЕЗНИКОВА, Андрей ДЫНКИН

Евгений МАКЕЕВ

Дмитрий ТАРАСОВ

Аналогов RICOH PRO C7100X в уралосибирском регионе пока нет. На сегодняшний день такие машины есть в компаниях центральной части России, а вот на Урале она появилась впервые. «Это безусловная новинка года, — говорит **Сергей Бакшиш, директор СК «Графические системы» (г. Екатеринбург)**. — Данная цифровая машина имеет дополнительно лакировальную секцию и белый цвет. Плюс ко всему довольно производителю работает с широким спектром бумаг — как дизайнерскими, так и банерными. Еще одна уникальность — это себестоимость печати. На такой машине она самая низкая в подобном классе оборудования».

Презентация оборудования в таком формате (совместная выставка-семи-

рять», естественно — тоже. Да, экономическая ситуация сказывается на полиграфии, — соглашается **Анна Резникова, руководитель дилерского отдела ГК «ТЕРРА ПРИНТ» (г. Москва)**. «И мы это прекрасновидим, так как занимаемся постпечатным оборудованием. Например, если раньше мы сотрудничали с офсетными типографиями, то сегодня ситуация несколько другая — из-за того, что тиражи существенно сокращаются, все начинают переходить на цифровое оборудование. Естественно, и мы не стоим на месте, стараемся поддерживать все те новинки, которые презентуют производители. Сегодня впервые показываем фальцевально-бигвальную машину с возможностью перфорации, которая разработана исключительно

цветопередача, и самое главное — возможность печатать дополнительными цветами, которые имитируют лак. А также — белая подложка, что достаточно интересно, особенно — для рекламного рынка. Вообще рынок рекламной полиграфии — это именно то, на что и рассчитаны такие машины. Соответственно при достаточном уровне местного сервиса подобные машины вполне могут существенно заменить офсетный парк».

Но самое главное — машину RICOH PRO C7100X можно было «потрогать»! А «вживую» оборудование гораздо интереснее смотреть, соглашается **Евгений Makeev (директор компании «Печатный салон «Гармония» г. Пермь)**. «В буклетах презентация, конечно, красивая, но не всегда понятная. Поэтому прежде чем купить машины такого уровня, их нужно как следует изучить, посмотреть, пощупать, вскрыть. Лишь путем тактильного ощущения можно понять — подходит ли она тебе непосредственно как владельцу бизнеса. Мероприятия подобного уровня и подготовки сегодня проводятся не часто. Региональных выставок практически нет. По крайней мере, в Перми уже давно не было. А здесь всё «вживую!»».

Машина RICOH PRO C7100X — универсальная машина. Это практически минитипография для производителя среднего и выше среднего уровня оборота. «Компании с небольшим документооборотом такой машиной не заинтересуются, — подводит итог Сергей Бакшиш. — Для них это не очень интересно. Объемы печати на ней должны быть немаленькие. Поэтому потенциальные клиенты — это крупные рекламные агентства, крупные копировальные центры, типографии. Все те, кто уходит от длинных офсетных тиражей на короткие цифровые, кто задумывается о покупке цифровых машин и замене офсетного оборудования. Им это будет интересно».

Семинар-презентация работу завершил. Машина RICOH PRO C7100X своё дело сделала — впечатление произвела и воображение поразила. Так что новую страницу в полиграфическом оборудовании можно считать открытой!

**Инна Ожерельева**



нар трех компаний) также проходила впервые. «Мы собрали ведущих полиграфистов региона, — подчеркнул Сергей Бакшиш. — Думаю, машина станет интересна им даже в непростое кризисное время. Сегодня многие задумались об обновлении парка и расширении видов услуг. Поэтому дополнительно к машине мы вставили ряд постпечатных машин — например, ГК «ТЕРРА ПРИНТ» представила различные термопереплетные машины, оборудование под календарную линию. Я считаю, интерес к нему очень живой — в данном диапазоне оборудования соотношение цены и качества более чем оптимальное. И есть уверенность, что люди, которые задумались о покупке подобного оборудования, будут довольны».

Потому как кризис кризисом, но полиграфический рынок останавливаться на достигнутом не собирается. И «замы-

для цифровой печати. Для тех типографий, которые работают с дизайнерскими плотными бумагами (от 120 до 400 гр. плотностью) и у которых есть необходимость фальцевать. Она очень простая в эксплуатации — например, в блоке управления нет ни одного слова, только значки, цифры и стрелочки, что существенно упрощает процесс работы».

Итак, благодаря RICOH PRO C7100X открывается новая страница в оперативном полиграфическом оборудовании. Заявление немного высокопарное, но вполне объективное, считает Дмитрий Тарасов, представитель кафедры полиграфии и веб-дизайна УрФУ (г. Екатеринбург). «Данные машины позволяют изготавливать продукцию, которая раньше могла быть изготовлена только офсетным способом. У них широкий диапазон материалов, большой выбор сортов бумаг и форматов бумаг, у них прекрасная



## КОМПАНИЯ «ФОРТ ДИАЛОГ-ИСЕТЬ»: 25 ЛЕТ НА ПОЛИГРАФИЧЕСКОМ РЫНКЕ

В компании «Форт Диалог» уже стало доброй традицией отмечать знаковые события своей деятельности выставочными мероприятиями. Ну, а «серебряный юбилей» — это событие вдвойне знаковое! 25 лет на полиграфическом рынке региона — таким значительным сроком на сегодняшний день мало какая компания может похвастать. Причем, не только на Урале, но и в России. Ровно 25 лет «Форт Диалог» поставляет полиграфистам только качественную технику проверенных брендов. Как подчеркивают представители компании — в их ассортименте никогда не было никаких китайских подделок и прочих ненадежных вариантов оборудования.



Марина Коваль



Елена Шелепова



Маркус Поуп

**SCHMIED**

ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ  
ИЗГОТОВЛЕНИЯ КНИГ



чем высоким. Все участники семинара, который проводился для специалистов полиграфического рынка, могли в режиме он-лайн ознакомиться с любым понравившимся и заинтересовавшим экспонатом.

Выставка проходила в конференц-зале компании «Форт Диалог», который находится на ул.Монтёрской,3. Место для полиграфистов известное — здесь уже неоднократно проводились презентации, семинары и встречи со специалистами. Но в этот раз организаторский размах был «на высоте» — под демонстрацию техники использовали практически весь третий этаж.

«В этом году мы пригласили представителей европейских производителей, поставщиков техники Schmedt, Duplo, Multigraf, Wohlenbг — **рассказал Павел Липатников**, менеджер по маркетингу компании «Форт Диалог», — а также тех, кто активно ее использует — вплоть до самых маленьких копицентров, плюс — областные типографии (они тоже сегодня переходят на цифру). Выставка проработала один день в открытом режиме. Второй день стал закрытым — это был семинар с подробной теоретической характеристикой работы оборудования. На нем также выступали представители компаний-производителей. Они знакомили наших менеджеров с новой техникой, которой у нас пока нет, но которую планируем закупать».

Ни одному производителю не нужно объяснять, что именно оборудование является основой всего производственного комплекса. Вложение денег в производственную машину — это своеобразная закладка фундамента собственного бизнеса. Особенно сегодня, когда кризис заставляет рынок полиграфии существенно переориентироваться. Но выбрать машину по рекламному буклету или на интернетовском сайте — это не самый оптимальный вариант. Ведь никто из нас не покупает легковой автомобиль таким образом? Поэтому оборудование нужно увидеть, протестировать в действии и почувствовать — насколько оно твоё.

Собственное 25-летие компании «Форт Диалог» отметила грандиозной выставкой полиграфического печатного и послепечатного оборудования. Были представлены порядка 40 образцов единиц техники, часть из которых в Екатеринбурге выставлялась впервые. Поэтому интерес к ним был более

Мероприятие проходило в достаточно энергичном режиме. Основная часть времени была посвящена демонстрации возможностей оборудования и технологий в работе. Вопросов у посетителей, естественно, возникало очень много. И, кстати, ни один из них не оставался без ответа — представители европейских заводов-производителей с готовностью отвечали на них, параллельно демонстрируя работу машин в действии. На выставке-семинаре были и представители российских компаний-дистрибьюторов.

Из новинок, с которыми можно было познакомиться на выставке — одна из самых компактных ВШРА Duplo DBMi Saddle System, крышкоделательная линия Schmedt PraDeck, новая серия автоматических программируемых резательных машин Duplo DC 646 и линейки от компании Multigraf. Для небольших производств — специально разработанный компанией OKI четы-

**Марина Коваль,**  
торговая компания  
«Альфа Тех плюс»  
(г. Новосибирск):

**М**ы представляем здесь американское оборудование Hewlett Packard — латексные универсальные широкоформатные плоттеры **HP Latex 330**. У таких принтеров есть возможность печатать на очень большом ассортименте различных материалов — бумага, пленка, холсты, ткань, банеры... В общем, все, что хочет клиент попробовать — на нем можно делать. Сейчас экологическая чистота чернил и отпечатков в полиграфии стоят на первом месте. Наши принтеры соответствуют всем требованиям. В Европе уже давно доминирует латексное оборудование. В России за последние 2-3 года его тоже немало появилось. В общем, прогресс ощущается.

рехцветный принтер с белым цветом OKI C920WT. Его представляли в составе комплекса трансферной печати по цветным и темным тканям и твердым поверхностям.

Еще одна интересная новинка — широкоформатный латексный плоттер HP Latex 330, это уже третья серия экологичных латексных плоттеров, у которых удалось еще больше снизить температуру запекания чернил, что еще больше расширило спектр запечатываемых материалов.

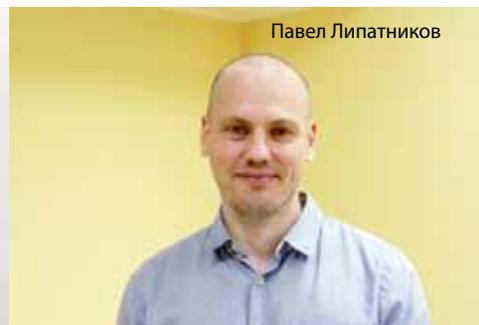
Выставка оборудования завершила работу. Нам была интересна точка зрения участников, представителей европейских компаний. Разговор традиционно прошел в режиме «вопрос-ответ». Интересовало всё — и точка зрения на российский (и региональный в частности) полиграфический рынок, и перспективы дальнейшего сотрудничества, и ближайшие планы.



Роберт Баррер



Лукаш Седлачек



Павел Липатников



Итак:  
**— Как вы оцениваете на сегодняшний день в состоянии кризиса российский рынок полиграфии?**

*Маркус Поуп, компания SCHMEDT (Германия):*

— Любой кризис, так или иначе, заставляет людей оптимально оценивать свои затраты. Старые решения постепенно отживают, и люди вполне естественно идут в сторону более совершенных. На сегодняшнем мероприятии очень много говорилось именно о современных решениях в полиграфии в сторону автоматизации процесса — о сокращении затрат, сокращении людских ресурсов, о простоте и доступности оборудования, обо всем том, во что мы вкладываем понятие эффективности. Российский рынок очень важен для нашей компании. Даже сегодня, в период нестабильности национальной валюты, количество клиентов и возможностей здесь очень велико. Понятно, что все потенциальные возможности будут реализованы не прямо сейчас. Но если они есть — рано или поздно потребуют реализации. А оборудование, которое мы представляем здесь, предназначено для изготовления твердых переплетов.

*Роберт Баррер, компания MULTIGRAF*

— Цифровой бизнес, который стал до-

ступен малому и среднему уровню предпринимателей на рынке полиграфии, сегодня растет в размерах. Да и во всем мире он растет очень быстро. Поэтому выделять Россию здесь было бы неуместно. Например, наши основные клиенты — небольшие компании, которые раньше были в офсетном бизнесе, а теперь постепенно переходят в цифровой формат. И вот этот цифровой бизнес начинает требовать машины другого класса! Компания MULTIGRAF как производитель машин для постпечатной обработки тоже адаптировалась к рынку и создает модели, которые предназначены для цифрового бизнеса, для цифрового мира. Соответственно большая часть таких решений — для маленького сегмента.

*Лукаш Седлачек, компания Wohlenberg*

— Нестабильность и спад продаж сегодня, конечно, чувствуются. Например, прошлый, 2014 год, был для нас очень интересным и продуктивным. А потом начались проблемы с валютой, и никто не мог конкретно сказать, что будет дальше с рынком. Теперь ситуация постепенно стабилизируется. Так что в планах у нас — увеличивать поставки. Мы поставляем большие клеевые машины для полиграфического рынка, много лет работаем с российскими компа-



ниями, уже продали большое количество оборудования в России. И наше оборудование, несмотря на размеры, предназначено для маленьких предприятий, для тех, у кого цифровая печать.

**— Сегодня, когда мы все переходим на гаджеты, когда статистика утверждает, что падает востребованность в печатной продукции — насколько востребовано такое оборудование? Нет ли опасности, что оборудование может оказаться невостребованным?**

*Маркус Поуп:*

— Статистика не говорит, что падает востребованность печатной продукции.



**Елена Шелепова,  
компания  
«ФортДиалог Исеть»:**

**Т**ехнология термотрансферного переноса — далеко не новинка в полиграфии. Но принтер, который мы сегодня представляем — четырехцветный принтер с белым цветом **ОКИ С920WT** — специально разработан под термотрансферную технологию. Его отличие от других лазерных принтеров — это замена черного тонера белым, без которого невозможен перенос изображения на темные ткани и поверхности. Принтер — бесспорная новинка на полиграфическом рынке. Но здесь есть свои нюансы — это не оборудование для производства в промышленных масштабах — под большие тиражи используется трафаретная печать. Это как раз тот вариант, когда требуется напечатать небольшой тираж, либо персонализированную продукцию. Поэтому принтер больше ориентирован на рекламные агентства, фотосалоны, на небольшие типографии. В качестве дополнительного оборудования к нему нужно приобрести только термопресс — плоский под футболки или кружечный под кружки. С этим принтером заказ можно сделать прямо при клиенте.

что-то новое, пробовать, примерять на себе и пр. Это очень большой опыт для нашей компании. А учитывая опыт общения с потенциальными клиентами в других странах, я вижу большие перспективы развития для нас.

*Роберт Баррер:*

«Форт Диалог» всегда славится тем, что проводит мероприятия очень основательно и серьезно. Это свойственно Уралу — здесь очень хорошее сообщество людей.

**Инна ОЖЕРЕЛЬЕВА**



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



Ежегодные исследования рынка показывают, что количество печатной продукции не падает. Оно просто видоизменяется. Сокращается количество тиражной продукции, сокращаются тиражи газет и журналов, даже рекламных буклетов. В общей сложности мы не стали меньше печатать. И такая ситуация характерна для большинства. Люди теперь делают больше разных и красивых материалов. Например, печатают не только каталог, но и образец продукции в нем, таким образом делают его более удобным, интересным. Плюс сократилось количество различных справочников.

Конечно, падает и количество тиражей, и количество книг. Но всем же понятно, что мы никогда не уйдем от книг. С одной стороны есть исследования, что количество тиражей и экземпляров сокращается, с другой — в таком же соотношении растет наименование книг, которые хотят быть напечатанными. Растет количество писателей. И есть понимание, что подобная тенденция, которая сейчас появилась на рынке, также реализуется цифровыми технологиями. В 80-х годах при слове «напечатать» приходила на ум офсетная типография. На тот момент рынок не было готов к такому количеству писателей. Единство, кто сейчас испытывает какие-то сложности, это компании — производители огромных машин. У них производство сократилось, и они вынуждены серьезно менять стиль работы. Наш сегмент рынка (цифровой) растет. Мы позиционируем свое оборудование, которое может производить тиражи от одной копии, так что профессионально на них можно сделать от одной-двух книг и выше. Но мы можем с большой скоростью делать и большой тираж. В общем, надо постоянно соответ-

ствовать своим клиентам. Кстати, в японском языке иероглиф «кризис» имеет два значения — проблема и возможность. Так что каждый волен сам выбирать, на каком остановиться.

**— Полиграфическая жизнь в Екатеринбурге намного отличается от жизни в других регионах РФ?**

*Роберт Баррер:*

— Темп жизни в Екатеринбурге, как мне показалось, абсолютно другой. Но по отношению клиентов никакой разницы не чувствуется. И в Москве, и здесь одинаковый уровень заинтересованности к новым технологиям. А если сравнивать Россию и другие страны, то в принципе сегодня тенденции единые — и скандинавские страны, и восточная Европа в развитии и продвижении технологий имеют некоторую задержку от тех стран, которые задают тон, где сосредоточено производство — Германия, Франция, США, Япония, Англия. В России не самая худшая ситуация. На юге Европы, в Испании, Италии, значительно тяжелее, чем здесь, и падение полиграфического рынка значительно сильнее ощущается. Так что тенденции по развитию бизнеса одинаковые. Но сейчас очень хорошее время концентрироваться на развитии, на будущем.

**— Как вам мероприятие?**

*Маркус Поун:*

— Очень впечатлен и мероприятием, и количеством людей, и тем, какой уровень коммуникации происходит между компаниями «Форт Диалог» и приглашенными гостями. Я по разговорам вижу, сколько людей заинтересованы нашими технологиями. И что бросается в глаза — здесь люди очень жадные до информации, они хотя узнавать



# ЭКСПЕРТЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ДЕЛЯТСЯ ИТОГАМИ И ПЛАНАМИ



Конец года — традиционное время подведения итогов и планирования новой динамики. Как всегда накануне новогоднего перехода, мы надеемся, что грядущий год сложится непременно более успешно.

Текущая непростая ситуация во всех отраслях экономики ставит новые задачи выживания и роста. Полиграфическая отрасль — не исключение: эксперты говорят о сложностях, стагнации, спаде в этой сфере промышленности. Сложности связаны и с зависимостью отрасли от импорта, и с таможенными препятствиями, и с нехваткой кадров, и с износом оборудования. Вместе с тем представители отрасли видят новые пути развития и точки перелома.

Вашему вниманию — уникальный итоговый материал. На страницах «Печатного Бизнеса» ведущие представители полиграфической отрасли делятся своим опытом. Вы узнаете о возможностях развития в сложных условиях, о разном опыте преодоления кризисных точек, о планах на ближайший год. И судя по тому, как дружно и активно откликнулись полиграфисты на тему материала, будущее у отрасли точно есть!

## Экспертам нашей статьи мы задали три вопроса:

- 1. Каким был уходящий год для вашей компании — достижения, сложности? Как решались трудности?**
- 2. Охарактеризуйте состояние полиграфической отрасли в настоящее время. Какие перспективы могут быть у компаний в текущей кризисной ситуации?**
- 3. Время подведения итогов — это еще и время планирования деятельности в новом году. Какие планы у вашей компании?**

**Ответы — разные, но оттого особенно интересные и полезные для обмена опытом.**



**Нина Светличная,**  
генеральный директор  
«ЯМ Интернешнл (Урал)»,  
(г. Екатеринбург):

1. В целом год для компании «ЯМ Интернешнл» был неплохой. Думали, будет хуже, в душе надеялись на лучшее. Если раньше результаты оценивались к концу года по тому, насколько компания увеличила свое присутствие на рынке, то сейчас для нас самое главное — сохранить ту долю рынка, которую мы имеем. Нам удалось на Урале сохранить всех своих партнеров по бизнесу, наших дорогих клиентов. Пожалуй, это наше основное достижение в 2015 году.

2. Как можно оценивать состояние полиграфической отрасли в кризисное время? Работать становится все тяжелее, рентабельность у всех падает. Меня как поставщика удивляет, что уральские полиграфисты все-таки совсем перестали договариваться между собой. Практически перестали общаться. Как-то раньше это было активнее, может, и не принесло больших результатов, но хотя бы периодически они садились за стол переговоров.

3. Теперь мы уже не мечтаем, а думаем

о мирном небе над головой. Давайте будем терпимее, внимательнее, доброжелательнее друг к другу. В планах — двигаться вперед, не стоять на месте. Всеобщими усилиями не дадим развалиться полиграфической отрасли.



**Антон Перехода,**  
генеральный директор  
ООО «АПОСТРОФ»  
(г. Москва):

1. Год был для компании трудный, чего скрывать. Считаю главным достижением года то, что при всей сложности ситуации с падением продаж оборудования нам удалось сохранить неизменным штат сотрудников, т.е. мы прошли этот год без сокращений и без ужимок. Всем искренне желаю, чтобы следующие года были намного легче.

2. Как охарактеризовать состояние полиграфической отрасли? Это смотря с какой стороны находиться в ней. Мне кажется, что для многих типографий этот год принес скорее разочарование, нежели большие потери. Работы меньше не стало, а вот затраты сильно изменились, расходные материалы и бумага се-

рьезно подорожали. При этом повысить цену конечному потребителю у типографий особой возможности нет, по крайней мере, сейчас. Если говорить про поставщиков расходных материалов — уверен, что у них все хорошо, даже при том, что продажи и снизились, но стоимость рублевая увеличилась вслед за увеличением стоимости валют. Со стороны же поставщиков оборудования положение такое: проекты на «классические машины» — простое оборудование малого класса — практически были единичными. Проекты же на специальные «большие» и «тяжелые» машины как раз и спасли ситуацию с поставками в этом году. Мы произвели несколько интересных инсталляций, и очень довольны таким результатом.

Ближайшие перспективы — ожидать более сложный 2016 год, таковым он будет по моему мнению. Так что необходимо — тянуть лямку, четко контролировать затраты и своевременно реагировать на потребности рынка. Продолжать оказывать услуги высокого качества, т.к. в условиях жесткой конкуренции — это главный критерий сохранения нынешних позиций на рынке.

3. Мечтается об отпуске, которого в этом году у меня не было. Это если

с иронией. Если без нее, то на мечты просто нет времени, впереди много сложной и серьезной, но при этом крайне интересной работы. Есть хорошие проекты, есть и уже открытые среди них, с поставками и инсталляциями для следующего года. Хотелось бы побольше таких проектов в будущем году, что мы и запланировали. Мы много изменили себя в этом году. Глобально изменена система поставок оборудования, а также отшлифована схема работы по условиям поставок оборудования от производителей. Это значит, что клиенты могут покупать машины напрямую с завода на условиях EXW, ведь многие типографии уже давно освоили этот непростой процесс, дающий некоторые преимущества и уверенность в прямых взаимоотношениях с производителем. Также есть планы по выходу на рынки стран таможенного союза, чего поставщики просили от нас давно, но мы все не решались. Похоже, время пришло.



**Виктор Тараскин, руководитель компании «Инновационный сервисный центр «ВТ» (г. Екатеринбург):**

1. Текущий год оказался для нас непростым, были финансовые потери, перебои с заказами. Но радует то, что коллектив с пониманием реагировал на все трудности и, как мне кажется, еще больше сплотился.

В этом году мы стали лауреатами конкурса Правительства Москвы «Лучшее инновационное предприятие г. Москвы».

2. Состояние полиграфической отрасли — кризисное. Будем переориентироваться на другие направления, развивать связи в регионах и за рубежом.

3. Чего хотелось бы — сохранить коллектив, больше думать и учиться, не отчаиваться — переживали и худшие времена.



**Владимир Баландин, директор ООО «Дубль В Центр» (г. Екатеринбург):**

1. Для компании «Дубль В» (г. Екатеринбург) за этот год произошло много событий. Основное — это открытие филиала в Екатеринбурге в мае 2015 г. У компании давно были планы присутствовать на данном рынке, а теперь появилась возможность привлечь опытную команду для организации старта продаж. За прошедшие 8 месяцев года компания «Дубль В» смогла занять заметную долю рынка материалов для полиграфии на рынке г. Екатеринбурга.

2. Полиграфическая отрасль под воздействием рыночных факторов в этом году потеряла заметную часть объемов, это отразилось на всех участниках рынка. На мой

взгляд, на сегодня мы близки к минимальной емкости рынка. Поэтому в перспективе хотелось бы наблюдать длительный процесс восстановления объемов и активности участников рынка. В рамках рыночных перспектив мы рассчитываем более активно заниматься продвижением широкого ассортимента продукции, который предлагает компания «Дубль В» своим клиентам.

3. В планах компании на следующий год — увеличение ассортиментных продаж на рынке Уральского региона. Прежде всего мы говорим о развитии продаж клеев, лаков, переплетных материалов, материалов для дизайна и цифровой печати, фольги, пленок для ламинации — это те группы, которые мы планируем развивать в следующем году. На мой взгляд, только предлагая клиентам широкую гамму материалов, мы сможем иметь конкурентную позицию на рынке.



**Павел Липатников, менеджер по маркетингу «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть» (г. Екатеринбург):**

1. Самым значимым для нас событием уходящего года стал 25-летний юбилей компании «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть», который мы отметили грандиозной выставкой полиграфического оборудования. Подготовка к выставке, возможно, стала самой большой сложностью, с которой столкнулась наша компания. Тут и масштаб выставки, и количество приглашенных гостей и выставляемого оборудования. Но мы достойно справились.

Еще одним из событий стало сотрудничество с компаниями OKI и HP. Выбор этих компаний был далеко не случайным. Нас они заинтересовали в первую очередь своим смелым и новаторским взглядом на развитие печатной технологии.

2. У любой компании, которая опирается на надежных поставщиков и старается быть первой, шанс пережить какие-либо трудности всегда выше. Мы стремимся следовать именно по этому пути.

Полиграфический рынок, как и любой другой бизнес сейчас, переживает общее снижение. Работать стало тяжелее, но без печатной и полиграфической продукции все равно никуда не деться, она остается востребованной. Одним словом, выстоим!

3. В планах — расти и развиваться дальше, а опыт команды и ресурсы компании позволяют успешно достигать поставленных целей.



**Андрей Тягунов, заведующий кафедрой полиграфии и веб-дизайна, Институт радиоэлектроники и информационных технологий УрФУ (г. Екатеринбург):**

1. Год оказался очень непростым. В связи с полным переходом на бакалав-

риат и магистратуру произошло сокращение нагрузки, что повлекло уменьшение заработной платы. Возможным решением этой проблемы было бы сокращение части преподавателей, но это даже не обсуждалось. Главная задача в этот непростой период — сохранение коллектива. Достижения, безусловно, были, но выделить бы хотелось проведение двух форумов — зимнего и летнего, организованных кафедрой для поддержания диалога полиграфистов Уральского региона. Думаем, это начинание будет полезно всем.

2. Что касается ситуации в отрасли, в целом усилилось параллельное с классическими видами печати применение цифровых технологий. Многие офсетные типографии пополнили свой арсенал струйными и электрофотографическими машинами. Производители классических печатных машин приступили к выпуску цифровых. Мы буквально на пороге новой технологической революции. В этой ситуации у кафедры перспектива очень понятная — расширение учебного материала по цифровым технологиям печати.

3. Конечным продуктом в деле подготовки специалистов должен быть не технолог с определенным набором компетенций, предлагаемый в существующие типографии, а стартап из нескольких выпускников, выходящих на полиграфический рынок со своим продуктом.



**Елена Лесунова, руководитель филиала ООО «ОктоПринт Сервис» (г. Екатеринбург):**

1. Компания «ОктоПринт Сервис» в нынешнее кризисное время, также как и наши конкуренты, испытывает себя на прочность. За прошедший год по всем подразделениям фирмы проведена оптимизация затрат по используемым арендным офисным и складским площадям. Так, например, филиал г. Екатеринбурга сменил недавно свой офис. Однако кадровый состав за этот год в общем по компании увеличился на 10%. Это сделано для того, чтобы не смотря ни на что наши клиенты не испытывали недостатка внимания, и наши материалы были в каждой типографии страны!

Также среди сложностей нашей компании — своевременная оплата и стабильный объем. Они были всегда важными показателями, но в такое время, как сейчас, эти показатели и объема, и своевременной оплаты очень низкие. Отсюда общие проблемы на рынке.

Наша компания является дочерним предприятием 2-х немецких концернов: HUBER group и Conti Air. Партнерские отношения у нас, как обычно, крепкие и не подвержены санкциям и другим политическим разногласиям.

2. Мы живем в очень интересное время, а именно — во время больших перемен, в том числе — в нашей родной полиграфической отрасли. Кризис — это как раз



и поймать попутный ветер. Вместе с нашими уважаемыми партнерами, уверен, мы всё преодолеем, и следующий год будет лучше, продуктивнее и веселее!



**Людмила Трошина,**  
**руководитель**  
**журнала**  
**«Печатный Бизнес»**  
**(г. Екатеринбург):**

1. Год уходящий для всей полиграфической отрасли был достаточно сложный. И печатники это почувствовали на себе как никто другой — тиражи сокращались, у многих печатные версии журналов вообще закрылись. Но мы выстояли, и данный факт я считаю серьезным достижением. «Печатный Бизнес» выходил в свет в течение всего года, мы «продвигали себя» в соцсетях, развивали электронную версию, улучшали работу сайта, принимали участие в профильных выставках, активно сотрудничали с нашими клиентами. И поэтому могу уверенно заявить: кризис — это не повод ставить точку и уходить в тень. Кризис — это еще один шанс проверить себя на прочность, это возможность проанализировать свои действия и, исходя из этого, спрогнозировать дальнейшую работу.

2. Полиграфический рынок находится в стадии переориентации. Клиент отступает от больших тиражей. Но при этом (что особенно радует) полностью отказываться от печатной продукции не собирается. Да, в какой-то степени бумажные версии изданий начинают выполнять задачи премиального сегмента. Но, быть может, именно на этой волне рынок печатной продукции обретет «второе дыхание». Поэтому большинство компаний сейчас начинает обновлять оборудование, приобретать какие-то новые машины, в общем — вкладывать финансы в дальнейшее перспективное развитие. И это замечательно!

3. Мы уже спланировали тематику номеров на ближайшие полгода. Но ситуация на рынке пока нестабильная, поэтому какие-то изменения в планирование, конечно же, будут внесены. Будем работать дальше, сотрудничать, общаться. Да, печатные версии сократятся, но нас всегда можно читать на сайте и в соцсетях. Заходите!

Итак, эксперты полиграфической отрасли подвели итоги и поделились опытом решения непростых задач. Нельзя не отметить позитивный настрой отраслевиков, который сохраняется несмотря на все трудности. Отрасли есть куда развиваться и где находить точки приложения сил. Для кого-то и вовсе кризис станет полем широких возможностей и откроет новые перспективы. В любом случае хочется пожелать коллегам и партнерам стабильности в новом году, уверенности в будущем и только положительных изменений. С наступающим Новым годом!

**Елена Чебыкина**

показатель всяческих перемен. К сожалению, переносится он тяжело, и не каждый справляется с трудностями в экономическом плане. Развитие замедляется, и товарооборот уменьшается, как следствие — общий показатель экономики снижается. Импортозамещение в полиграфии, как мне кажется, не применимо. Может, поэтому нам, как поставщикам материалов, произведенных в Германии и других странах Европы, это не мешает успешно работать на российском рынке.

О положении в отрасли говорится много, и в целом всегда с грустинкой. Наша позиция — это всегда позиция оптимиста. Помните, что говорит пессимист, видя полупустой стакан воды: «Стакан наполовину пуст», а оптимист — «Стакан наполовину полон!». Так вот — всем, всем, всем мы желаем, чтоб их стакан всегда был полон!

3. Новые возможности для роста всегда существуют: это и дополнительное обучение персонала, и улучшение сервиса обслуживания клиентов, и удобная для клиента ценовая политика. Во главе всех бизнес-показателей в любом случае лежит постоянная ежедневная работа всех сотрудников компании и их желание быть лучшими в своем деле!



**Юрий Баранов,**  
**управляющий**  
**московским**  
**филиалом**  
**компании Lomond**  
**(г. Москва):**

1. Уходящий год был для нашей компании разным, но в целом успешным.

Год начался с того, что один из наших старейших дистрибьюторов объявил себя банкротом. Несмотря на это именно в 2015 году был достигнут очередной исторический максимум продаж продукции Lomond.

«Заработал» наш проект по производству российской термобумаги. Начиная с сентября, мы обеспечены заказами на полную загрузку машины.

2. Наша компания, в первую очередь, занимается производством и поставками расходных материалов для домашней и офисной печати.

В полиграфии сохраняется тенденция уменьшения размера тиража, повышения индивидуальности каждого

заказа и увеличения цветной печати. Что, на наш взгляд, наилучшим образом обеспечивает загруженность компактных цифровых печатных устройств, на поставке расходных материалов к которым как раз и фокусируется наша компания.

3. Мы смотрим в будущее с оптимизмом! В планах на 2016 год: увеличить производство термобумаги. Для этой цели мы планируем установку второй машины для производства термобумаги на нашем производстве в г. Троицке.

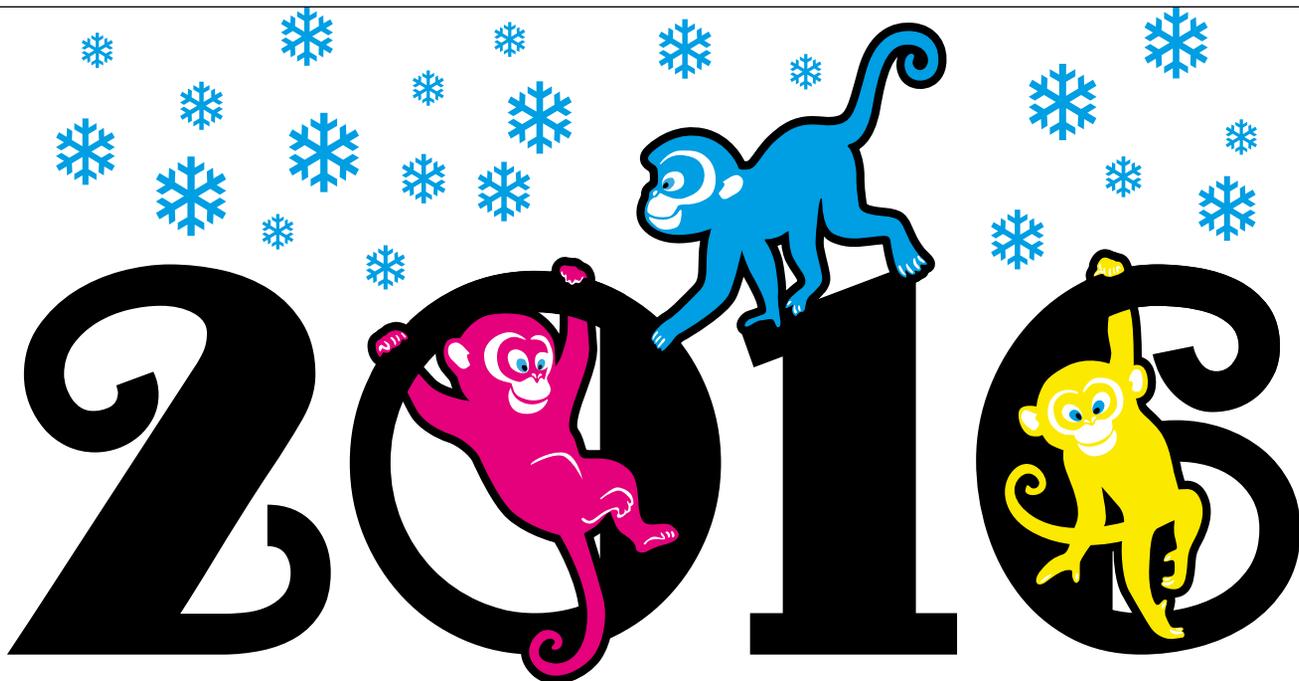


**Фёдор Степаненко,**  
**менеджер проектов**  
**ООО «ЭКСПО-ПАРК**  
**ВЫСТАВОЧНЫЕ**  
**ПРОЕКТЫ»**  
**(г. Санкт-**  
**Петербург):**

1. Мы провели все запланированные проекты, где-то немного просели, где-то показали рост, то есть остались примерно на прошлом уровне. Учитывая общую ситуацию, это можно считать успехом. Наши флагманские выставки – Российский Антикварный Салон и ярмарка интеллектуальной литературы Non/fiction прошли с большим успехом и наглядно показали, что если вы предлагаете уникальный и высококачественный продукт – он будет востребован. Конечно, для достижения тех же результатов пришлось прикладывать большие усилия, оптимизировать процессы, цепляться даже за самые маленькие возможности.

2. Мы – выставочная компания, наш успех зависит от успеха наших экспонентов, участников наших выставок. А так как мы проводим разнонаправленные мероприятия, можем сделать какие-то выводы о состоянии отраслей. И рекламно-полиграфическая, конечно, не на подъеме. Посвященная этому направлению выставка «Дизайн и реклама» показывает, что акценты смещаются в сторону цифровых решений, игроки рынка живут в новой реальности и не все могут к ней приспособиться. Вместе с тем, выставки являются одним из главных инструментов продвижения и то, что по большей части экспоненты остаются с нами, говорит о том, что компании по-разному, но выходят из сложной ситуации.

3. Стараемся учитывать то, что происходит вокруг, в жизни, в мире, на рынке



Желаем **проворно и ловко** двигаться вперед и никогда не падать!



www.oktoprint.ru ❄️ www.zund.ru ❄️ www.hubergroup.ru

 A festive winter scene illustration. A snowman in a top hat stands on the left. In the background, reindeer pull a sleigh across a snowy landscape under a starry night sky. Snowflakes and Christmas ornaments are scattered throughout.
 

Коллектив холдинга  
ООО «Формат» поздравляет  
всех своих клиентов  
и партнеров с наступающим Новым  
2016 годом и Рождеством!

Каждый Новый год у нас традиционно ассоциируется с приятным предвкушением интересных событий, приятных перемен, надеждами на лучшее. Пусть все загаданное Вами непременно сбывается, благосостояние растет, заветные желания исполняются. Пусть уверенность в светлом будущем укрепится в Вас в стократ.

А мы будем прилагать все усилия для того, чтобы оправдать Ваше доверие! Пусть праздники будут яркими, веселыми, запоминающимися! Пусть рядом будут любимые, дорогие сердцу люди! Мира, добра, благополучия Вам и вашим близким! С Новым годом!!!

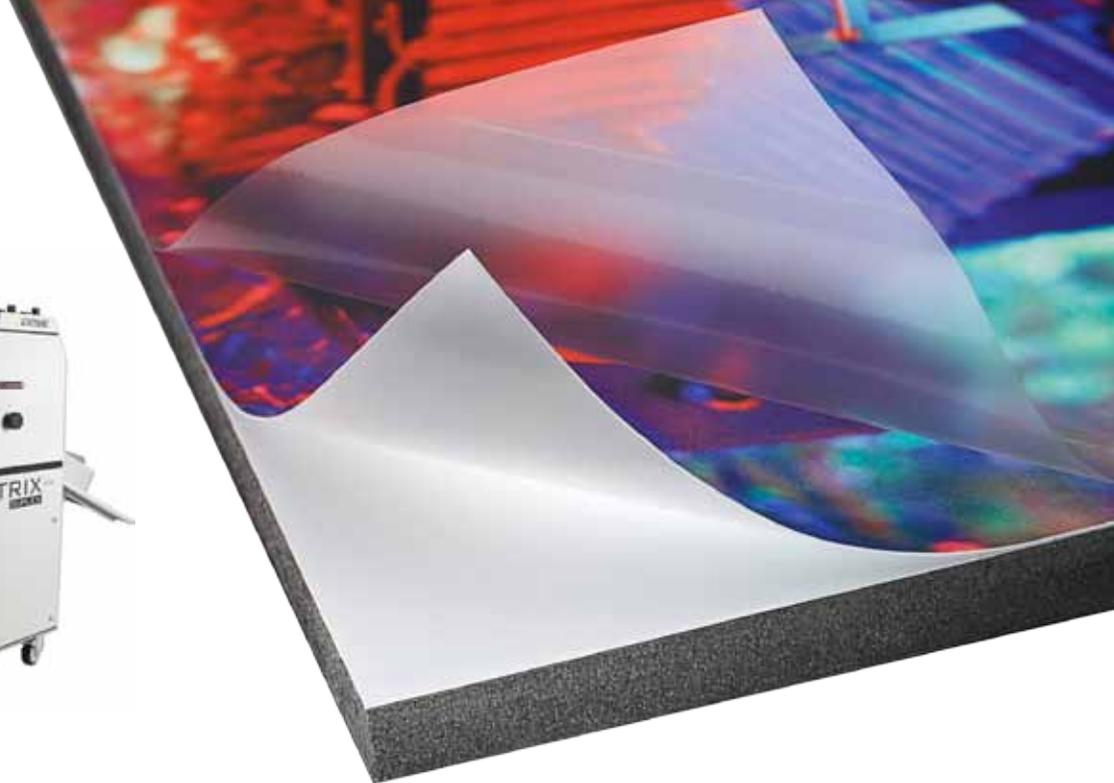
*С уважением, Сергеев Сергей.*



**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



## ЛАМИНИРОВАНИЕ И ИНКАПСУЛЯЦИЯ: ПРОСТО, НАДЕЖНО И ЭФФЕКТИВНО

В условиях современной экономики, когда национальная валюта находится в состоянии нестабильности, особую важность приобретает долговечность товаров. И хотя мы с уверенностью можем сказать, что кризис кредитно-финансовой системы уже не так давит на нас, как пять лет назад, это, все же, не означает, что компании полиграфической отрасли перестали искать пути сокращения расходов без ущерба качеству продукции. Клиенты ценят, когда полиграфические материалы имеют долгий срок службы, поскольку нет смысла тратить деньги на то, что придется заменить уже через пару месяцев.

### Надежная защита

Есть особая область финишной отделки, которая играет немаловажную роль в придании материалу прочности и долговечности. Мы говорим о ламинировании. Покрываете ли вы фотографии незаметным слоем пластика или ламинируете огромный плакат для защиты от внешних воздействий, использование этой технологии будет полезно для типографии как в микромаштабе (улучшается качество продукции), так и более глобально (позитивно сказывается на делах компании).

### Просто, но эффективно

Ламинирование и инкапсуляция позволяют просто, но очень эффективно повысить долговечность полиграфической продукции, а также дают выход на новые рынки. Инкапсуляция придает влагостойкость и защищает от грязи.

Использование инкапсуляции при работе с рулонными принтерами для широкоформатной печати позволяет увеличить прибыль, поскольку печатаемые свето-

копии, карты, плакаты большого формата и постеры можно защитить таким образом от дождя, грязи и снега.

Несмотря на то, что многие типографии, которые привлекают сторонние компании для финишной отделки, не видят финансовой выгоды в приобретении собственного оборудования для ламинирования и инкапсуляции, это может стать идеальным решением в условиях строгой экономии, особенно если использовать новейшие технологии.

Предоставление услуг по ламинированию, инкапсуляции, покрытию фольгой, голографической пленкой или УФ-лакированию позволяет не только сэкономить время, но и увеличить доход. Ранее типографии поручали финишную отделку своим партнерам вместо того, чтобы сделать это самостоятельно. Теперь же полиграфические компании могут оказывать услуги комплексно, что позволяет предоставить клиентам полный спектр услуг в одном месте.

Одной из таких моделей является аппаратура для ламинирования Matrix Duplex

от производителя Vivid, которая недавно поступила в продажу и произвела сильное впечатление на всю полиграфическую отрасль. Возможности этого устройства позволяют производить одностороннее и двустороннее ламинирование — все это на одном аппарате, что также положительно сказывается на финансовой стороне вопроса. Но на этом достоинства Matrix Duplex не заканчиваются, поскольку сфера его применения широка. Стоит отметить его работу с книжными обложками — благодаря точному наложению ориентированной полипропиленовой пленки в процессе ламинирования клей наносится точно на корешок книги, а с помощью брошюратора на PUR-клею можно создать абсолютно ровные плоские обложки.

Последние разработки позволяют не просто осуществлять ламинирование, но и создавать особые эффекты на бумаге. Эта прибыльная услуга в последнее время приобретает все более широкую популярность. Типографии могут создавать уникальную финишную отделку с помощью разноцветной пленки, голографической пленки





и УФ-ламинирования. Для этого не нужны дорогостоящие краски. Все это умеет Matrix.

Тиснение фольгой и УФ-ламинирование долгое время были недоступны рядовым типографиям, и приходилось прибегать к услугам специализированных компаний за большие деньги, так что далеко не каждый мог позволить себе включить эти услуги в свой список. С оборудованием Matrix все это возможно в пределах одного помещения.

Однако с распространением цифровой печати те типографии, которые предоставляли подобные услуги, обнаружили, что вернулись к тому, с чего начинали. При цифровой печати цифровая пленка является обязательным условием для ламинирования, и использование этой технологии более дорогостояще, чем стандартная офсетная печать.

При эксплуатации Matrix Pneumatic Systems становится возможным использование обычной пленки при ламинировании и цифровой печати, что также позволяет сэкономить. Такое новшество достигается дополнительным давлением от пневматических валиков.

### Гибкий подход

Еще один производитель, работающий в данном направлении, — компания D and K Europe, уже более 30 лет поставляющая выгодные и надежные решения в сфере ламинирования и инкапсуляции. Они производят самое различное оборудование — от настольных моделей до полностью автоматических, высокоскоростных и широкоформатных систем — и представляют гибкий подход к разработке решений в области финишной отделки, оперативно реагируя на тенденции рынка.

Так, ситуация на рынке может меняться довольно быстро, и типографиям стоит иметь это в виду при закупке нового оборудования для финишной отделки, поскольку если, например, сейчас данный аппарат удовлетворяет вашим потребностям, все

может стать совсем по-другому уже через год-два.

Вложение в многофункциональное оборудование выгодно, поскольку позволяет работать в режиме «универмага», сокращая время, необходимое на выполнение заказа, и делая компанию более конкурентоспособной, так как нет необходимости производить выплаты сторонним компаниям.

### Стабильное производство

Качество ламинирования зависит от многих факторов: производителя, типа и толщины пленки, плотности бумаги, типа принтера и даже кроющей способности краски. При печати и ламинировании преимущественно черных и темных поверхностей требуется более высокая температура.

В области ламинирования появляются все новые технологии, и об одной из них стоит сказать отдельно. Компания Bagel Systems в сотрудничестве с компанией Deprosa разработали так называемую ХЕНТ-технологию (X-tream Efficient Heat Transfer), которая, по их данным, увеличивает площадь поверхности цилиндра на 50%, а контактную зону между пленкой и цилиндром на 130%.

ХЕНТ-технология также позволяет сократить энергопотребление — как показывает практика, этот показатель играет не последнюю роль при выборе модели. Но что еще более важно — она положительно сказывается на том, как ложатся пленка и краска во время ламинирования, в результате чего тратится меньше бумаги и повышается общая производительность.

Эта технология внедрена в серию оборудования Digifaf, что позволяет существенно сократить производственные расходы и увеличить скорость производства. Так, приборы ультракомпактной серии Digifaf способны обработать до 4000 листов в час (или 30 метров в минуту) — результат гораздо лучший, чем у предыдущей модели, которая могла развить только 22 метра в минуту.

Digifaf B2 Pro позволяет осуществлять печать в формате 530 на 750 мм и при более низких температурах, а именно на 15% меньше, чем у модели Digifaf B2. Именно гибкость аппарата Digifaf B2 Pro позволяет производить стабильно качественный товар и уменьшить производственные отходы.

### Огромный выбор

Еще одна компания, выпускающая оборудование для финишной отделки — Intelligent Finishing Systems (IFS). Одна из самых популярных моделей их производства — Foliant Gemini C400S (B3+). Это полуавтоматическое ламинирующее устройство высокого давления, с помощью которого можно осуществлять одностороннее ламинирование, печать и обработку листов различных форматов вплоть до B3. Его отличительная особенность — подающий механизм, существенно облегчающий работу в сравнении с ручной подачей.

Для полиграфических услуг более крупного масштаба есть Foliant Taurus 530SF, отличающийся высокой скоростью работы и обладающий подающим механизмом и компактным, но эффективным роликом захвата бумаги. Для его подготовки к работе требуется минимальное время.

Большое разнообразие моделей ламинирующих устройств представлено среди товаров бренда Komfi. С точки зрения затратной эффективности становится все более выгодным приобретать собственное оборудование для ламинирования, и все больше компаний решаются на такую покупку. Компания Komfi предлагает устройства и для «новичков» в этой области, и для специалистов, давно занимающихся ламинированием.

Здесь есть все — от Junior 36, недорогой машины, идеальной для начинающих компаний и малых объемов работ и форматов (B3), удобной в использовании Amiga, также подходящей для малых тиражей, и до модели Sagitta, предназначенной для масштабных полиграфических работ, офсетной печати. И если этого вам мало — к вашим услугам серия оборудования Sirius, способная обрабатывать листы нестандартных форматов. Помимо термического ламинирования, аппаратура Komfi поддерживает УФ-ламинирование и частичное УФ-лакирование.

Материал подготовлен при поддержке портала ПЕЧАТНИК.com  
www.pechatnick.com



# УХОД ЗА ПЕЧАТНОЙ МАШИНОЙ



Люблю ездить на Урал. Поэтому с удовольствием отправилась в командировку в Екатеринбург, где мне знакомы многие типографии, а с их сотрудниками сложились теплые отношения. Задачами поездки были участие с докладом в семинаре для клиентов «Гейдельберг-СНГ» (рассказ о котором вы найдете в этом номере журнала), проведение испытаний офсетных красок и других расходных материалов, которые предлагает компания. Мы с коллегами посетили несколько типографий и, к сожалению, отметили, что за печатной машиной — рабочей лошадкой и кормилицей типографии — должного ухода нет. Эта статья появилась для того, чтобы помочь полиграфистам правильно организовать техническое обслуживание печатных машин с целью продления срока их службы и для получения качественной продукции.

Регулярное техническое обслуживание (ТО) печатной машины — один из самых недооцененных факторов, влияющих на стабильное качество печати. Но именно с этим фактором постоянно приходится сталкиваться на полиграфических предприятиях во всех регионах. Без запланированной регулярной программы обслуживания невозможно достичь стабильного качества, которое необходимо для успешной работы на конкурентном рынке. Недостаточное или полное отсутствие ТО означает для типографии работу «в макулатуру», постоянные простои и, как результат, потерю клиентов. Что толку вкладывать средства в дорогое оборудование, если валики не передают краску из-за глазури, идет разнооттеночная печать, если увлажняющий раствор, который не меняют месяцами, вызывает повышенное эмульгирование краски и происходит отмарывание краски в ступеле?

Проработав много лет технологом на производстве с офсетной печатью, я с уверенностью могу заявить, что небольшие временные затраты и грамотное использование химии для ухода за печатной машиной в результате дают большие дивиденды и обеспечивают качественную печать, рентабельность и увеличение срока службы оборудования. Не дожидайтесь снижения качества печатной продукции, остановки

оборудования — в этот момент меры будут вынужденными и потребуют значительных усилий и затрат, чтобы выйти из сложившейся ситуации. Время профилактики вы можете запланировать, но не можете запланировать время простоя.

## Очистка красочного аппарата печатной листовой офсетной машины

Для оптимального ухода за печатным оборудованием в первую очередь требуется правильно выбрать расходные материалы.

**Моющее средство** выбирается в зависимости от имеющегося в типографии оборудования:

- <21 °С (температура воспламенения паров)

Класс AI — Быстрое испарение. Для применения в малом офсете.

- От 21 °С до 55 °С

Класс AII — Среднее испарение. Для применения на старых машинах, выпущенных до 1995 г., для ручной смывки

- >55 °С

Класс AIII — Медленное испарение: слишком быстрое испарение в автоматической системе приводит к неполной очистке. Для применения в системах автоматической смывки современных машин (установленных после 1995г).

Смывки кроме того подразделяются на смешивающиеся и не смешивающиеся с водой. Для автоматических систем смывки резиновой поверхности очень важно получение правильно сбалансированной эмульсии для достижения максимальной производительности на машине, поэтому для систем автоматической смывки лучше подходят смешивающиеся с водой смывки, которые удаляют водорастворимые загрязнения (гумм), бумажную пыль.

Не смешивающиеся с водой моющие средства используются в малом офсете, на машинах старой конфигурации при ручной смывке они полностью испаряются и применение воды не требуется.

Наличие примесей и соответственно качество воды, используемой в типографии, зависят от различных свойств земли, природно-климатических условий местности и может время от времени меняться. Содержание солей в воде или жесткость воды определяется с помощью специальных тестов и титрованием. Значение общей жесткости (dH) показывает, какое количество солей щелочноземельных металлов и в первую очередь кальция и магния содержится в воде. Карбонатная жесткость (сН) показывает содержание гидрокарбоната кальция в воде. Жесткость указывается в немецких градусах жесткости (у нас в России — в мг-экв./л; 1 мг-экв./л = 2,8° dH.) При использовании водопроводной воды для увлажняющего раствора, нужно учитывать следующие факторы — жесткость, содержание гидрокарбонатных солей, электропроводность, pH. Эти факторы тесно связаны между собой: см. таблицу.

Жесткая вода вызывает образование отложений в первую очередь на красочных валиках, резиноканевом полотне, печатной форме, а также на увлажняющих валиках и в системе циркуляции увлажняющего раствора.

Большую часть жесткости образует гидрокарбонат кальция. Это вещество может различным образом отрицательно влиять на печатный процесс. Гидрокарбонат очень легко образует нерастворимый налет. Поскольку в процессе офсетной печати часть увлажняющего раствора с печатной формы попадает в красочный аппарат и там частично испаряется, отложения могут осаждаться на поверхности резиновых валиков красочного аппарата. Ввиду того, что карбонат кальция гидрофилен, поверхность валиков теряет свои олеофильные свойства. Вода удерживается на валике и препятствует тому, чтобы валик мог передать достаточное количество краски. Расщепление краски (адгезия) прерывается, она отстает от валиков: происходит т.н. оголение валиков. Глазурь, которой покрываются валики, можно определить пальцем руки, если провести им вдоль валика. В тех местах, где он будет скользить, имеется глазурь и требуется глубокая очистка. Кальций реагирует с жирными кислотами краски.



обычной смывкой, например, **VarnV60 Plus (AIII)** — средство для автоматической смывки. Ручная смывка может производиться средством **Varn VM 111 Wach (AII)**, средство смешивается с водой до 30%, образуя стабильную очищающуюся эмульсию.

2. Провести глубокую очистку красочных валиков от засохших красочных остатков на поверхности резинового покрытия гелем **VarnJellyRevitol** (это средство также используется для быстрой очистки при смене краски) или жидким средством **VarnRevitol**. Убедитесь, что очиститель увлажнил все валики полностью, включите машину на 10 минут на скорости смывки. Затем смойте растворенные загрязнения обычным моющим средством (приведены в первом пункте).

3. Провести глубокую очистку от карбонатных отложений, частиц поверхностного слоя мелованных бумаг, противоотмарывающего порошка и т.п. средством **VarnCalciumDeglazer**, повторив первые два шага. Затем смойте растворенные загрязнения теплой водой.

4. Очистить хромированные/керамические и резиновые валы системы увлажнения быстро испаряющимся средством **VarnMRC**.

5. Провести глубокую очистку резиноканевого полотна от глазури регенератором **VarnS.R. R. (SuperRubberRejuvenator)** или средством **VarnRevitol**). Резиновая поверхность восстанавливается от легких продавов, она снова становится бархатистой и осуществляет высокий перенос краски.

Эффективность техобслуживания предложенными расходными материалами подтверждена на практике. Более подробные рекомендации и описания указанных средств вы можете получить у технологов-консультантов Центра расходных материалов «Гейдельберг-СНГ» и на сайте [heidelberg.ru](http://heidelberg.ru). Если на вашем производстве используются другие средства, запрашивайте их характеристики у поставщика, чтобы правильно выбрать варианты для каждой вышеупомянутой операции очистки.

Значительное влияние на офсетный печатный процесс оказывает состояние

При этом образуется известковое мыло. Так как при известковом мыле речь идет о минералах с очень острыми краями, то одновременно происходит механическое истирание поверхности валиков, что приводит к ухудшению передачи цвета и преждевременному износу валиков. Белый налет известки становится видным на валиках. Используя специальные добавки в увлажнение для жесткой воды и регулярно очищая валики специальным средством **Varn Calcium Deglazer**, можно решить эту проблему. Если общая жесткость воды больше > 18dH, если высока карбонатная жесткость (норма 4-6сH), то требуется водоподготовка, т.к. добавки для жесткой воды действуют до 18dH, а у некоторых производителей до 16dH.

Глубокую очистку валиков от краски и карбонатных отложений следует производить еженедельно, чтобы сохранить валики

и регенерировать их поверхность. Особое внимание следует уделить краям валиков для предотвращения нарастания глазури и/или других твердых наслоений.

Офсетные полотна зачастую выбраывают, когда качество печати снижается. Но свойства полотен можно быстро восстановить с помощью специальных средств.

Программа профилактического обслуживания печатной машины составляется технологом и механиком печатного цеха или другими специалистами типографии.

Специалисты Центра расходных материалов «Гейдельберг-СНГ» могут предложить свои рекомендации по обслуживанию листовой офсетной печатной машины с использованием расходных материалов из арсенала концерна FlintGroup.

#### **Еженедельная профилактическая очистка печатной машины:**

1. Смыть краску с красочных валиков

Качество воды	Электропроводность, $\mu\text{S}$	Жесткость, dH	Содержание солей, мг/л
мягкая вода	0 - 200	0 - 6	1 - 125
вода средней жесткости	200 - 400	7 - 12	150 - 250
жесткая вода	400 - 500	13 - 18	270 - 375
очень жесткая вода	> 500	> 18	> 375



**увлажняющего аппарата.** Без стабильного баланса краска/увлажняющий раствор качественная печать невозможна.

С течением времени любой увлажняющий раствор загрязняется накопившейся в нем краской, бумажной пылью, противомарывающим порошком, смывочными средствами. Эти загрязнения оседают в системе циркуляции увлажняющего раствора.

Если своевременно не проводить чистку системы, в процессе печати начинают возникать проблемы: растет показатель pH увлажняющего раствора, увеличивается его электропроводность, образуется пена, увлажняющий раствор вскоре приобретает малиновый или черный оттенок. Нарушается баланс краска-вода: происходит затягивание растровой точки на изображении, возникает тение на пробельных участках, может произойти отмарывание краски в стопе и т.п. Смена увлажняющего раствора при этом уже не дает значительных результатов. Все это дестабилизирует работу печатного цеха. Чтобы избежать проблем при печати, профилактическую чистку циркуляционной системы увлажнения при спиртовом увлажнении проводят при смене увлажняющего раствора. Основательную очистку проводят 2-3 раза в год, а при проблемной водопроводной воде — по мере загрязнения. Очистку требуется проводить специальным средством, например, VarnFountclean.

Прежде чем очистить систему увлажнения, проводится очистка красочного аппарата, как было описано выше.

## Очистка системы увлажнения:

При спиртовом увлажнении увлажняющий раствор рекомендуется менять не реже одного раза в месяц, при печати без спирта — раз в 2 недели. При этом очищают ванны увлажнения и бак, прогоняют водопроводную воду через шланги циркуляционной системы.

При глубокой очистке циркуляционной системы увлажнения производят следующие операции:

1. Сливают увлажняющий раствор.
2. Валики увлажняющего аппарата тщательно протирают 20% раствором изопропанола. Лучше использовать специальную смывку VarnMRC. Она быстро испаряется и не влияет на увлажняющий раствор. Дозирующий хромированный валик также можно очищать средством VarnMRC.
3. При глубокой очистке циркуляционную систему увлажнения рекомендуется промывать концентрированным раствором VarnFountclean в пропорции 1:3-4 частям воды.

Включается циркуляция. Поддача изопропанола и добавки отключается! Циркуляция проводится как минимум 60 мин или дольше в зависимости от степени загрязнения системы, и затем промывочный раствор сливается из системы. Увлажняющий аппарат 2 раза промывают водопроводной водой, чтобы pH стал таким же, как у воды, поступающей в систему увлажнения. VarnFountclean- щелочной раствор, для нейтрализации его остатков можно ввести ок.1% добавки в увлажнение во вторую чистую воду для промывки. Такую тщательную очистку системы увлажнения рекомендуется проводить 2 раза в год.

Для профилактики при смене увлажняющего раствора также хорошо использовать специальные средства очистки. VarnFountclean, в этом случае разводят 1:20 частям воды. Циркуляция включается на 20-30 минут. После профилактической очистки система также 2 раза промывается водой.

4. Поролоновые фильтры в системе увлажнения рекомендуется мыть ежедневно нейтральным моющим средством. Нельзя использовать хозяйственное мыло! Оно имеет высокую щелочность и плохо смывается. Мешки системы технотранс необходимо вовремя заменять (не реже 1 раза в год). Синтепоновые фильтры меняют по мере загрязнения.

Серьезные проблемы в системе увлажнения вызывают микроорганизмы. Они попадают в увлажняющий раствор из воздуха, бумаги, пыли и быстро размножаются. При неблагоприятных условиях (недостаточном охлаждении, увлажнении без спирта, недостаточно чистой водопроводной воде и редкой смене увлажняющего раствора) в увлажняющем аппарате появляются бактерии и грибки, которые могут быть уничтожены только при комплексной очистке всей системы увлажнения. Стенки бака с увлажняющим раствором покрываются слизью или зеленой пленкой от водорослей. Особенно быстро происходит рост микроорганизмов, если система увлажнения не очищается, при этом создается благоприятная для них среда обитания. Из 500 одноклеточных бактерий при комнатной температуре через 5 часов может образоваться больше чем 16.000.000.

Рост микроорганизмов нарушает циркуляцию увлажнения в системе, снижается производительность и качество печати, появляется неприятный запах, возникает риск заболевания рабочих. Бактерии вызывают коррозию металла. Они потребляют

и разлагают кислоту, и pH увлажняющего раствора растет. Те же условия создают водоросли.

При спиртовом увлажнении изопропиловый спирт служит антисептиком, но если ухода за системой увлажнения нет, ни спирт, ни консерванты, содержащиеся в добавках в увлажнение, не дают желаемого эффекта. Для предотвращения этой проблемы также требуется регулярная профилактическая и глубокая чистка системы увлажнения. Средство VarnFountclean при применении не только удаляет водо-растворимые осадки и остатки краски, но также уничтожает микроорганизмы в циркуляционной системе.

Наличие микроорганизмов можно определить с помощью специальных тестов. Если микроорганизмы обнаружены, необходимо провести основательную чистку циркуляционной системы, как указано выше, и в свежую воду увлажняющего раствора ввести специальные биоциды (антисептики). Рекомендуется использовать антибактериальное средство VarnSterilising solution в концентрации 0,05% в воде в системе водоподготовки или вводить 1-2% в свежий увлажняющий раствор после очистки. Это средство предотвращает развитие в увлажняющем растворе бактерий, грибков и водорослей. Вводить антисептик в зараженный увлажняющий раствор не рекомендуется — бактерии быстро адаптируются и теряется эффект очистки.

Программа профилактики красочного аппарата и обслуживания увлажняющей системы должны находиться на рабочем месте печатника, а их выполнение контролировать технолог или руководителем участка печати. Для проведения профилактики определяется время, которое будет оплачено печатнику, чтобы он был заинтересован в уходе за оборудованием. Такие меры вместе с планово-предупредительным ремонтом обеспечат вам полное ТО печатной машины.

Требуется только принять решение о проведении ТО, правильно скорректировать прохождение заказов, и вы на практике увидите, как повысится надежность печатного процесса, уровень качества, а следовательно — и рентабельность производства. Само предприятие перейдет на современный уровень организации процесса печати. В перспективе будет продлен срок службы дорогостоящих валиков, и они выработают свой полный ресурс. И главная машина в типографии — печатная — прослужит долгие годы и не подведет вас в самый ответственный момент. Время диктует рачительный подход к организации производственного процесса, а опыт показывает, что регулярное техническое обслуживание отвечает этому подходу.

**Ирина Соловьева,**  
технолог-консультант,  
«Гейдельберг-СНГ», г. Москва

# АВТОМАТИЧЕСКИЙ ПЕРФОРАТОР ЛПА-420: НОВАЯ ВЕРСИЯ



## ЛОБАЧЕВСКИЙ и К<sup>о</sup>

В 2015 году компания «ЛБС» предложила на рынке новую версию автоматического перфоратора ЛПА-420. В отличие от предыдущей версии в новой машине каждый из узлов снабжен независимыми приводами. Поэтому наладка машины стала практически полностью электронной, что позволяет оператору изменять режимы работы в необходимом направлении. Из-за существенного упрощения конструкции отдельных узлов значительно сократился процесс наладки машины и, как следствие, существенно уменьшилось время перехода с одного формата тиража на другой. Смена штампа (включая изменение числа пуансонов) занимает всего 3-5 минут, настройки положения ограничителей листоподачика — еще 3 минуты, еще 2 минуты уйдут на регулировку элементов равнения. Итого — не более 10 минут. Минимум настроек, максимум удобства.

Все элементы механической регулировки легкодоступны. Экраны управления также интуитивно понятны, поэтому работу можно начинать практически сразу — программа сама подскажет, что делать. Даже внешне сама машина производит впечатление очень простой и надежной. Нет громоздких и сложных узлов. Все пространство, где перемещается бумага, открыто перед оператором. Устройство переверота совмещено с легко регулируемым приемным конвейером.

В конце концов, автоматический пер-

форатор ЛПА-420 позволяет в 2-3 раза увеличить производительность труда без особых усилий со стороны пользователя.

Едва ли не главным отличием новой машины стало использование сразу трех серводвигателей. Это позволило приводить изделие в зону перфорации с полной остановкой, что полностью исключает динамические эффекты, практически неустраняемые на машинах с единым приводом. В результате повысилась точность перфорации и ее воспроизводимость. Одновременно достигнута очень точная синхронизация отдельных процессов.

Хочется еще раз подчеркнуть, что взаимодействие отдельных узлов машины находится под полным контролем оператора. Если ранее на полностью механических системах оператор часто становился заложником тех или иных ограничений, то теперь можно сделать нужные изменения в последовательности работы отдельных приводов, достигнув более высокой производительности труда, приспособив машину к разным форматам, видам бумаги и перфорации.

Немаловажное значение имеет и гарантия, которая распространяется на все элементы машины (разумеется, кроме расходных элементов — ремней и штампов). Поскольку мы являемся разработчиками и производителями оборудования, которое продаем, мы даем 2 года гарантии на всю нашу продукцию. Те, кто посещал

наш склад запчастей, знают, насколько требовательно мы относимся к возможности срочной замены тех или иных деталей.

Новый перфоратор ЛПА-420 (одновременно с новым брошюровщиком) будет представлен на выставке ДРУПА-2015. Приглашаем к нам в офис и на выставку познакомиться с нашей новой продукцией.

В двух словах о прошедшем 2015 году. Несмотря на очевидный спад в отрасли, мы прошли его без снижения оборотов, увеличили парк металлообрабатывающей техники, внедрили 2 новых машины. Собираемся покорять внешние рынки, используя уникальный момент в ценообразовании отечественной продукции, связанный с высоким курсом доллара.

В целом, несмотря на отсутствие очевидных тенденций к росту рынка полиграфических услуг (во всяком случае, значительных), главным драйвером роста станет специализация и более глубокая автоматизация процессов. И мы готовы помочь нашим дорогим клиентам в этом нелегком деле уже сегодня, предлагая современную и скоростную технику.

Хочется пожелать всем участникам рынка полиграфических услуг в будущем 2016 году роста и уверенности в своих собственных силах!

**Александр Сопин,**  
директор ООО «ЛБС».

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

## «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»: ОБ ИТОГАХ ГОДА — С ОПТИМИЗМОМ!



Быть оптимистичным в наше экономически непростое время — удел уверенных в себе организаций, твердо стоящих на отраслевой почве и способных найти условия для роста даже в кризис. Одна из таких компаний — «ОктоПринт Сервис», входящая в состав концерна hubergroup. ООО «ОктоПринт Сервис» работает на рынке полиграфических материалов более 12 лет и сегодня закономерно занимает лидерские позиции в отрасли полиграфии. Даже в условиях общего экономического кризиса и отраслевой стагнации компания находит актуальные способы развития и роста.

Подводит итоги года и делится оптимистичным взглядом на дальнейшие перспективы компании **Андрей Халилов, торговый представитель ООО «ОКТОПРИНТ СЕРВИС».**

— **Андрей, что происходит с вашей компанией в кризис?**

— Всех приветствую в наше очередное беспокойное время! Действительно, времена нелегкие, опять спад производств, все начинают экономить на рекламе, на материалах, на персонале. Эти тенденции не могут не отражаться на работе нашей компании.

Мы зависимы от типографий, которые зависят от заказов, заказы — от ситуации в стране, страна — от ситуа-

ции на международной арене, а арена у нас — в шатком состоянии. И эта нестабильность серьезно сказывается на стабильности наших поставок.

— **А что Вы можете сказать по поводу политики импортозамещения? Какие у нее плюсы и минусы для вашей компании?**

— В вопросах импортозамещения можно найти и положительные моменты. Если у нас на Урале большая конкуренция поставщиков, а полиграфическая площадка не увеличивается, то в южных регионах у наших ребят мы отмечаем увеличение объемов поставок, связанное с кризисом в отношениях с Украиной.

— **Андрей, поделитесь, пожалуйста, с читателями журнала условиями развития в сложившейся ситуации.**

— Нам остается надеяться на наш оптимизм, чтобы он нас не покидал и стимулировал на дальнейшую работу. А мы не унываем! Вы спросите — что входит в пакет оптимизма? Отвечу: надежный тыл — сплоченная команда. Давайте по порядку.

Недавно наша компания hubergroup отмечала 250-летие. В один день, 29 сентября, наши коллеги в 130 подразделениях 40 стран мира праздновали юбилей вместе с нами. А что такое 250 лет? Это традиции, опыт, кадры, качественные продукты. Компания проделала большой объем работы и провела **ребрендинг полиграфи-**



**ческих красок с учетом современных требований к качеству.** Многие фирмы меняют линейку продуктов и стараются быть на уровне. Приятно, что наши краски на протяжении многих лет держат марку.

Также фирма ОКТОПРИНТ СЕРВИС заключила партнерские соглашения с новыми производителями материалов, и теперь мы предлагаем нашим клиентам более широкую линейку продуктов.

Мы провели ребрендинг и в нашей работе в компании: мы пересмотрели от-

ношение к делу, к знанию продуктов, варианты помощи в решении технологических проблем наших клиентов.

— **Итак, сплоченная команда, развитие продуктовой линейки и в целом гибкий ответ компании на меняющиеся условия — это хорошие возможности для сохранения стабильности компании и для ее развития сегодня. Накануне праздника что пожелаете читателям журнала, партнерам и кол-**

#### **легам в новом году — от лица компании ОКТОПРИНТ СЕРВИС?**

— Подходит к концу 2015 год. Надеюсь, что самое печальное, что было, — это необычное дождливое лето, а в остальном — мы с оптимизмом смотрим в будущее, продолжаем работать, стараемся быть полезными клиентам, коллегам, семьям, близким. Желаем в Новом 2016 году всем терпения, больше положительных эмоций и...теплого лета!

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

Беседовала Елена Чебыкина



## ОТ МАРСАЛЫ — К РОЗОВОМУ КВАРЦУ: ЦВЕТ В ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

Пожалуй, одно из самых ярких и интересных направлений в сфере полиграфической печати — это цвет. Здесь очень много тонкостей и нюансов: как воспринимаются разными людьми оттенки цвета? Как добиться точности цветовоспроизведения и наиболее качественной печати? Каким образом выбирается «цвет года»? Какой цвет провозглашен ведущим на 2016 год? Что нового ожидается в этой области в наступающем году?

На эти и другие вопросы отвечает ведущий менеджер компании «АПОСТРОФ» Мария Калинина.

— **Мария, расскажите, пожалуйста, о своем направлении деятельности в компании «Апостроф»?**

— Одно моих направлений в компании — это **веера Pantone и калибраторы**. Качество печати в полиграфии в большой степени зависит от качества допечатной подготовки, оборудования, способа печати, расходных материалов, используемых в процессе печати. Немалую роль играет точность цветовоспроизведения. Я бы сказала, она является важнейшим параметром качества печати. Для этого используют измерительные приборы, также качество изображения оценивается и визуально. Конечно, визуальная оценка не обеспечивает объективного качества печати, данный способ оценки субъективен.

Люди воспринимают цвет совершенно по-разному. Например, взять бордовый цвет: для кого-то он будет бордовый, а для кого-то он темно-красный. Но у темно-красного есть очень много оттенков. Если вам нужно, чтобы ваш логотип был такого оттенка, или хотите, чтобы цвет обоев был такой, или ткань такого цвета, то что в таком случае делать, чтобы вы оста-

лись довольны? Тогда на помощь нам приходит **богатая палитра Pantone**, которая **помогает общаться на одном языке между заказчиком и продавцом**. Достаточно назвать номер цвета по Pantone, и вас поймут во всем мире, про какой цвет идет речь. Сегодня цветоточная система фирмы Pantone используется при создании логотипов, упаковки, рекламы, дизайнера, интерьеров и многого другого.

— **Насколько востребовано ваше направление деятельности сегодня? Какие задачи оно решает? Расскажите подробнее о системах Pantone.**

— Pantone подразумевает стандартизированную систему подбора цвета. Цвета Pantone — признанный стандарт в полиграфии, веера печатаются с качеством, максимально близким к идеальному. Существует множество цветочных каталогов Pantone, которые подходят для разных областей:

— Серия Plus, в которую входит система PANTONE MATCHING SYSTEM (PMS) — смешевые цвета, металлизированные, пастельные и флуоресцентные цвета, цвета в CMYK;

— Система Fashion+Home — справочники Pantone для текстиля и моды;  
— Система PANTONE PLASTICS и система Pantone Plastic Standard Chips — справочники для пластика.

Для полиграфии у Pantone есть три самостоятельных цветовых системы с различными цветами и со своей системой нумерации (Pantone Plus, Pantone CMYK, Pantone Goe). Система Pantone Plus фактически общепринята во всем мире, система CMYK ограничена цветовым пространством 4-красочной печати, а система Goe оказалась невостребованной на рынке.

Система Plus включает в себя 1734 обычных цвета, 301 классический металлик, 300 премиальных металликов, 154 пастельных и 56 флуоресцентных — итого 2545 смешевых цветов. CMYK палитра содержит 4 базовых цвета CMYK (Pantone Cyan, Magenta, Yellow и Black), 1733 смешевых Pantone в CMYK отображении и 2868 чистых CMYK цветов — в сумме 4605 цветов CMYK.

Перечень вееров, входящих в систему Pantone Plus: Pantone Formula Guide C+U, Pantone CMYK Color Guide C+U, Pantone Color Bridge Guide Set C+U, Pantone Premium Metallics Coated, Pantone Premium Metallics Coated, Pantone Pastels & Neons C+U. В веерах FORMULA GUIDE приведены цвет, номер по пантону и рецептура цвета, в каких пропорциях нужно смешивать базовые краски. Веер CMYK к смешевым цветам Pantone Plus не имеет никакого отношения. Это созданная с нуля палитра цветов CMYK, которым присвоены свои номера. Важно помнить, что это не классические смешевые цвета Pantone. А веера Color Bridge слу-

жат для преобразования смесевых цветов Pantone в СМУК.

Все цветковые справочники для полиграфии и графического дизайна печатаются на двух типах бумаг: на мелованной (coated) и немелованной (uncoated). В каждом веере приведено их название и «рецептура» данного цвета.

Фирма Pantone рекомендует менять веера раз в год. Конечно же, можно и реже, все зависит от эксплуатации вееров.

По сути, основной товар Pantone — **цветовая палитра в виде веера или книги**. Помимо этого Pantone производит **калибраторы для мониторов**, чтобы ваш цвет на экране совпадал с выбранным цветом в веере. Еще есть очень интересный прибор — **спектроколориметр (Capsure)**, который может определить понравившийся цвет согласно библиотеке Pantone.

— **Что меняется в вашем отраслевом направлении сегодня?**

— Требования к воспроизведению цвета постоянно растут, на производстве используют визуальную оценку — это ве-



где нужен широкий охват, но нельзя (или дорого) и неудобно применять печать смесевыми цветами

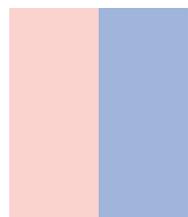
— **Расскажите о том, как институт колористики Pantone выбирает цвет года?**

— Каждый год компания выбирает цвет года. Цвет выбирают не просто так,

(Green Flash). Этим пользуются дизайнеры, модельеры, флористы и все, кто зависит в своей деятельности от цвета.

— **Что ожидает отрасль в грядущем году?**

— Хочу отметить, что компания Pantone вместе с компанией X-rite — лидером в области средств измерения и кон-



И уже накануне сдачи статьи в печать в нашем распоряжении появилась актуальная информация: мировой эксперт колористики Pantone объявил цвета года — 2016. Это два тонких и нежных оттенка: **ROSE QUARTZ** — «розовый кварц» и **SERENITY** — «небесно голубой, спокойный синий».

ера Pantone, и измерительные приборы, такие как денситометры, спектрофотометры, спектроденситометры, колориметры. Компания Pantone не стоит на месте, а все время разрабатывает и продвигает новые цвета, цветковые технологии, которые активно используются в полиграфии, дизайне, промышленности и т. п. Недавно в России появился веер EXTENDED GAMUT Coated Guide — это веер расширенного охвата. Цвета напечатаны с использованием красок СМУК плюс Оранжевый, Зеленый и Фиолетовый. Веер содержит 1729 цветов системы PANTONE MATCHING SYSTEM, напечатанных 7-красочным процессом. Он идеален для упаковки, этикетки и везде,

это очень большая и трудоемкая работа. Анализируют социальные и культурные изменения в обществе. После того, как прогноз будет сделан, будет выбрано 10 самых актуальных цветов сезона, из них выбирается самый главный цвет — он и будет цветом года. В 2015 году цветом года был Марсала. Цвет для 2016 года еще не опубликован. Это может быть один из 10 оттенков: Розовый кварц (Rose Quartz), Персиковое эхо (Peach Echo), Серенити (Serenity) — Спокойный голубой, Глубокий синий (Snorkel Blue), Лютик (Buttercup), Перламутрово-бирюзовый (Limpet Shell), Лилово-серый (Lilac Gray), Праздничный красный (Fiesta), Кофе со льдом (Iced Coffee), Зеленый луч

троля качества цвета — входят в один холдинг. Практически ежегодно компании представляют какие-либо новинки, которые непременно становятся эталоном в своем сегменте. Как мне кажется, в 2016 году стоит ожидать анонсирования и выхода на мировые рынки новых решений этих компаний. Кроме того, не стоит забывать, что в 2016 году в немецком городе Дюссельдорф будет проходить самая главная полиграфическая выставка мира — DRUPA 2016, где компании Pantone и X-Rite непременно покажут что-нибудь новое и интересное.

Елена Чебыкина

# ШКАЛА ЦВЕТОВОГО ОХВАТА МОДЕЛИ ЦВЕТА CIE LAB ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



## Производственная необходимость для создания систем шкал цветового охвата в полиграфии

Широкое развитие компьютерных технологий подготовки иллюстраций и текста издания к печати открыло перед художниками и дизайнерами еще одну проблему — несоответствие цветов, воспроизводимых на мониторе, и их воплощения на бумаге в процессе печати. Специальные системы сквозного контроля цвета, калибровки дисплеев и т. д. решают эту проблему только для некоторых, сравнительно простых случаев. Чаще всего надежный и единственный способ добиться точного воспроизведения цветных элементов — выбрать образец требуемого

цвета, напечатанный заранее, и использовать при подготовке при печати ссылку на этот образец.

Развитие компьютерной технологии усилило потребность в едином языке описания цвета. Этот язык цвета существует и известен более восьмидесяти лет. Это системы смешения красок.

Группа систем смешения красок включает в себя системы, разработанные для решения конкретных задач по идентификации цвета в различных отраслях промышленности. К ним можно отнести цветные одномерные шкалы, используемые в химических анализах. К этим системам относятся и каталоги цветов лакокрасочных покрытий, а также наиболее интересные полиграфистов системы смешения полиграфических красок: «Hartmann», «PANTONE», «Радуга».

Суть систем цвета заключается в многообразии образцов цвета, получающихся при различном смешении основных цветовых компонент каждой системы. Цветовой охват систем определяется теми конкретными цветами, которые получаются при их смешении. Они и составляют в совокупности данную систему.

Количество образцов цвета, выбираемое для представления цветового пространства системы, находится в прямой зависимости от ее практического назначения. Так, системы классификации цвета, используемые в качестве метрологической базы в цветовых измерениях, содержат от 680 образцов («Руководство по цветовой гармонии» Оствальда) до 1450 образцов («Атлас цветов Манселла»).

Образцы цвета этих систем сгруппированы равноступенно по трем основным показателям восприятия цвета: цветовой тон, насыщенность, светлота.

## Шкала цветового охвата модели цвета CIE LAB для полиграфии

Структура шкалы цветового охвата по модели цвета CIE LAB состоит из четырех квадратов, лежащих в одной XY плоскости системы координат Декарта XY, сочетаний двух цветов печатной краски — красная/желтая, желтая/зеленая, зеленая/синяя и синяя/красная с разным одержанием количества красящего вещества (оттенков цвета), например, 100%, 80%, 60%, 40%, 20% и 0%. Проблема при реализации структуры шкалы цветового охвата CIE LAB в содержании серого цвета (% черной краски) при разных уровнях цветных красок: при 0% черной краски в шкале получаем 4 квадрата двухкрасочных сочетаний (бинаров — красная/желтая, желтая/зеленая, зеленая/синяя и синяя/красная), лежащих в одной XY плоскости системы координат Декарта XY, и в каждом квадрате при  $m=5$  одинакового количества полей — 36, где по осям XY получаем поля чистой краски с содержанием 100%, 80%, 60%, 40%, 20% и 0%, а все остальные поля в квадрате — сочетания разных уровней (разного количества) двух красок (оттенков цвета).

В соответствии с математической моделью цвета CIE LAB серый оттенок цвета присутствует от 0% до 100% по оси L, а по осям A и B она зачерняет цветные в разном количестве присутствия серого и, например, если по оси L черная 50% серого, то цветные по осям A и B от 50% до 0%. Серая 50% в поле, где цветные 0% (по оси L шара) и 0% серого в полях, где цветные 100% — по поверхности шара. Возникает вопрос — как она должна меняться по количеству серого по осям A и B?

Например, если серая по оси L — 50%,

Таблица 1. Значения в % уровней цветного по горизонтали и серого — по вертикали

Уровень серого 0% до 100% в знаменателе дроби	Уровень цветного (красное, желтое, зеленое или синее) от 0% до 100% в числителе дроби					
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
0%	0%	20%/24%	40%/18%	60%/12%	80%/6%	100%/0%
30%	0%/30%	20%/40%	40%/30%	60%/20%	80%/10%	100%/0%
50%	0%/50%	20%/64%	40%/48%	60%/32%	80%/16%	100%/0%
80%	0%/80%	20%/80%	40%/60%	60%/40%	80%/20%	100%/0%
100%	0%/100%					

Процентное содержание цветности в каждом поле четырех соприкасающихся квадрантов, лежащих в одной плоскости системы Декарта «XY», красное (X)/желтое (Y), желтое (Y)/зеленое (-X), зеленое — (-X)/синее (-Y) и синее (-Y)/красное (X) приведены в таблице – в виде дробей проценты цветных, а после точки с запятой – процент серого.

## Бумага

В цветových справочниках для подбора цветов каждая краска напечатана на бумаге с покрытием и без покрытия. Между этими двумя изображениями есть существенная разница. Краска на мелованной бумаге всегда выглядит ярче и чище. Подбор краски, отпечатанной на бумаге без покрытия, по образцу краски, напечатанной на бумаге с покрытием, может оказаться невозможным.

Цвет бумаги также может привести к значительному изменению цвета краски. Краски для офсетной печати часто бывают практически прозрачными, и через слой напечатанной краски будет виден цвет бумаги. Этот эффект можно уменьшить, добавляя 50% или больше непрозрачного белого пигмента.

## Толщина красочного слоя

Изменение толщины красочного слоя может привести к значительным изменениям цвета.

Печатать более толстым слоем краски приводит к получению более темного оттенка краски на оттиске. Эту ситуацию можно исправить, добавляя прозрачный белый для ослабления интенсивности цвета краски.

## Очистка (плохая смывка) красочной системы печатной машины.

При печати может происходить изменение цвета светлых красок из-за их загрождения плохо смытыми предыдущими темными красками в красочном аппарате.

Не судите о цвете печатной краски по ее виду в банке. Прозрачная краска в банке выглядит более темной, и ее действительный цвет можно определить только путем получения контрольного оттиска на машине или вручную.

## Источник света.

Иногда два цвета совпадают под одним источником света и не совпадают под другим. Такое явление называется метамеризмом.

Чаще всего единственный и надежный способ добиться точного воспроизведения цветных элементов — выбрать образец требуемого цвета, напечатанный заранее, и использовать в подготовке издания к печати ссылку на этот образец. Развитие компьютерных технологий не только не ослабило, но и усилило потребность в едином и доступном языке описания цвета.

*Стефан Стефанов, к.т.н. профессор кафедры «Реклама и бизнес коммуникаций» Российского университета дружбы народов, г. Москва*

*Ирина Глинская, д.п.н., доцент кафедры «Реклама и бизнес коммуникаций», Российского университета дружбы народов, г. Москва*

*Александр Лебедев, выпускник Российского университета дружбы народов, г. Москва*

то по оси А (аналогично по оси В) будут следующие количества серой и цветных (красная и зеленая). Количество в % цветного в числителе, а % серого — в знаменателе: 100/0, 80/10, 60/20, 40/30, 20/40 и 0/50. Общая зависимость, если принять, что серое L — 0% до 100% квантуем по **k** уровням, а цветные по **m** уровням, то можем записать: L, где цветная 0 и черная 0, где цветная 100. Промежуточные значения можем записать —  $(0 + n100/m)/(K - nK/m)$ , где  $n = 0, 1, 2, \dots, m$  — уровень квантования цветной краски от 0 до  $m$  и  $n=0$ , когда количество цветной краски 0% и  $n=m$ , когда цветная краска 100%. Количество цветной краски равно 100%/m, количество черной краски K, а количество черной краски в цветной —  $nK/m$ .

В шкале цветового охвата модели CIE LAB для полиграфии будут присутствовать следующие окрашенные поля. В каждом из четырех соприкасающихся квадрантов, лежащих в одной плоскости системе Декарта «XY», красное (X)/желтое (Y), желтое (Y)/зеленое (-X), зеленое (-X)/синее (-Y) и синее (-Y)/красное (X) будут содержать столько цветных полей, сколько уровней цветного приняты при создании структуры шкалы. Например, если 10 уровней, то 100 полей двухкрасочных оттенков + серое в разных количествах. Таким образом в большом квадрате будет содержаться  $4 \times 100$  полей = 400 полей

В центре большого квадрата, созданного из 4 цветных квадратов, будут поля чистого серого от 0% до 100%.

Количество четырех соприкасающихся квадрантов, лежащих в одной плоскости в системе Декарта, будет зависеть от количества выбранных уровней серого, например, если серое будет взято ступенями через 10%, то количество сечений шара будет 10. Однако необходимо уточнить, что не все поля будут различимыми, и это зависит от белизны бумаги, от комплекта цветных красок CMY, интенсивности (насыщенности) черной краски k, от технологии печати и от уровня мастерства печатников.

## Согласование цвета при репродуцировании цветных оригиналов

Решению проблемы согласования цвета между заказчиками, издателями, дизайнерами и полиграфистами способствуют цветные справочники, которые изготовлены в соответствии с различными моделями цвета. Как было уже сказано, эти системы воспроизводят по разному, на разных базах красящих веществ и разное количество образцов цвета. Следовательно, цветные справочники содержат разное количество цветных полей. Например, популярный для четырехкрасочной офсетной печати веер Pantone® Process содержит 3000 образцов цвета. Справочник по краскам The Color Bible норвежской фирмы I-D-GRAPHICS International, оформленный в виде книги в жестком переплете содержит 194481 количества

(в %) образец цвета с указанием количеств (процентов) голубой (С), пурпурной (М), желтой (Y) и черной (K) красок. Каждая краска представлена ступенями по 5%.

Все справочники по цвету являются незаменимыми критериями при согласовании и оценке цветов различных оформительских элементов, логотипов, плашек и дополнительных цветов к триадной печати (CMYk-печати). Они позволяют реально экономить время и средства, особенно тогда, когда в издании сочетаются цветные тоновые иллюстрации и оформительская графика.

## Система подбора цвета в полиграфии

За прошедшие годы было разработано много способов описания, определения характеристик и классификации цветов. Система подбора цвета по шкалам является сегодня наиболее приемлемым и универсальным способом для полиграфистов, художников-оформителей, заказчиков и покупателей печатной продукции осуществлять подбор цвета. Цвета, примерно 90%, изготавливаемых на заказ красок, можно найти в руководстве по составлению рецептур смесевых красок.

При подборе цвета следует обратить особое внимание на следующее:

- Все цвета в любой системе основаны на простых смесях одного или нескольких из основных цветов плюс черный и белый.

- Многие цвета являются чистыми основными цветами или простой смесью двух смежных цветов. Такое сочетание называется средним цветом и показывает максимальную насыщенность и чистоту, доступные для данного цвета.

- Разные оттенки цветов получают путем добавления последовательно частей белого (бумага или излучение) к базовому цвету или частей черного (черная краска или снижение излучения).

- Отдельные цвета могут быть получены добавлением или черного или белого к базовому цвету. Этот факт особенно полезен при изготовлении светлых оттенков, которые могут быть быстрее получены добавлением белого излучения, или оставить непокрытой краски фрагменты бумаги.

## Несоответствие цвета

Цвета, изображенные в цветových справочниках по подбору оттенков цветов, напечатаны очень тщательно при толщине красочного слоя, рассчитанного на воспроизведение оборудованием офсетной печати. С такой же тщательностью производится смешивание составных красок.

В более чем в 90% случаев результатом такого тщательного подхода является точный подбор цветов. Однако в некоторых случаях краска, выбранная по полям эталонных цветов при печати, может не дать точно изображенного оттенка. В этих случаях несколько простых тестов позволяют определить причину неудачи и способ ее исправления:

12 – 14  
ОКТАБРЯ 2016

РИ  
ДО

КОНГРЕССНО-  
ВЫСТАВОЧНЫЙ  
ЦЕНТР

ЭКСПОФОРУМ  
РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА**  
**РЕКЛАМА. ИНФОРМАЦИЯ.**  
**ДИЗАЙН. ОФОРМЛЕНИЕ.**

- РЕКЛАМНАЯ ПОЛИГРАФИЯ · БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ · УПАКОВКА ·
- INDOOR И OUTDOOR РЕКЛАМА · ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ·
- POS-МАТЕРИАЛЫ · ИНТЕРАКТИВНАЯ РЕКЛАМА · СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА ·
- РЕКЛАМНЫЕ И PR-АГЕНТСТВА · СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СМИ ·



+7 (812) 240 40 40

N.UDNIKOVA@EXPOFORUM.RU  
WWW.TRENDS.EXPOFORUM.RU

16+

ОРГАНИЗАТОР

**EXPOFORUM**



генеральный  
медиапартнер





## *С Новым годом и Рождеством Христовым!*

Мы желаем Вам в Новом году счастья, здоровья, удачи, верных и преданных друзей!  
Пусть осуществляются Ваши самые смелые планы и покорятся самые высокие вершины.  
Верьте в лучшее, и мечты обязательно сбудутся!

*Группа компаний «Дубль В»*

## *Merry Christmas and a Happy New Year!*

We wish you a New Year full of happiness, good health, much luck, true and loyal friends! Let your most ambitious plans come true and the highest mountains surrender. Go ahead, believe in yourselves and your dreams will become a reality!

*Group of companies Double V*

## *Frohe Weihnachten und ein glückliches neues Jahr!*

Wir wünschen Ihnen viel Glück, Gesundheit, Erfolg, treue und ergebene Freunde im neuen Jahr!  
Mögen Ihre kühnsten Pläne in Erfüllung gehen! Erhoffen Sie das Beste, und Ihre Träume werden wahr!

*Firmengruppe Double V*

Double V



# printech

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,  
ТЕХНОЛОГИИ  
И МАТЕРИАЛОВ  
ДЛЯ ПЕЧАТНОГО  
И РЕКЛАМНОГО  
ПРОИЗВОДСТВА

14-17 ИЮНЯ  
2016

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

- Оборудование и материалы для цифровой печати
- Оборудование и материалы для широкоформатной печати
- Оборудование и материалы для офсетной печати
- Оборудование и материалы для постпечатной обработки
- Программное обеспечение для печатных процессов
- Оборудование и материалы для изготовления рекламных конструкций

Организатор



printech-expo.ru



С Новым годом  
и Рождеством!

## УСЛУГИ:

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

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

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

Россия, 664014, г. Иркутск, ул. 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](http://www.santai-val.ru)



КОМПАНИЯ  
**Реклама  
Онлайн**

(495) 737-54-64

(812) 401-64-64

(383) 227-64-64

[www.reklama-online.ru](http://www.reklama-online.ru)

Все виды рекламы.  
Все регионы РФ и СНГ.



Пресса



Радио



ТВ



Метро



BTL/Промо



Интернет



Транспорт



«Наружка»

**БРЕНДИНГ**  
**РЕКЛАМНАЯ**  
**ПОЛИГРАФИЯ**  
**ИНТЕРНЕТ-**  
**РЕКЛАМА**  
**POS-**  
**МАТЕРИАЛЫ**  
**DIGITAL**

**ДИЗАЙН**  
**И РЕКЛАМА**  
**22 ВЫСТАВКА**  
**РЕКЛАМНОЙ**  
**ИНДУСТРИИ**  
**12–15.04.2016**  
**ЦДХ**  
**МОСКВА**

**SIGNAGE**  
**ВЫСТАВОЧНЫЕ**  
**СТЕНДЫ**  
**МАТЕРИАЛЫ**  
**И ОБОРУДОВАНИЕ**  
**РЕКЛАМНАЯ**  
**СУВЕНИРНАЯ**  
**ПРОДУКЦИЯ**

Реклама

12+

[DESIGN-REKLAMA.RU](http://DESIGN-REKLAMA.RU)

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ  
**EXPO-PARK**



# HEI



Вам интересно, что это значит?  
Сканируйте QR-код в заголовке модуля  
и наслаждайтесь видеороликом.

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

**HEIDELBERG**

реклама