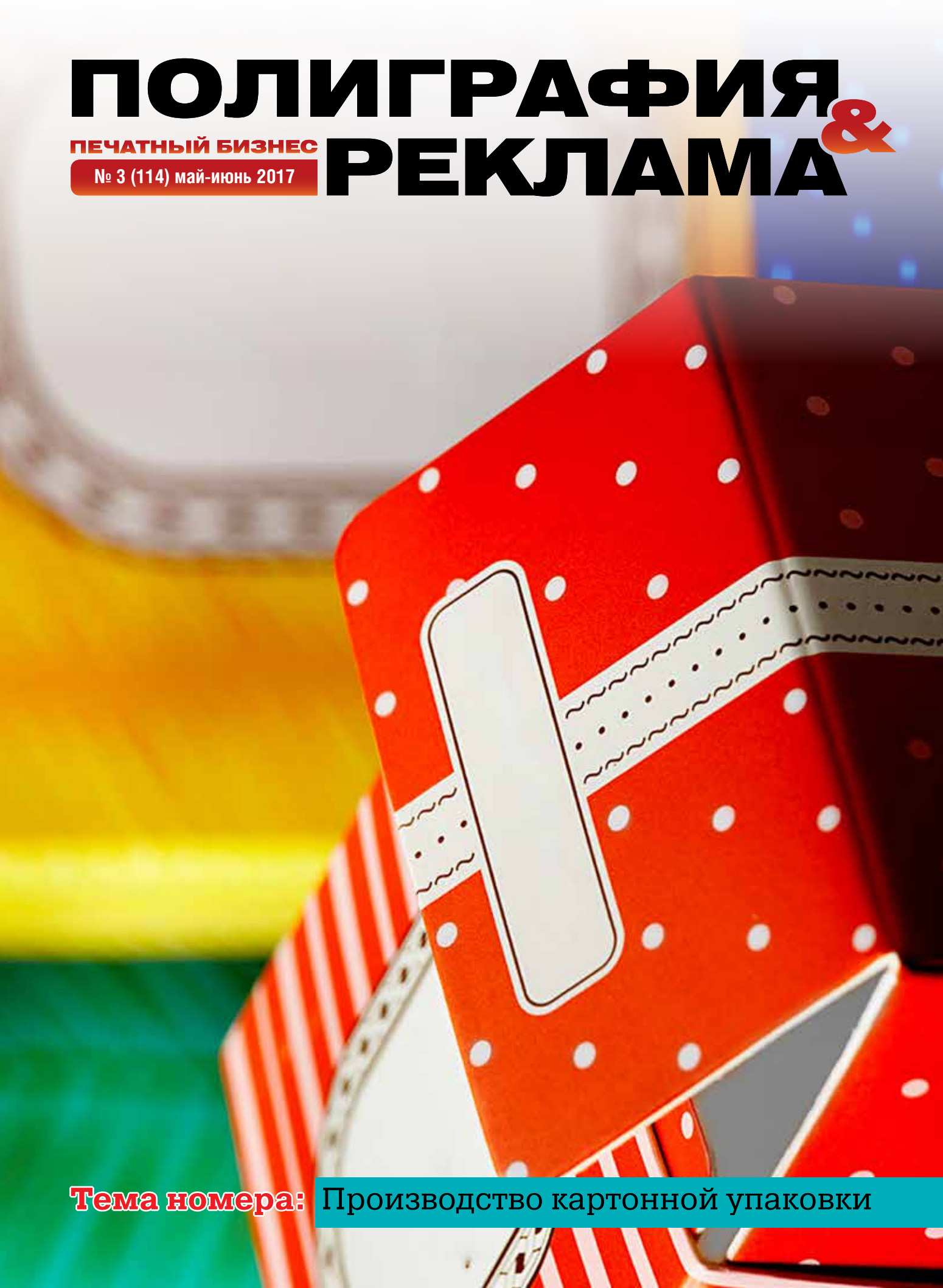


ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

№ 3 (114) май-июнь 2017



Тема номера: Производство картонной упаковки

Всесезонные голландские краски



экономичность



надежность



точность



скорость



сервис

- практически любые условия печати и запечатываемые материалы
- оперативность печати и передачи в послепечатную обработку
- соответствие любой задумке дизайнера из цветовых вееров PANTONE®
- высокоглянцевый и матовый лаки для сплошного/выборочного нанесения в линию

телефон: +7 (343) 312 1210



www.yam.ru



ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ
КОМБИНАТ

Кама

тел.: +7 (34273) 9-89-06

e-mail: sales@cbk-kama.ru

www.cbk-kama.com

Сегодня ЦБК «КАМА» — одно из самых высокотехнологичных предприятий в целлюлозно-бумажной отрасли. Впервые в России здесь построено производство по выпуску легкомелованной бумаги.

Мощность производства — 85 тысяч тонн бумаги в год. Это позволяет произвести замещение до 75 % импорта. Впервые в мире бумажное полотно для данного вида бумаги производится на основе осинового сырья по технологии, разработанной и запатентованной специалистами нашей компании.

Наша Миссия — обеспечить более 50% отечественной полиграфии нашей высококачественной продукцией, стать эксклюзивным мировым брендом.

ЦБК «КАМА» – ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ МЕЛОВАННОЙ БУМАГИ
В РОССИИ!

ОФСЕТ+
ОФСЕТ ПУХЛЫЙ

- ЛЕГКАЯ МЕЛОВАННАЯ
URAL BRITE LWC
- ЛЕГКАЯ МЕЛОВАННАЯ
URAL BRITE SATIN PLUS
- СУПЕРКАЛАНДРИРОВАННАЯ
МАРКИ SC





Дорогие друзья!

Эта весна была богата на события. Выставки, семинары, презентации... А еще — два громких юбилея: в апреле исполнилось 20 лет компании «Гейдельберг-СНГ», а в мае — известной уральской типографии «Лазурь». От всей души поздравляем юбиляров и желаем высоко нести знамя успеха еще долгие годы!

Впрочем, и лето тоже не отстает по части знаменательных событий. Скоро состоится главная полиграфическая выставка страны «Printech-2017», где мы будем рады увидеться с нашими дорогими партнерами, читателями, рекламодателями и просто друзьями! А сразу за ней — Летний полиграфический форум, которого с нетерпением ждут все уральские полиграфисты. Так что — не растаемся!

И еще у нас есть новость для наших читателей. Журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» увеличил количество стоек, где можно бесплатно взять свежий номер. Места выкладки журналов мы публикуем ниже.

Яркого вам лета!

*Людмила Трошина, руководитель
проекта «Печатный бизнес.
Полиграфия & реклама»*

Учредитель: ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л. С. **Журналисты:** Гринберг М.А., Ожерельева И.Н., Семейкина М.В., Чекасова Е.П. **Дизайн и вёрстка:** Светоносков В.Ж. **Корректура:** Морозова И.Н. **Адрес редакции и издателя:** 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. **Телефон редакции:** (343) 286-17-44, e-mail: ural-pb@yandex.ru, сайт: www.ural-pb.ru. Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №3 (114)/2017. **Подписано в печать:** 05.06.2017. **Выход в свет:** 09.06.2017. **Печать:** типография «Бизнес-принт» (Екатеринбург, ул. Шефская, 5а). Обложка отпечатана ООО «Цифровые решения» в типографии «Бригантина» (г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1). **Тираж:** печатная версия — 1000 экз., электронная рассылка — 17000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несёт ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. © 2017 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

16+

Обложка выполнена с использованием технологии выборочного ламинирования GMP на ламинаторе Exceltopix. Компания Джи-Эм-Пи-Русском.

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 4 Полиграфисты посетили выставку «Графических систем»
- 6 Там, где рождается бумага
- 8 Уральский полиграфический семинар: к новым горизонтам
- 10 «Вечер встреч выпускников. 20 лет спустя»: как это было
- 11 Комплекс оборудования от «ЯМ Интернешнл» в ПО «Маяк»
- 12 Компактный универсал для динамичных «умных типографий»
- 13 Свершилось: HP Indigo 20000 на российском рынке гибкой упаковки!
- 14 Инсталляция первой в России системы обратной связи IntelliPack

ГОСТЬ НОМЕРА

- 16 Сергей Бакиш: «В бизнесе важно относиться к людям по-доброму»

ТЕМА НОМЕРА

- 18 Производство картонной упаковки: актуальность и тенденции
- 22 «Дубль В»: всё для упаковки!
- 24 Печатаем по гофрокартону

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

- 26 Клеи в полиграфии
- 28 Самое лучшее — зарубежное? Не только. Клей «Брикол»

КНИГОИЗДАНИЕ

- 29 Сложно ли быть издателем в регионе? «Вектор Бук»
- 32 «Режевская типография»: почти 90 лет на рынке. Путь к успеху
- 34 Полиграфисты и книги: встречаются не только в стенах типографий

АКТУАЛЬНО

- 36 Эффект выборочной лакировки... на цифре?

В ПОМОЩЬ ПОЛИГРАФИСТУ

- 40 Резинотканевые офсетные полотна: выбираем лучшее
- 42 Исследование микроструктуры бумаги

ОПЫТ

- 44 Марсель Шарифуллин: «Как я пытался возродить типографию МГУ»

Здесь вы можете бесплатно взять свежий номер журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»:

Екатеринбург		
Гейдельберг-СНГ	ул. Блюхера, 88, оф.304	(343) 271-24-44
Гельветика-Урал	ул. Февральской Революции, д. 56	(343) 287-60-60
Графические системы	пер. Трактористов, 4	(343) 28-601-28
Дубль В («Мир бумаги»)	ул. Мамина-Сибиряка, 85, оф. 1	(343) 355-12-35
Европапир	ул. Хомякова, 17	(343) 376-81-41
Интернет-склад подарков	ул. Решетникова, 22а, оф. 201	(343) 247-85-76
Мега-Риф	ул. Гурзуфская, 48е	(343) 379-26-14
ОктоПринт Сервис	ул. Цвиллинга, д. 7ч, оф. 201	(343) 243-52-16
Ремэкс-Урал	ул. Вишневая, 1 (2Д)	(343) 204-77-20
РеаЛайн	ул. Тургенева, 13, оф. 204	(343) 355-15-12
Студия Черкасова	ул. Коминтерна 16 оф. 315	(343) 379-47-58
Урал-Минольта	ул. Азина, 55	(343) 2-377-377
ЯМ Интернешнл	ул. Московская 54, оф. 101	(343) 312-12-10
Челябинск		
Дубль В	Комсомольский проспект, 10	(351) 210-21-71
Рекпол	ул. Лесопарковая, 7, к. 2, оф. 301	(351) 734-98-98
Техно-лидер	ул. Труда, 21	(351) 236-31-73
Тюмень		
Полиграфмаркет	ул. Мельникайте, 106, оф. 106, 107	(3452) 61-83-05

HP INDIGO

7900

Digital
Press

На RosUpack

Самая быстрая цифровая офсетная печатная машина формата SRA3+
Для работы в условиях максимально сжатых сроков и большого количества единовременных заказов

- Качество печати – неотличимое от офсетного
- Уникальная технология One Shot Color для печати на синтетических материалах, холстах и пластиках
- Самый широкий ассортимент красок
- Динамическая генерация графических элементов дизайна HP Mosaic
- Отсутствие потерь времени при переходе между материалами разных плотностей
- Встроенный спектрофотометр



Ждем Вас на стенде С433



NISSA | CENTRE

НИССА ЦЕНТРУМ – официальный представитель HP Indigo в России

+7 (495) 956-77-19 | www.nissa-centre.ru | www.hpindigo.ru

Double V



ГК «ДУБЛЬ В» СИСТЕМНЫЙ ИНТЕГРАТОР В ОБЛАСТИ ПОЛИГРАФИИ

ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКС МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ РЕКЛАМЫ И УПАКОВКИ



ДИЗАЙНЕРСКИЕ БУМАГИ



ЦИФРОВЫЕ БУМАГИ



КАРТОН



КОНВЕРТЫ



КРАФТ БУМАГИ



ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



САМОКЛЕЯЩАЯСЯ БУМАГА



620219, Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, д. 85, оф. 421
тел.: (343) 350-51-90, 350-90-70, 355-12-35

эл. почта: info@doublev.ru
сайт: www.doublev.ru

Пришел, увидел, приобрел: полиграфисты посетили выставку- демонстрацию «Графических систем»



Готовь сани летом, а телегу зимой. К сувенирному сезону, который начинается в сентябре, предусмотрительные полиграфисты готовятся еще в июне, присматривая новые машины для печати, резки, биговки, ламинации и т.д. — всё самое производительное, качественное и экономичное. И замечательно, что поставщики полиграфического оборудования дают им такую возможность. Так, с 29 мая по 2 июня прошла выставка-демонстрация оборудования от компании «Графические системы».

С самого начала выставки в офисе «Графических систем» царило необыкновенное оживление. «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» — считают представители компании, и в отношении полиграфической техники это более чем справедливо. Поэтому специалисты «Графических систем» не только рассказывали, но и показывали, как работает оборудование. А посмотреть было на что.

Всего на выставке презентовали более десяти образцов оборудования, как говорится, на любой вкус и цвет. Представляли и печатное, и послепечатное оборудование. Среди них были очень интересные модели, а некоторые даже уникальные в своем роде. Например, можно было увидеть в работе StarbindStar 350 (BMP-350) — буклетмейкер с функцией квадратирувания корешка (новинка

2016 года), ручную бумагорезательную гильотину EBA 4315 или пресс для тиснения OPUS Goldpress 5.

Особенное внимание посетителей привлекла новинка: цифровая режущая система, состоящая из автоподатчика I-MARK и режущего плоттера GRAPHTEC CE6000-60. Как прокомментировала **Екатерина Савченкова, начальник торгового отдела компании «Графические системы»**, интерес этот не случаен:

— Система позволяет выполнять контурную резку листовых материалов с высокой точностью и свести к минимуму участие оператора. Вакуумные присоски сами поднимают листы из лотка и вставляют их в режущий плоттер. Система оснащена встроенным вакуумным компрессором, который не требует подключения внешних источников. Отлично подходит для резки самоклейки, плотной бумаги и картона от 200 до 350 г/м2.

На выставке присутствовали и московские поставщики. Лично приветствовала пришедших и показывала новинки **Анна Иванова, директор дилерского отдела компании «ФортЛенд»**:

— Мы представляем на выставке «Графических систем» несколько марок: как хорошо известные в полиграфическом мире — например, Cyclos, так и новые — такие, как StarbindStar. Наше оборудование не дорогое, но очень качественное и на-

дежное. К тому же производительное. Вот здесь сегодня, например, стоит машина GPM-450 AIRSPEED для перфорации и биговки с вакуумными самонакладом и дополнительными опциями календарной перфорации. Это новинка прошлого года, за короткое время ставшая очень популярной. Машина позволяет автоматизировать производство календарей. Один наш клиент сказал, что в календарный сезон эта машина его просто спасла — скорость производства тех же календарей-«домиков» увеличилась в 5 раз!

Специально на выставку приехала из Москвы **Ирина Джатиева, директор департамента ламинаторов и офисной техники компании «Джи-Эм-Пи-РуссКом»**. Она рассказывала о GMP EXCELTOPIC-380, рулонном ламинаторе формата А3, который был презентован в России всего пару месяцев назад: «Это очень интересная модель, промежуточный вариант между небольшими ламинаторами для оперативного ламинирования и высокопроизводительными промышленными. Ламинатор GMP EXCELTOPIC-380 компактный, настольный, доступный по цене — и при этом имеет массу полезных опций: механизированную подачу листов, автообрыв, возможность декорировать продукцию (текстурное ламинирование, выборочное ламинирование и фольгирование). Такое впечатление, что цифровые типографии этот ламинатор давно ждали: после презентации

в Москве у нас прошло сразу несколько инсталляций».

На мероприятии можно было увидеть много постоянных клиентов компании, которые пришли познакомиться с техническими новинками. **Артем Шакиров из Североуральска, основа-**

Были и те, кто заглянул в офис компании впервые. Правда, они уже слышали о том, какая техника будет представлена, и даже преодолели несколько сотен километров, чтобы опробовать оборудование в деле. **Александр Майор, за-**

нии «Графические системы». А это свидетельствует о том, что компания предлагает действительно актуальное оборудование. И не только. **Анна Иванова:**

— Мы очень ценим тот дух, который царит в «Графических систе-



тель творческой мастерской «Арчи»:

— Эта выставка для меня — очень кстати! Мы буквально на днях переезжаем в Екатеринбург, планируем расширяться (занимаемся лазерной резкой, гравировкой, сувенирной продукцией), и хорошее полиграфическое оборудование нам очень нужно. Я уже присмотрел себе то, что точно пригодится в нашей мастерской. Ленточный принтер Epson хотел забрать прямо сегодня, но придется подождать конца выставки (смеется). Ребятам из «Графических систем» большое спасибо. Шесть лет с ними сотрудничаю, и у них всегда всё на высоте: и оборудование хорошее, и сервисное обслуживание качественное.

меститель директора типографии «На Дружке» (Пермь):

— Мы внимательно следим за новинками полиграфического рынка и приехали сюда из Перми специально затем, чтобы увидеть новую цифровую печатную машину Konica Minolta AccurioPrint C2060. Нам показали машину в работе, чтобы мы смогли оценить все ее технические возможности. Теперь будем сравнивать с машинами такого же типа у других производителей и обязательно сделаем свой выбор.

— После каждой выставки многие гости, которые впервые оказываются на мероприятии, впоследствии становятся постоянными клиентами и друзьями компании, — рассказала **Кристина Садыкова, менеджер компа-**

мах». Профессионализм, доброжелательность, готовность идти на встречу — всё это располагает сотрудничать с этой компанией. Кроме того, не каждая компания может похвастаться таким дружным, сплоченным коллективом!

Посетители искренне благодарили «Графические системы» за выставку (кстати, она проходит здесь ежегодно). Благодаря таким встречам профессионалы печатного бизнеса могут быть спокойны: они всегда держат руку на пульсе и могут заблаговременно подготовиться к новому полиграфическому сезону. Как говорится, днем раньше посеешь — неделей раньше соберешь.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
Институт радиоэлектроники и информационных технологий

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

ПОЛИГРАФИЯ РЕКЛАМА

ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!
Приглашаем вас посетить мероприятия ежегодного **Летнего Уральского Полиграфического Форума**. Форум состоится **30 июня 2017 года с 12:00**, загородный клуб «Пески»: Екатеринбург, ул. Пески, 13

В программе форума:

- * Небольшая информационная программа и обмен мнениями
- * Неформальное общение участников рекламно-полиграфического рынка Уральского региона и России
- * Спортивные и околоспортивные состязания
- * Товарищеский обед, переходящий в дружеский ужин

Регистрация: (343) 375-46-30, adi8@yandex.ru, datarasov@yandex.ru
наша группа в ФБ «Уральский полиграфический форум»
Перечисление на карту Сбербанка: **4276 1617 9191 8542**
Для б/н юрлиц выставим счет по запросу.

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:
Для юрлиц 5000 р.
Для физлиц 3000 р.
Взнос партнеров обсуждается

Приглашаются генеральный спонсор и спонсоры-партнеры мероприятия

Там, где рождается бумага

Уральские полиграфисты побывали на ЦБК «Кама»

28 марта группа полиграфистов из Екатеринбурга посетила одну из старейших отечественных бумажных фабрик — ЦБК «Кама» (Краснокамск). Экскурсия была весьма продолжительная, и это понятно: посмотреть здесь было на что. Производство по выпуску легкомелованной бумаги (его строительство, кстати, было начато почти 10 лет назад) поражало своими масштабами. Кстати, мощность этого производства — 85 тысяч тонн бумаги в год, а это значительные перспективы в импортозамещении (при прочих благоприятных условиях, ЦБК способен замещать 75% «бумажного» импорта).

Как пояснила **Светлана Харах, коммерческий директор ЦБК «Кама»**, «комбинат производит в основном ролевую бумагу, но при этом в регионе существует достаточно свободных мощностей по резке бумаги, и мы, и клиенты используем услуги данных компаний. Поэтому наша бумага может быть интересна как офсетным типографиям (ролевая), так и цифровым (листовая). Преимущества этой бумаги перед европейскими аналогами — в том, что основным полуфабрикатом для нее является БХТММ (беленая термо-механическая масса) из уральской осины. Производится бумага с применением экологически чистой технологии АРМР».

Эта технология разработана и запатентована специалистами комбината. Почему именно осина, а не ель? Потому что осиновая целлюлоза придает полиграфической бумаге необходимую мягкость и пухлость, хорошее формование и плотность поверхности листа. Кроме того, у осины перед хвойными породами одно большое преимущество: ее древесина содержит значительно меньше смол.

Участники поездки мероприятием остались очень довольны.

Надежда Кригер, зам. директора Печатного Дома «Формат»:

Поездка была очень познавательная, я даже не представляла себе масштабов комбината. Очень впечатлило. Нам провели интересную экскурсию по комбинату, показав производство бумаги от самого начала (с хранения бревен) до упаковочной линии. Из-за специфики производства (шум) не всегда было всё слышно, но мы старались подстроиться и задавали много вопросов — ведь приехали полиграфисты! Мы даже не заметили, как промчались 3,5 часа экскурсии!

Затем нас очень дружелюбно встретило руководство комбината во главе с директором Екатериной Андреевной Косовой, мы с удовольствием вместе попили чай, обменя-

лись впечатлениями. Екатерина Андреевна рассказала нам о перспективах развития ЦБК, показала образцы изготавливаемой бумаги.

Было здорово увидеть производство бумаги своими глазами, ранее у меня такого опыта не было. И на ЦБК «Кама» как-то мы все взглянули по-другому... Хочу поблагодарить Кафедру полиграфии и веб-дизайна УрФУ за организацию поездки, а руководство комбината — за согласие принять нашу группу.

Вячеслав Ломаев, директор типографии «Адекс-Принт»:

Считаю поездку очень полезной и плодотворной. Лично меня удивили масштабы предприятия, техническое оснащение, оборудование, технологии, уровень специалистов и эргономика рабочих мест. Я и раньше знал, что легкомелованная рулонная бумага ЦБК «Кама» в своей ценовой категории очень достойная, а теперь воочию увидел, как она делается — очень технологично, тщательно, качественно. С нетерпением жду, когда они запустят участок по изготовлению картона (в планах через 2,5 года). Ведь отечественный картон будет, естественно, дешевле импортного, а по качеству, думаю, уступать не должен. Было приятно узнать, что руководство ЦБК начинает активно со-





трудничать с листовыми типографиями по налаживанию сбыта бумаги.

Людмила Ястремская, управляющий екатеринбургским отделением ЗАО «Итрако»:

Очень порадовало, что старейшее бумажное предприятие в России прошло серьезную модернизацию. На сегодняшний день ЦБК «Кама» является единственным производителем легкомелованных бумаг в России, конкурирующих с бумагами импортного производства.

Экскурсия нам запомнится надолго. Мы воочию увидели, как из твердой древесины можно сделать шелковистую массу, которая, растекаясь по сетке, превращается в гладкую бумагу.

Интересно было узнать, что комбинат является одним из немногих предприятий отрасли, производящих бумагу из собственного сырья, а также поставяет древесную массу для других бумажных фабрик. Оказывается, огромными линиями по обработке древесины и производству бумаги управляют не более десятка операторов — это впечатлило. И очень полезной оказалась встреча за одним столом производителей бумаги, поставщиков кра-



ски и представителей типографий — непосредственных потребителей того и другого.

Юлия Романенко, технолог уральского филиала компании «ОктоПринт Сервис»:

Очень впечатлила слаженность технологических процессов на всех стадиях производства. Прекрасно, что руководство компании стремится идти в ногу со временем — производить бумагу под запросы потребителей, неустанно совершенствуя текущий ассортимент. Сейчас комбинат выпустил пробную партию мелованной бумаги 90г/м² для сегмента листовой печати, то есть фабрика имеет все шансы зайти и на этот рынок.

На сегодняшний день ЦБК «Кама» является единственным производителем легкомелованных бумаг в России, конкурирующих с бумагами импортного производства.

Радует открытость к предложениям и отзывам. Контроль качества готовой продукции на всех этапах производства. Покупка новейшего контролирующего оборудования, работа с претензиями. И, конечно, светлый и позитивный настрой на прекрасное бу-



дущее компании! Уже начаты работы по строительству нового цеха по производству картона, на радость Отечеству и потребителю.

Для нас данная поездка оказалась очень полезной, позволила увидеть, насколько трудоемким и многоступенчатым является процесс производства бумажных изделий.

Ольга Прозорова, генеральный директор компании «Полиграф-партнер»:

Площадь завода настолько огромна, что между производственными участками приходилось передвигаться на транспорте. На фабрике все автоматизировано: есть программы, которые рассчитывают экономическую

эффективность производства ролей и формируют планы работ согласно предварительным заказам. Кроме того, существует контроль качества каждой партии в лаборатории и на производстве.

Мне, как поставщику расходных материалов, был интересен состав химии, которая используется при производстве бумаге, — а именно, какую реакцию этот состав может дать, соприкасаясь при печати с красками и увлажнением.

Что дала поездка на фабрику? Мы поняли принцип работы предприятия, получили ответы на интересующие вопросы, узнали о перспективах на будущее. А хорошая компания коллег из полиграфической отрасли сделала поездку не только полезной, но и очень душевной и приятной.

Подготовила Елена ЧЕКАСИНА



Уральский полиграфический семинар: к новым горизонтам



Весна 2017 года стала временем обмена знаниями в мире полиграфии. 6 апреля в столице Урала состоялся семинар по теме «Оптимизация полиграфического производства как способ снижения себестоимости». В БЦ «Галерея Успеха» собрались организаторы: компании «ОктоПринт Сервис», «хубергруп РУС», «КБА РУС», ТД «Папирус-Столица», «Херох», «Bobst» — и участники мероприятия: руководители типографий, начальники производств, технологи и другие специалисты.

После приветственной речи слово взял Д. Литвинцев, директор Уральского филиала ТД «Папирус-Столица». В своем докладе он рассказал об ассортименте и качестве бумаг, представляемых на российском полиграфическом рынке. Технический специалист группы «Илим» Ю. Галоян, в рамках выступления ТД «Папирус-Столица», продолжил актуальную тему, интересно и подробно рассказав о первой российской мелованной бумаге для высокохудожественной печати — «Омела». Обладая такими характеристиками, как 100% целлюлозы, 120-130% белизны, 90-170 г/м² плотности и 0.8-0.9 см³/г. пухлости, она заслужила пять сертификатов. Среди них — квалификация на цифровые машины HP (Ecolabel), которая

подтверждает качество продукции и соответствие европейским экологическим нормам производства.

«Процесс оптимизации возможен на всех уровнях»

Следующий спикер — Любовь Баюшкина, технолог компаний «ОктоПринт Сервис» и «хубергруп РУС», специалист с 25-летним опытом в полиграфии. Она представила доклад «Проблемы офсетной печати и методы их устранения. Экономия через инновации».

Как снизить себестоимость печатной продукции без ущерба качеству? Не ошибемся, если скажем, что этот вопрос для каждой типографии — один из самых актуальных (если не самый актуальный). Разумеется, оп-

тимизация расходов — процесс многосторонний. Любовь Баюшкина, как опытный технолог, подробно остановилась на нескольких аспектах: как оптимизировать производственные процессы, грамотно подобрать расходные материалы, снизить технические отходы, оптимизировать затраты на модернизацию оборудования и запасные части.

«Методы оптимизации производства в настоящее время последовательно применяются всего у 10% предприятий. Между тем, этот процесс возможен практически на всех уровнях — от организации на отдельном рабочем месте до отгрузки продукции, — объяснила Любовь. — При оптимизации процессов немаловажную роль играют качество, цена и эко-





логическая безопасность расходных материалов для печати. Попытка использовать более дешевые и нетехнологичные материалы без предварительных тестов может привести к повышению технологических отходов!» — предупредила она.

Далее, доказательно представив позицию своего предприятия на тему того, что будущее за репроцентрами, и примеры того, как грамотно подбирать расходные материалы, Любовь Баюшкина завершила свое актуальное выступление.

КВА. История изобретателя

Алексей Журавлев — торговый представитель компании «КВА» — взял на себя смелость вернуть познавательный интерес аудитории после 20-минутного отдыха, и выступил первым с докладом «**КВА — развитие, стратегия и будущее**». Рассказывая историю развития корпорации, спикер обратил внимание участников: более чем за двухсотлетнее существование «КВА» стала вторым в мире производителем печатных машин. В ее ассортименте находится оборудование для листовой, рулонной, цифровой печати, печати на стекле и по металлу, для маркировки и кодирования, гибкой упаковки и даже машины для печати банкнот и ценных бумаг. Алексей напомнил присутствующим, что при заказе печатного оборудования типография выбирает не только машину, но и партнера на долгий срок. Поэтому

стоит обращать внимание на опыт фирмы и условия сервисной и технологической поддержки, которые та в состоянии предоставить.

Спикер уделил внимание и тенденциям технологического развития: «Сейчас у нас происходит симбиоз цифровой и офсетной техники, а также увеличивается количество машин для светодиодных красок. По прогнозам наших специалистов, через 5-7 лет около половины машин будут с такими лампами».

«Херох» и «Bobst». Последние по очереди, но не по значению

Следующим «выступательную» эстафету принял руководитель проектов коммерческой печати компании «Херох». Его доклад на тему «**Цифровая печать: автоматизация как ключ к рентабельности**» понравился многим. По перечислении тенденций на рынке печати (рост объемов «цифровых» изданий, сокращение тиражей и циклов производства, оперативное производство), представитель «Херох» напомнил участникам аспекты качества печати: качество изображения, сервис и поддержка, интеграция в процессы, гибкость и, главное, стабильность качества. Некоторые необходимые из этого списка условия, на взгляд спикера, прекрасно совмещены в машинах модельного ряда EntryProductionColor, выпускаемых компанией.

Качеством презентации порадовал последний спикер семинара, Дмитрий Ерошенко, менеджер по развитию рынка компании «Бобст СНГ». Являясь огромной корпорацией и выделяя 7% ежегодного оборота на новые разработки, «BOBST» предлагает инновационные решения в трех направлениях картонной упаковки: плотный картон, гофрокартон и гибкая упаковка. Все это можно производить на машинах, которые также имеются в продаже под данным брендом.

«Bobst обслуживает отрасли, на которые приходится 50% мировых продаж упаковки,— поделился спецификой деятельности компании спикер. — Исходя из этого опыта, мы выпустили новые линейки машин «Novacut 106 E» и «Visionfold», которые смогут обеспечить повышение производительности работы».

Практически все участники семинара особенно отметили информативность выступлений. Ведь там не только обсуждались важные нюансы, с которыми каждый может столкнуться в рабочем процессе, но и были показаны выходы из проблемных ситуаций. Вдохновение, новые решения, знакомства и цели — то, что вынесли слушатели с мероприятия.

Марина ГРИНБЕРГ

«Вечер встреч выпускников. 20 лет спустя»: как это было

19 апреля 2017 года компания «Гейдельберг-СНГ» отпраздновала свой юбилей, посвященный 20-летию работы компании на рынке России и стран СНГ.

На «Вечер встреч выпускников. 20 лет спустя» — именно такое название получило мероприятие — пришли около 200 гостей: клиенты и партнеры компании «Гейдельберг-СНГ» из Москвы и других регионов России, представители отраслевой прессы, а также другие гости, которые в определенное время внесли весомый вклад в развитие компании. В приветственной речи, с которой обратилась к гостям Кати Рокариес, генеральный директор «Гейдельберг-СНГ», она подчеркнула: «Повод для встречи сегодня — не только бизнес, но и долгий путь, который мы прошли вместе, чтобы стать теми, кто мы есть сегодня. В этом зале сидят невероятно талантливые люди, менеджеры, и это счастье — видеть всех вас!» Кати поблагодарила всех присутствующих за сотрудничество и взаимодействие. Подводя итоги работы, она отметила, что сегодня «Гейдельберг-СНГ»



Кати Рокариес, генеральный директор «Гейдельберг-СНГ»

есть чем гордиться: у компании более 1500 клиентов, около 2400 установленных листовых печатных секций, 200 инсталлированных машин Gallus, более 250 CtP и много других высоких достижений.

Среди почетных гостей праздника был Райнер Хундсдёрфер, председатель совета директоров Heidelberg Druckmaschinen AG. Г-н Хундсдёрфер приветствовал гостей, а также выступил с обзором текущей ситуации и результатов Heidelberg и основных задач, которые стоят перед концерном.

Всех гостей праздника ждала очень интересная развлекательная

программа. Например, каждый желающий мог пройти символический обряд «отжимание» — своеобразное посвящение в полиграфисты. Этот обряд ведет свою историю издавна и в реальном исполнении достаточно суров по отношению к испытываемому. Но для гостей праздника организаторы приготовили более легкую версию, однако оставили без изменений традицию вручения почетной грамоты и фартука полиграфиста.

Создать уникальный ансамбль полиграфистов, основными «музыкальными» инструментами которых стали палки и ведра, помогла группа Men in Blech. Этот коллектив сопровождал зажигательными ритмами весь вечер и был отлично принят публикой. После гостей ожидал банкет, а завершился праздничный вечер дискотекой!

По материалам пресс-службы компании «Гейдельберг-СНГ»
www.heidelberg.ru

HEIDELBERG



Об истории «Гейдельберг-СНГ»

Компания «Гейдельберг-СНГ» основана в 1996 году, в то время в компании было 15 сотрудников. Динамично развиваясь в течение всего срока деятельности, на текущий момент «Гейдельберг-СНГ» является ведущим в России поставщиком решений для полиграфического производства и единственной компанией, которая предлагает оборудования, материалы и программное обеспечение для всех этапов полиграфического производства. В последние годы «Гейдельберг-СНГ» активно расширяет предложение благодаря новым глобальным партнерам (Ricoh и Masterwork) и по-прежнему успешно продает оборудование давних партнеров (Gallus и Polar). «Гейдельберг-СНГ» постоянно обновляет и дополняет ассортимент расходных материалов, в развитии этого бизнеса важное и ценное содействие оказывают дилеры. Сервисная служба предоставляет услуги клиентам компании и постоянно совершенствует свои предложения.

Комплекс оборудования от «ЯМ Интернешнл» в ПО «Маяк»

В конце 2016 года в ПО «Маяк» (г. Озерск) сервисные инженеры уральского филиала компании «ЯМ Интернешнл» установили комплекс допечатного и печатного оборудования, состоящий из устройства CtP FUJIFILM Luxel V6E и четырехкрасочной печатной машины KOMORI Enthronе 429.

ПО «Маяк» является предприятием Госкорпорации «Росатом», в числе прочих активов которого есть и своя типография, созданная в 1949 году. Вся продукция, печатающаяся в типографии, предназначена как для внутренних потребностей, так и для всего городского округа. Это в первую очередь еженедельная газета «Вестник Маяка», инструкции к разработкам, различные брошюры, журналы. Это по-настоящему типография полного цикла, которая просто обязана суметь выполнить любой внутренний заказ собственными силами, без привлечения сторонних организаций. Поэтому производство включает в себя допечатное и печатное оборудование, а также устройство послепечатной обработки.

Начальник полиграфического участка Светлана Гришина так прокомментировала проект: «Учитывая специфику предприятия, включая сложный пропускной режим и четкую систему планирования любых въездов на территорию, типографии требовалось надежное оборудование, способное безотказно работать и не подводить производство. Обе единицы оборудования японского производства с его легендарным качеством, подтвержденным гарантией от производителей, нам подошли безоговорочно. Были выбраны четко под наши потребности: устройство CtP Luxel V6E от FUJIFILM для вывода фотополимерных малохимических пластин и печатная машина Enthronе 429 корпорации KOMORI».

Используемая при выводе печатных форм малохимическая технология обеспечивает низкий расход химии и высокое качество получаемых форм, готовых к установке на



печатную машину. Установленную же в типографии печатную машину Enthronе 429 отличает достаточно высокий уровень автоматизации — все настройки печати осуществляются с пульта управления над приемкой. Максимальная скорость печати — 13000 отт./ч., диапазон толщины листа 0,04-0,6 мм.

Стоит отметить, что после нескольких месяцев работы на запущенном оборудовании все клиенты «ЯМ Интернешнл» заполняют достаточно обширную анкету по каждой единице, где оценивают комплексный подход поставщика к проекту, начиная с внешнего вида оборудования и заканчивая выполнением ожиданий и условий покупателя. Так вот, по данному проекту по всем пунктам анкеты были получены только наивысшие баллы.

просы, не ожидая ответов из Москвы!»

В свою очередь, генеральный директор «ЯМ Интернешнл (Урал)» Нина Светличная так прокомментировала успешный проект: «Работать с такой крупной компанией, как ПО «Маяк», которое является предприятием Госкорпорации «Росатом», было непросто и в тоже время интересно. Переговоры шли почти год. В данном случае огромное спасибо Гришиной Светлане! Я откровенно удивлялась ее настойчивости. В полиграфии она почти новичок, тем не менее, смогла реализовать этот проект. Особенно было интересно на последнем этапе, когда после всех переговоров была поставлена конкретная дата поставки, и в кратчайшие сроки нам удалось поставить и запустить оборудование. На этом этапе команда компании

Установленную в типографии печатную машину Enthronе 429 отличает достаточно высокий уровень автоматизации

«Отдельную благодарность хотелось бы выразить, — говорит Светлана Гришина, — сервисным инженерам «ЯМ Интернешнл (Урал)», которые произвели запуск обеих единиц оборудования не только в срок, но и с опережением графика, а также поблагодарить за квалифицированное обучение работников типографии. Для нас крайне важно, что инженеры уральского филиала готовы и способны оперативно реагировать на наши за-

«ЯМ Интернешнл», начиная от учредителей и заканчивая уже сервисным инженером по запуску оборудования, сработала сплоченно и организованно. Оборудование успешно запущено и работает. Мы очень благодарны ПО «Маяк» за полученный бесценный опыт работы!»

Весь коллектив компании «ЯМ Интернешнл» желает успешной работы типографии ПО «Маяк».

Speedmaster CX 75:

компактный универсал

для динамичных «умных типографий»

Официальная презентация машины состоялась на выставке China Print в Пекине

Во многих малых и средних типографиях формат 50x70 см по-прежнему считается наиболее выгодным с точки зрения объемов продаж и разнообразия производимой продукции, несмотря на давление со стороны более крупных форматов. Сегодня набор требований в типографиях меняется, появился спрос на «умное» производство, которое в обмен на умеренные инвестиции гарантирует воспроизводимость и стабильно высокое качество.

Всеми соответствующими достоинствами обладает новое решение от Heidelberg. Печатная машина Speedmaster CX 75 — универсал, объединивший в себе всё лучшее из обоих миров: инновационная платформа Speedmaster XL 75 класса Peak Performance, дополненная компонентами Speedmaster SX 74. Гибкая

и экономичная машина для одностронней печати формата 50x70 способна печатать и на тонкой бумаге, и на плотном картоне благодаря печатным цилиндрам двойного диаметра.

Машина отличается высокой скоростью работы — 15 000 оттисков/час, а также компактностью — это самая узкая печатная машина из всех предлагаемых Heidelberg в данном формате. Машина ориентирована на растущие рынки, где востребована гибкость, но максимальная автоматизация не всегда оправдана экономически. Также машина заинтересует те типографии в развитых странах, которые работают в одну или две смены и заинтересованы в привлекательном соотношении «цена-производительность».

На сегодня этап интенсивных внутренних испытаний уже завершен, и результат существенно превзошел



Управляющий директор типографии Werbedruck Petzold GmbH Эрсин Зёцер и новая машина на заводе Heidelberg в Вислох-Вальдорфе

ожидания. Далее предстоят испытания в реальных условиях. Испытывать машину будет партнёр Heidelberg типография Werbedruck Petzold GmbH (WP) в городе Гернштайм. После испытаний Speedmaster CX 75 в условиях реального производства в конце 2017 года начнется серийное производство машины.

Официальная презентация Speedmaster CX 75 состоялась на выставке China Print в Пекине, где была представлена 4-х красочная печатная машина с инновационной технологией LED-сушек от Heidelberg — DryStar LED.

По материалам пресс-службы компании «Гейдельберг-СНГ»
www.heidelberg.ru

«Дизайн и реклама-2017»: ИТОГИ ВЫСТАВКИ

14 апреля в Москве завершилась 23-я выставка маркетинговых коммуникаций «Дизайн и реклама».

В выставке приняли участие 183 компании из России, стран СНГ и дальнего зарубежья, посетили ее 7664 человека. Среди тематических разделов выставки были такие, как «дизайн, брендинг, креатив», «продвижение товаров на местах продаж, POSm, Displays», «Digital signage», «Рекламная полиграфия», «Сувенирная продукция» и другие.

Экспертный совет «Дизайна и рекламы» выдвинул шесть номинаций, по которым оценивались стенды участников выставки. Дипломами за лучшее оформление стендов были награждены: «За самый оригинальный стенд» — VIRTU, «За самый космический стенд» — ДЕКА, «За самый инновационный стенд» — ВИТРИНА А, «За самый концептуальный стенд» — ТТГ, «За самый интерактивный

стенд» — PVG, «За лучший дебют» — ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ДИСПЛЕИ, «За графический дизайн годового отчета ПАО Газпром 2016» — TGD.

Акцентом выставки 2017-го года стал международный конкурс праздничного, событийного и средового дизайна. Победителями стали компании S.O.S. Decorace (Чехия), Mall Decor, коммуникационная группа LBL, ГК Мегаполис (Санкт-Петербург), Big D cor, Only Trees и Studio Dega (Санкт-Петербург), а также торговые центры «Ривьера» и «Авиапарк» (Уфа).

Значимой составляющей «Дизайна и Рекламы» стал раздел CHRISTMAS TIME, ориентированный преимущественно на профессиональную аудиторию и представляющий товары и услуги новогодней и праздничной индустрии. Включение новогоднего сегмента в выставку, проходящую весной, имело целью дать как оптовикам, так и розничным

торговым компаниям возможность подготовиться к праздничному сезону оптимальным образом и с достаточным запасом по времени.

На «Дизайне и Рекламе» были также представлены мобильная выставка работ социальной рекламы фонда CAF, осуществляемая в рамках программы «Социально активные медиа», а также специальный проект ТАСС — архивные кадры из фотобанка агентства, объединенные рекламой как общей темой.

24-я выставка маркетинговых коммуникаций «Дизайн и Реклама» будет проходить в Центральном Доме художника с 10 по 13 апреля 2018 года. Добро пожаловать!

ДИЗАЙН
11-14/04
РЕКЛАМА
ВЫСТАВКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Свершилось: HP Indigo 20000 — на российском рынке гибкой упаковки!

Творцом этого поистине исторического события стала казанская компания «Данафлекс» — один из крупнейших игроков в сфере гибкой упаковки. Список установленного в компании оборудования впечатляет: шесть выдувных экструдеров и два плоскощелевых, один металлизатор, девять флексографских машин, три машины глубокой печати, девять рулонных ламинаторов (из них один экструзионный и один триплексный).

Масштабы деятельности огромные, объемы выпускаемой продукции исчисляются десятками тысяч тонн, уровень качества печати — на высшем уровне. Какие же задачи поможет решить столь мощному предприятию 7-красочная цифровая рулонная офсетная машина HP Indigo 20000, чей запуск на предприятии «Данафлекс» запланирован на июнь текущего года?



«Прежде всего, — отметил генеральный директор компании Айдар Галиуллин, — машина **HP Indigo 20000** будет выполнять роль незаменимого инструмента в руках маркетологов наших многочисленных заказчиков. Моментальная подготовка дизайна к печати, выпуск пробных партий упаковки любой сложности в течение суток, оперативная подготовка и реализация уникальных рекламных компаний, базирующихся на средствах цифровой персонализации и кастомизации. Поэтому, в частности, мы очень заинтересованы в использовании технологии массовой персо-

нализации **HP Indigo SmartStream Mosaic**, с помощью которой была реализована целая серия крайне эффективных маркетинговых акций.

Не менее важен для нас рынок малотиражной этикетки — с твист-эффектом и круговой, чья доля в нашем обороте пока невелика (около 2-3%), но, с помощью машины HP Indigo 20000, вполне может вырасти в десятки раз».

Устанавливаемая в «Данафлекс» 7-красочная рулонная офсетная цифровая машина HP Indigo 20000 (ширина полотна 762 мм, длина печати 1100 мм) — важная веха в развитии российского рынка гибкой упаковки, знаменующая приход на него того самого «цифрового будущего», которое уже давно стало реальностью на отечественном этикеточном рынке.

По материалам компании «НИССА Центр»

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

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

Формный флексовал

Флексогильза «Sleeves» на «основе» производства «Формат»

Пассеивационный вал для химической и сталепокатной промышленности с защищенными шейками

Вал для полиграфических машин



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

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

www.formatltd.ru

Инсталляция первой в России системы обратной связи IntelliPack: новый опыт и feedback

Полиграфический комплекс АО «ВМС-Принт» (Подольск) постоянно оптимизирует производственный процесс. После того, как в 2013 году типография ввела в эксплуатацию сканирующие спектрофотометры X-Rite «EasyTrax», руководством было принято решение сделать очередной шаг по улучшению качества печати.

В этом АО «ВМС-Принт» помогла компания «Апостроф», официальный представитель X-Rite Pantone и Rutherford в России, а также единственный дилер на российском рынке, который имеет право поставлять продукцию X-Rite и для полиграфии, и промышленного цвета. Специалисты «Апострофа» предложили АО «ВМС-Принт» новый комплекс контроля и обратной связи IntelliPack. В апреле этого года на полиграфическом предприятии инсталлированы две системы X-Rite + Rutherford.

Такая инсталляция — первая в России, и нашим читателям будет интересно узнать о ней. За комментариями мы обратились к **Ирине Кутенковой, директору по производству** полиграфического комплекса АО «ВМС-Принт», и **Дмитрию Кобзарю**, ведущему менеджеру-технологу компании «Апостроф».

■ В чем особенности и преимущества системы IntelliPack?

Ирина Кутенкова: Говоря простым языком, система обратной связи представляет программно-аппаратный комплекс, избавляющий печатника от ручной настройки красочных аппаратов печатных машин. Эта система ускоряет приладку, экономит материалы и обеспечивает стабильность печати при прогоне. В нашем случае она представляет из себя комплекс из сканирующих спектрофотометров второго поколения X-Rite IntelliTrax2™ и набора трех программ — IntelliTrax от X-Rite, IntelliSet и IntelliLoop от Rutherford Graphic.

Первая (IntelliTrax) занимается измерением контрольных шкал, причем по любым измеряемым параметрам — плотность, приращение тона (TVI, CVI), баланс серого, delta E, имеет функцию Best Match и т.п.

Вторая (IntelliSet) занимается преднастройкой красочных зон на основе CIP4 файла, либо на основе базы данных уже отпечатанных тиражей. Печатнику перед приладкой тиража достаточно выбрать файл с предварительными настройками и указать

желаемую скорость дуктора: настройку шибберов сделает уже программа.

Третья программа — IntelliLoop, представляет из себя интеллектуальную самообучаемую систему по настройке красочных аппаратов.

■ Как сейчас работает система? Какие выгоды приобрела типография от ее использования?

Ирина Кутенкова: Самая главная и амбициозная наша задача — максимально автоматизировать

Новейший автоматический спектрофотометр X-Rite IntelliTrax2:

- Режим измерений M0, M1 и M3
- Минимальный размер поля контрольной шкалы 2 мм в высоту и 3 мм в ширину
- Высокая скорость сканирования и передачи данных: 170 мм в секунду
- Бесконтактное измерение, вакуумный стол и система визуального распознавания шкалы исключают ошибки считывания и повышают стабильность измерения
- Возможность выбора стандартных или собственных целевых значений и отклонений
- Поддержка формата данных CxF — совместимость с красочной лабораторией
- Стандарт измерений X-RGA — согласованность с приборами X-Rite eXact и i1Pro2
- Электронные библиотеки с целевыми данными стандарта ISO 12647-2 от 2007 и 2013 годов (FOGRA 39/47/51/52)
- Электронные библиотеки Pantone
- Функция Best Match
- Поддержка программы Color Cert, Ink Formulation и Color Quality

- Создание отчетов о тираже на базе стандарта ISO 12647

- Возможность подключения eXact для измерения цвета в любой части листа

Система Rutherford IntelliPack — интеллектуальная система обратной связи с предварительной настройкой красочных аппаратов:

- Самообучающаяся система предварительной настройки красочных аппаратов
- На каждой секции, для каждой красочной зоны система собирает и анализирует статистику, постоянно и самостоятельно улучшает свою калибровку. А также подстраивается под изменение состояние печатной машины для каждого типа бумаги
- Эффективная система обратной связи с уникальными алгоритмами и управление их «агрессивностью»
- Безопасное и простое подключение к пульту печатной машины. Даже в случае поломки контролера обратной связи пульт печатной машины будет полностью функционировать
- Прост в использовании, интерфейс пользователя на русском языке

все производственные процессы. Вдумчиво и последовательно мы движемся к этой цели, выбирая самые проверенные и надежные системы на рынке. Системы Rutherford Graphic, установленные «Апострофом», именно таковы.

Несколько лет назад мы пришли к пониманию, что ручной контроль печатных шкал нас не удовлетворяет: печатник просто не успевает и промерять печатный лист, и вносить корректировки в красочный аппарат. Через полтора же месяца использования системы наши печатники включили функцию «Подтверждение оператора на внесение изменений», переведя систему на полностью автоматический контроль тиражей, которые печатаются в СМΥК.

Дмитрий Кобзарь: Система постоянно собирает статистику, учится и самокалибруется под различные материалы (бумаги и картоны). В этом и заключается интеллектуальность и главная особенность системы Rutherford — адаптивность к изменяющимся условиям печати без дополнительного технического обслуживания.



Миркамол Бахтиёрович
Мирзамахмудов, генеральный
директор АО «ВМС-Принт»

■ Обеспечивает ли «Апостроф» техническое обслуживание новой системы?

Дмитрий Кобзарь: Разумеется. Мы предоставляем сервисное обслуживание для всего ассортимента реализуемого оборудования.

С X-Rite мы сотрудничаем много лет и имеем опыт как гарантийного, так и послегарантийного обслуживания.

Обращаю ваше внимание на то, что комплекс поставляется от единого поставщика X-Rite — это значительно упрощает сервисное обслуживание части от Rutherford, так как у X-Rite уже имеются отлаженные ме-

ханизмы и канал гарантийного и послегарантийного сервиса. Я прошёл обучение и опыт реальных инсталляций и способен дать техническую и сервисную поддержку по всем основным вопросам. Если требуется привлечение технических специалистов X-Rite и Rutherford — они тоже всегда на связи. Партнеры предоставляют полный сервис для своих клиентов, включая дополнительные обучающие программы и сертификацию производства.

Сегодня полиграфический комплекс АО «ВМС-Принт» занимает устойчивые позиции на рынке упаковки и этикетки. Несомненно, новая инсталляция даст типографии серьезные конкурентные преимущества и позволит занять новые сегменты рынка.

Поздравляем полиграфический комплекс АО «ВМС-Принт» с удачным приобретением, а компанию «Апостроф» благодарим за развитие российской полиграфии!

Марина ГРИНБЕРГ

КЛЕЕВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

НАСТОЯЩЕЕ ШВЕДСКОЕ КАЧЕСТВО И НАДЕЖНОСТЬ

**Кашировальные системы
Manual Line**

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



**Кашировальные системы
1111 - 1620 BASIC**

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



**Кашировальные системы
Black Line**

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



Клеевые станции и столы

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



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

Сергей Бакшиш:

«В бизнесе важно относиться к людям по-доброму»



Среди постулатов Ричарда Брэнсона, одного из самых успешных предпринимателей нашего времени, есть такой: «Бизнес требует хорошего отношения к людям». И такой: «От бизнеса надо получать удовольствие». Эти постулаты, безусловно, сказаны из опыта настоящего бизнесмена. Поэтому, услышав от Сергея Бакшиша, генерального директора компании «Графические системы», те же мысли, мы поняли две вещи: во-первых, это настоящий бизнесмен, то есть человек, который любит свое дело и вкладывает в него всю душу. А во-вторых — что у его предприятия большое будущее.

■ **Сергей, Ваша компания уже пять лет занимается поставками полиграфического оборудования. (Кстати, с юбилеем!) Почему полиграфия? Призвание с детства?**

Да нет, можно сказать, так звезды сложились. В детстве я увлекался то небом, то землей — то есть то астрономией, то археологией. Причем археологией очень серьезно. Я же из Ленинабадской области, а Ленинабад — это очень древний город, его еще Александр Македонский завоевывал. Вот я там с одной из ведущих экспедиций из Душанбе участвовал в раскопках.

Но потом, когда закончил школу, выбрал совсем другую область деятельности. Поступил в Томский университет на физико-технический факультет. По специальности я инженер-баллистик. По окончании университета работал лаборантом в НИИ, занимался материалами лазерного упрочнения, CO₂ лазерами. Это в самом начале 90-х было.

■ **Непростое время. Особенно для науки...**

Да. Началась перестройка, зарплату платить перестали. Работу по специальности найти было нереально. Родители тогда переехали в Екатеринбург, в 1995 году переехал и я. И устроился работать в компанию «Форт Диалог», что, я считаю, было одной из самых больших удач в моей

жизни. Главным образом, потому, что моим руководителем и наставником был Александр Андреевич Корлыханов. Это удивительный человек, один из самых мудрых людей, которых я встречал на своем жизненном пути.

Именно Александр Андреевич сформировал меня как специалиста и научил меня быть руководителем. Я смотрел, как он управляет компанией, как решает дела, как общается с людьми, — и видел, что это руководитель с большой буквы, очень талантливый и мудрый. Его принципами управления я стараюсь руководствоваться и сейчас.

■ **Какими, например?**

Меня всегда восхищала взвешенность его решений. Он никогда не принимал их на ходу, сгоряча. Всегда подумает, всё взвесит. Поэтому и решения оказывались самыми правильными.

А второе, чем отличался его стиль руководства, — это человеческий подход к сотрудникам. Александр Андреевич всегда относился к людям, которые у него работают, очень тепло, как-то по-отцовски, что ли. При этом он был сильный, эффективный руководитель, но умел обращаться с людьми по-доброму. И я ему очень благодарен за этот важный урок.

■ **Так Вы попали в полиграфический бизнес. И, видимо, «Графи-**

ческие системы» стали логическим продолжением этого пути?

Изначально «Форт Диалог» был флагманом в IT-бизнесе, но конкуренция на этом рынке была огромная, и компания решила взять курс на полиграфию, что оказалось очень дальновидно. Постепенно сфокусировались на оперативной полиграфии и на специальных видах печати (шелкография, тампонная печать), что тоже было здравым решением.

У меня же в 2012 году возникли мысли заняться оборудованием для лазерной и фрезерной гравировки, мне это было близко, да и потребность рынка в этом была. В рамках «Форте Диалога» это сделать не получилось: другие направления тогда требовали от компании и так много сил и мощностей. Так и родилась компания «Графические системы».

Мы начали поставлять лазерные и фрезерные машины из Китая. Мои знакомые предприниматели специально «под меня» сделали заказ на китайском заводе. С их стороны это был риск, и я им очень благодарен, что они на него пошли. Для нас это стало хорошим стартапом. Тогда была большая потребность в таких станках, мы продавали от 5 до 10 машин в месяц. Сначала на Урале, а потом и по всей России. Это направление — лазерно-фрезерное оборудование — у нас до сих пор одно из основных.

■ **Сейчас «Графические системы» успешно развивают несколько направлений, кроме лазерно-фрезерного...**

Да, постепенно мы к этому пришли. Сначала стали поставлять оборудование и расходные материалы для сублимации.

Еще через некоторое время мы стали партнерами компании «Окто-принт Сервис» — то есть начали заниматься офсетными расходными материалами. Это была инициатива Всеволода Соломеина, который раньше тоже работал в «Форт Диалоге». А потом Всеволод съездил на переговоры в Чехию (там находится один из известных заводов полиграфического машиностроения), и мы получили статус эксклюзивного поставщика резаксов Maxima в России. На данный момент мы продали больше 20 таких резаксов. Спрос есть: они дешевле других европейских брендов, но надежные и производительные.

Знаковым событием для «Графических систем» стало получение статуса официального поставщика оборудования Mimaki. Это, в основном, широкоформатные плоттеры и принтеры для сольвентной и УФ-печати. УФ-принтерами тогда на Урале никто не занимался. Сейчас многие поняли, насколько это перспективно. Недавно мы начали поставлять плоттеры Mimaki для широкоформатной печати по текстилю (в том числе, прямой). В марте у нас была презентация по печати на ткани, и мы воочию увидели интерес людей к таким машинам.

■ **Но это ведь еще не все? А ЦПМ?**

В сегменте для мини-типографий мы представляем двух поставщиков — Konica Minolta и Ricoh. Оба бренда очень достойные. Марка Ricoh для российского полиграфического рынка новая, но профессионалы ее уже оценили. Полиграфистам машины Ricoh очень интересны, так как работают на широком диапазоне бумаг. Известно, что для многих ЦПМ это проблема. А рынок требует большей гибкости.

У нас направлением ЦПМ занимается Игорь Степанов. Это личность в своем роде легендарная (смеется), можно сказать, что это специалист практически по всем цифровым ма-

шинам. Он работал со многими брендами, причем не только продавал оборудование, но и был сервисным инженером, знает машины изнутри, все технические тонкости.

■ **Сейчас на рынке довольно много компаний, которые поставляют оборудование для разных сегментов полиграфии. В чем Вы видите Ваши конкурентные преимущества?**

Прежде всего, хочу сказать, что я с большим уважением отношусь к людям, которые работают с нами в одном сегменте рынка. Конкуренты у нас достойные, их профессионализм вызывает уважение.

А если говорить о наших сильных сторонах, то я бы назвал две. Первая: многие позиции оборудования мы предлагаем напрямую от производителей. У нас налаженные контакты с зарубежными заводами. Так что мы раньше получаем информацию о

На работу иду с желанием и удовольствием. Мне кажется, работать можно только так.

каких-то интересных технологиях. И это дает нам возможность предлагать клиентам лучшую цену.

Второе наше преимущество — это хорошая сервисная поддержка. У нас в штате семь опытных сервисных инженеров, есть свой склад расходных материалов и запчастей. Нам доверяют и к нам обращаются. Например, машины Mimaki мы обслуживаем даже те, которые поставлены нашими конкурентами.

■ **У Вас за пять лет наверняка сложился постоянный коллектив. Расскажите, как Вы подбираете кадры?**

В основном у нас молодые сотрудники, средний возраст 30-40 лет. Новые кадры мы стараемся набирать с кафедры полиграфии — там люди уже знакомы и со спецификой отрасли, и с технологиями.

Но это не значит, что человек из другой отрасли не попадет в нашу компанию. Научить человека можно всему. Главное качество в любом кандидате на любую должность — это ответственность.

■ **Как воспитываете сотрудников? Наказываете?**

Приходится иногда наказывать, конечно, но я стараюсь делать это нечасто. Особенно рублем, штрафами — это крайние случаи, такими способами редко когда чего добьешься. Так что с сотрудниками, как и с детьми в семье, я прежде всего договариваюсь. В 90% случаях человек всё понимает, договариваемся. Вообще, мне кажется, что и в жизни, и в бизнесе очень важно относиться к людям по-доброму.

■ **Чему посвящаете свободное время? Или Вы с головой в работе?**

Стараюсь заниматься семьей, детьми. Им не хватает моего внимания, а ведь главные принципы воспитания детей — это любовь и внимание. Так что в работе я не с головой. Хотя свое дело очень люблю, на работу иду с желанием и

удовольствием. Мне кажется, работать можно только так. Если человеку не нравится дело, которым он занимается, — здесь что-то не то, значит, надо уходить, искать то, что по душе.

■ **Каких достижений, успехов Вы хотели бы пожелать своим детям в будущем? И как Вы оцениваете потенциал нынешнего молодого поколения вообще?**

Я бы хотел, чтобы мои дети стали в первую очередь хорошими людьми. Доброта, сострадание, любовь к ближним, уважение к старшим — если этого не будет, тогда остальное мало что значит. А если это будет, то и внешние успехи приложатся.

А на наше молодое поколение я смотрю с оптимизмом. Вижу в них очень много хорошего — как с нравственной, так и с творческой стороны. Так что я считаю, что у России есть надежда на хорошее будущее.

Беседовала Елена ЧЕКАСИНА

Производство картонной упаковки: актуальность и тенденции



Открытие массового производства картонной упаковки во второй половине 19 века стало точно таким же впечатляющим достижением, новым словом в сфере потребления, как и создание первого iPhone в 2000-х. В наши дни картонная упаковка — необходимый атрибут любого производства. Практически всё, от пищевых продуктов и лекарств до утюгов и холодильников, продается в картоне. Какие же тенденции прослеживаются в современном производстве картонной упаковки?

Самый экологичный материал

Очевидная тенденция: чем больше уровень загрязнения окружающей среды, тем жестче законы об утилизации отходов производства. А это, в свою очередь, заставляет производителей упаковки переходить на материалы, легко поддающиеся вторичной переработке.

«Являясь наиболее экологически чистыми материалами, бумага и картон выступают на рынке упаковки наряду с полимерами, а в некоторых сегментах даже теснят их с рынка, — объясняет Сергей Андреев, руководитель департамента «Упаковка» компании «Дубль В». — Согласно данным таможенной статистики, в 2016 году импорт картона в Россию вырос почти на 8%. Кроме экологичности, бумага и картон обладают рядом преимуществ и с технологической точки зрения: они достаточно легкие, легко поддаются брендингованию. Поэтому всё больше мировых лидеров, таких как Stora Enso, Sappi, Metsa делают упор на производстве специальных видов бумаги и картона для упаковки, наращивая

мощности в данном сегменте. Один из примеров — новинка в ассортименте компании «Дубль В», двусторонний крафт-картон СКВ Nude от Stora Enso (Финляндия). Крафт-картон без покрытия привлекает внимание потребителей натуральных продуктов. Он характеризуется высокой жесткостью даже при низких плотностях и имеет широкий спектр конечного применения: от упаковки пищевых продуктов и напитков, до упаковки люксовой косметики».

Дмитрий Смирнов, директор Уральского филиала компании «Европапир», отмечает: «Несмотря на экономический кризис и снижение реальных доходов населения, потребление в некоторых секторах, как утверждает статистика, в прошлом году все же возросло (по сравнению с предыдущим). Так, например, увеличилось потребление: напитков и табака на 2,4%, фармацевтической продукции на 4,4%, моющих, парфюмерных и косметических средств на 8,7%, санитарно-гигиенических изделий на 23,4%, бытовой техники на 4,7%. А значительную часть упаковки для

этих товаров производят именно из картона. В нашем ассортименте есть много позиций картонов как из первичного волокна, так и макулатурных, поэтому мы можем отслеживать динамику спроса и видим, что картон реально востребован упаковочным рынком».

Другим важным этапом в создании картонной упаковки стало производство гофрокартона. Согласно исследованию маркетингового агентства IndexBox, основной объем «картонного» производства в России как раз приходится на изготовление гофрокартона: в первом квартале 2016 года было произведено свыше 1 млрд. кв. м такой упаковки, что составляет 85,2% от общего объема картонной упаковки, произведенной в России. По сравнению с началом 2015 года, доля гофротары несколько возросла, так как она дешевле и пользуется более широким спросом.

Дмитрий Смирнов: «Сейчас можно говорить о восстановлении производства гофрокартона. На это влияют и потребительские предпочтения, и маркетинговое позиционирование (становится по-

пулярной экологичная упаковка из натуральных материалов), и активизация импортозамещения. По итогам 2016 года рынки гофропродукции, тарных картонов, макулатуры оцениваются как сбалансированные».

Печать: контролируем качество и снижаем цены

В эпоху «Generation P» и «99 франков» ни для кого не секрет, что всё, включая внешний вид товара (то есть упаковку), должно работать на создание бренда и привлекать внимание покупателя. Хорошо известны примеры профессионально проделанной работы маркетологов, когда товар известен только благодаря дизайну упаковки (печенье «Uneetla»: «В картонной упаковке товар лучше хранится» — и про вкус ни слова). Овсянка, которая столетие назад считалась просто кормом для лошадей, стала популярным диетическим продуктом как раз благодаря яркой картонной упаковке, на которой были написаны рецепты приготовления и полезные свойства. Доказано, что оригинальная упаковка, которая влияет на эмоциональное восприятие потребителя, составляет 67% влияния на импульс покупки.

Одной из главных составляющих «продающей» картонной упаковки является качественная полноцветная печать. Притом заказчики упаковки, естественно, ищут типографии, где при высоком качестве себестоимость оттиска была бы наименьшей.

«Для малых и средних упаковочных компаний важным фактом является ценовое давление на рынке конечной продукции, — подтверждает **Игорь Егоров, руководитель отдела продаж оборудования для производства упаковки «Гейдельберг-СНГ».** — В то же время заказчики повышают требования к качеству и ожидают только стабильных поставок без брака и пересортицы. В ответ этим требованиям Heidelberg предлагает комплекс решений. Во-первых, высокопроизводительное оборудование, и прежде всего — печатные машины серии Speedmaster

XL, представленные во всех форматах. Например, машина 1-го формата Speedmaster XL 106 печатает в год 40-60 млн оттисков, а иногда и больше, что на 50-60% выше привычной производительности машин. Фальцевально-склеивающие машины Diana развивают скорости до 650 м/мин при стабильном качестве.

На выставке China Print компания Heidelberg представила еще одну актуальную новинку для данного сегмента — печатную машину Speedmaster CX 75. Эта модель позволяет организовать более экономичное производство картонной упаковки во 2-м формате малыми и средними тиражами. Там, где не требуется наивысший уровень производительности, экономичным решением является машина для высечки Easymatrix 106 C/CS».

Производство упаковки — это процесс, требующий жесткого контроля качества. С этой точки зрения представляют особый интерес решения компании Heidelberg для организации производства складных коробок без дефектов. Рассказывает **Игорь Егоров:** «На печатных машинах, кроме спектрофотометрических устройств контроля цвета, устанавливается устройство Inspection Control, не допускающее ошибок при печати. Другое устройство с тем же названием и теми же функциями устанавливается на фальцевально-склеивающих машинах Diana. И третье решение, для инспектирования и отбраковки продукции, — это оффлайн инспекционная машина Diana Eye, которая контролирует высеченные заготовки по всем параметрам качества, работает с металлизированными материалами и фольгой, контролирует шрифт Брайля и конгревное тиснение». Эту машину компания «Гейдельберг-СНГ» впервые в России покажет на своем стенде на выставке Printech 2017».

Большое будущее малых тиражей

Тенденция, которая отмечается во всем мире, — повышение внимания к малотиражной упаковке. Особый дизайн, индивидуальные



В свое время компания TetraPak смогла преодолеть границу человеческих стереотипов и доказать: картонная упаковка способна служить тарой не только для твердых и сыпучих продуктов, но и для жидкостей. Первая емкость для молока, которая не протекала и позволяла продукту не портиться, была разработана в конце 50-х годов, а промышленное производство началось в 1961 году.

Наверное, кое-кто из наших читателей сможет вспомнить первые отечественные картонные упаковки для молока в форме тетраэдра. В их основе лежала плотная бумага, на которую способом флексопечати наносилось изображение в одну-две краски. С обратной стороны упаковочный материал парафинировался. Технология, которая состояла в том, чтобы нарезать и сваривать заготовки непосредственно на заводе, была неэффективна: около 10% таких пакетов протекали. И около 40% продукции — молока, попросту выливалось. Эту проблему не могли решить в течение 10 лет, пока в стране не появилось специальное оборудование для розлива «Елораск» и новые высокие пакеты «пюрпак». Спустя еще три года в Москве стали производить материалы, обладающие асептическими свойствами. Это решило вопрос с утерей продукта, а также сделало упаковку более яркой благодаря расширению цветовой палитры (6 цветов) и более высокой четкости изображения. На сегодняшний день картон уже не парафинируется, а покрывается полиэтиленом или фольгой.



заказы — то, что все чаще котируется у заказчиков. **Антон Перехода, генеральный директор компании «Апостроф»** считает, что этот сегмент рынка будет преподносить все больше новинок для небольших производств. Он отметил, что сегодня в России «наблюдается дооснащение рынка малотиражной картонной упаковки цифровым оборудованием для печати. Сейчас стало возможным практически полностью охватить рынок печати на картоне. Для реализации такого намерения в нынешней ситуации есть все возможности: во-первых, прямая печать на картоне избавляет от необходимости в склеивании отпечатка и картона, во-вторых, качество печати цифровых систем давно не уступает офсетному, в-третьих, цена отпечатка, полученного цифровым способом, в результате всех операций получается ненамного дороже. Но главное — это, конечно, скорость и возможность изготовления индивидуальной упаковки от 1 штуки».

Примером цифрового оборудования, предназначенного для прямой печати по упаковочному картону и гофрокартону, являются

Рынок картонной упаковки с объемом 261 млрд долларов (гофрокоробки, складные и тары для жидкостей) составлял в 2015 году самую большую долю упаковочного рынка в целом и сохранил свои позиции до 2020 года. В 2015 г. Китай обогнал США и стал крупнейшим потребителем картонной упаковки в мире и, по прогнозам, к 2020 году будет потреблять около четверти мирового объема. Второе и третье места займут Индия и Южная Корея. Рост заказов через интернет стимулирует увеличение потребления картонной упаковки. Причём порядка 30-40% купленных через интернет товаров возвращают, поэтому их упаковка должна легко открываться и закрываться.

По данным аналитического агентства Smithers Pira

широкоформатные принтеры HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000, которые поставляет компания «НИССА Центр». Как объясняет **Игорь Кистенев, руководитель направления компании «НИССА Центр»**, «машины дают возможность экономично печатать до двух миллионов квадратных метров в год. При высокой автоматизации и способности печатать на любом, даже очень неровном гофрокартоне, это очень выгодное технологическое решение на рынке гофрокартонной упаковки».

Послепечатная отделка

Данный этап не менее важен, чем любой из предыдущих. Именно от него во многом зависит конечный вид изделия, его качественные характеристики и эстетичность. Возвращаясь к тенденции увеличения популярности малотиражных заказов, приведем пример оборудования, которые предлагают современные производители в этой сфере.

В системах склейки (сборки) упаковки и POSM уверенно себя чувствует компания «Апостроф». Производитель представил на российском рынке решения от Lamina System, которые обеспечивают склейку упаковки и рекламных конструкций на машинах Lamina разной степени автоматизации. «Использование больших и производительных фальцевально-склеивающих машин затруднительно для малотиражных заказов, да и требования по сборке сложной упаковки ставят много ограничений для использования таких линий, — рассказывает Антон Перехода. — В этом случае как раз и находят свое применение полуавтоматические клеевые системы Lamina, позволяющие склеить все что угодно. Просто чем сложнее идея упаковки, тем больше будет число прогонов, но, по сути, нет ограничений ни по форматам, ни по точкам склейки, ни по технологии».

Большое внимание уделяют заказчикам упаковки и ее облагораживанию: лакировке, тиснению и т.д. Эту тенденцию подтверждает **Марина Горских, руководитель отдела**

КОМПАНИЯ

**Реклама
Онлайн**

агентство полного цикла

Все виды рекламы.

Все регионы РФ и СНГ.

(812) 401-64-64,
(495) 737-54-64,
(383) 227-64-64

www.reklama-online.ru

Печатные СМИ

Радио

Телевидение

Транспорт

Метро

BTL/Промо

Интернет

Наружка

ООО «Группа Компаний «Реклама Онлайн», г. Новосибирск, ул. Немировича-Данченко, 104, ОГРН 1105476018361

Примечательно, что в мире в последние годы повышаются требования к экологичности материалов и снижению расходов. Например, Coca-Cola к 2020 году собирается полностью заменить в своих бутылках вредный пластик на 100-процентный биопластик Plant Bottle 2.0. Вместе с тем, по оценкам Министерства Экономического развития, Россия в целом уступает зарубежной продукции как раз ввиду устаревших, небезопасных для окружающей среды технологий и высокого уровня морального и физического износа основных фондов. В связи с этим, чаще всего не выдерживаются стандарты качества, увеличивается ресурсоемкость и энергоемкость производства. В настоящее время лесная отрасль характеризуется нехваткой мощностей по производству продукции глубокой переработки. В то же время на действующих предприятиях резервы этих мощностей практически исчерпаны.



продаж типографии «Астра»: «Многие производители, которые ранее печатали только полноцветом, стали размещать тиражи с УФ-лаком, что уже придает изделию превосходный глянец и устойчивость к истиранию. Также увеличился процент заказов, где ранее печать была только полноцветом, а сейчас добавляются цвета Pantone, что опять-таки придает изделию более насыщенный и яркий цвет».

Ясной направленностью упаковочного рынка к малотиражности диктуется выпуск на рынок узкопрофильных машин. Так, компания «РуссКом» предлагает технологию производства эксклюзивной упаковки с помощью комплекса специального оборудования. Он включает в себя ламинатор GMP с возможностями выборочного ламинирования и фольгирования (ламинатор с ревайндером) и планшетный режущий плоттер Graphtec. Это позволяет создавать эксклюзивную упаковку, которую можно производить небольшими тиражами, с тиснением фольгой (без клише, с помощью ламинатора), с выборочным ламинированием (эффект выборочного УФ-лакирования), с использованием специализированных пленок для ламинирования Silk Feel (поверхность с эффектом Touch Cover). «Конечно, сам процесс получается многоступенчатым и трудоемким, но в результате вы получаете возможность производства действительно эксклюзивных вариантов упаковки небольшими тиражами, — делится информацией **Ирина Джатиева, директор департамента ламинаторов и офисной техники компании**

«Джи-Эм-Пи-РуссКом». — Это могут быть пилотные экземпляры коробок или небольшие тиражи дорогой упаковки для товаров лакшери-сегмента».

Таким образом, можно сделать вывод: рынок бумаги и картона для упаковки, в виду экологичности материала и легкости в использовании, остается растущим. Комментирует **Игорь Егоров**: «По прогнозно-оценочным данным, за период 2016-2020 гг. рост производства картонной упаковки в мире составляет 5,2%, в России — 2,6% (в предыдущие 5 лет — 3,3%). И во всем мире, и в России растет объем упаковки для фармацевтики, космети-

ческой и смежной продукции, а также для замороженных и других фасованных продуктов». С этой оценкой согласен и **Дмитрий Смирнов**: «Согласно прогнозам экспертов на 2017 год, следует ожидать хотя и небольшого, но прироста промышленности и частичного восстановления покупательной способности населения. Эти факторы должны оказать положительное влияние на динамику спроса в области товаров народного потребления, продуктов, лекарств и т.д. А значит — потребность производителей в упаковке, в том числе и картонной, возрастет». Будем надеяться.

Марина ГРИНБЕРГ



САНТАЙ

УСЛУГИ:

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

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

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

Россия, 664014, г. Иркутск, ул. Толевая, 4
тел./факс: (3952) 70-92-72, 70-82-70
моб.: +7-902-515-21-69, e-mail: 709272@mail.ru
www.santai-val.ru





«ДУБЛЬ В» — ВСЁ ДЛЯ УПАКОВКИ!

В настоящее время наблюдается динамичное развитие производства упаковки и этикетки. Предлагая покупателю высококачественный продукт, производитель стремится обеспечить соответствующее, а нередко и более высокое качество этикетки и упаковки для своего продукта, что способствует повышению спроса на данный вид товара. Современная упаковка по праву может называться произведением искусства, которое сегодня стало многотиражным, но, как любой художественный продукт, упаковка должна соответствовать всем канонам классической эстетики: гармонии формы, цвета, четкости линий, законченности композиции. Это значит, что все более высокие требования предъявляются к полиграфической продукции и к полиграфическому производству.

Ламинация: какую пленку выбрать?

Одним из способов, благодаря которому можно выделить упаковку, является ламинирование различными пленками, что позволяет придать внешнему виду изделий структурированный, металлизированный, голографический и прочие эффекты, а также защитить продукцию от неблагоприятных факторов и механических повреждений.

Полимерная пленка, используемая для ламинирования, различается по своим характеристикам в зависимости от типа основы:

- полипропиленовая (BOPP);
- полиэтилен-терефталатная (PET).

BOPP-пленка представляет собой двухосноориентированную полипропиленовую пленку с нанесенным на нее слоем EVA-клея, активизирую-

щимся под воздействием температуры. Клеевой слой содержит смолу с низкой температурой плавления, таким образом пленка ламинируется к бумаге под воздействием температуры и давления в ламинаторе.

Для достижения требуемой адгезии пленки к бумаге, а также возможности последующей постпечатной обработки, такой как лакирование и тиснение фольгой, пленка подвергается обработке коронным разрядом в процессе ее производства. Поверхностная энергия с обеих сторон должна составлять не менее 38 дин/см.

Материал BOPP обладает эластичными свойствами, что позволяет уменьшить эффект скручиваемости. Применяется для двух- и односторонней ламинации пакетов, картонной упаковки. PET-пленка обладает более прочными механическими свойствами. Применяется для двусторонней упаковки. Изготавливается толщиной 25-250 мкр. Для производства металлизированной и голографической продукции, как правило, применяются именно PET-пленки.

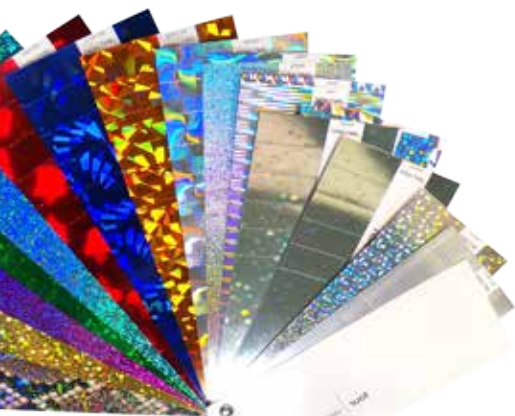
«Дубль В» предлагает глянцевую и матовую пленку для защиты печати и придания поверхности требуемого эффекта, а также пленку с приятным тактильным эффектом soft skin, напоминающую дизайнерские бума-

ги touch cover, plyke. Особое внимание стоит обратить на металлизированную пленку «серебро» и «золото» с возможностью последующей запечатки, структурированную пленку «лён» и пленку anti-scuff. Это матовая пленка, обладающая устойчивостью к внешним воздействиям: она не царапается, не истирается. Спектр применения таких пленок широкий — упаковка для косметики, алкоголя, подарочные пакеты, всевозможная подарочная упаковка и т.д.

Одна из интересных новинок — блестящая мерцающая пленка для ламинации Metallic Glitter. Покрытие пленки ровное, однородное и гладкое. Возможна запечатка УФ-способом, а также тиснение фольгой.

Фольга бывает разная...

Сегодня производители предлагают широкий спектр различной фольги. ГК «Дубль В» является официальным представителем и дилером фир-



мы Leonhard KURZ — мирового лидера в области производства фольги для тиснения.

Классификация полиграфической фольги осуществляется по следующим признакам:

— по способу переноса на материал: горячее тиснение, холодное тиснение;

— по назначению: вид тиснения — плоский, конгревный, текстурированный и т.д.;

— по характеру слоя, несущего изображение: металлизированная, глянцевая, матовая, цветная, дифракционная, голографическая, магнитная, стираемая, для кодировки;

— по виду инструмента: вид штампа;

— по типу используемого оборудования: плоскочечный пресс, стоп-цилиндровый, ротационный, флексо-машина или офсетная машина с секцией холодного тиснения;

— по режиму проведения процесса тиснения: температура, давление, скорость;

— по виду материала: бумага, картон, пластик, кожа, пленка и т.д.;

— по виду изделия: упаковка, этикетка, переплетные крышки, обложки, открытки, визитки, кредитные карточки, пластиковые карточки, лотерейные билеты;

— по характеру работы: для работ штриховых, плашечных, работ смешанного типа.

Программы фольги от Leonhard KURZ

Особой гордостью фирмы KURZ является программа «Luxor/Alufin». Фольга этой программы отличается разнообразием цветов и великолепным качеством. В данной программе представлена металлизированная фольга различных цветов, глянцевая, полуматовая, матовая. В рамках данной серии фирма KURZ предлагает и особую фольгу: либо особый цвет в рамках стандартного качества, либо



стандартный цвет для нетрадиционных целей. Применяется во всех областях полиграфии, при переплетных работах, очень широко используется при производстве упаковки для косметики и парфюмерии, а также для отделки бытовой, аудио- и видеотехники, в автомобильной, текстильной и кожевенной промышленности.

Программа Colorit — это широко известная марка, представляющая собой пигментные сорта фольги самых разнообразных цветов. Фольга марки Colorit наиболее широко применяется в полиграфии, при работе с полимерными материалами, для нанесения штрихкодов. Для полиграфии выпускается серия V 900 — универсальная матовая пигментная фольга с большим ассортиментом цветов. Представлена фольга Bronze RBG с очень хорошим бронзово-металлическим оттенком. В этой программе серии фольги CED8, CN, CF успешно используются для нанесения различной информации, переменных данных на упаковку.

Следующая обширная программа фольги фирмы KURZ называется Light Line Design, применяется в полиграфии и при работе с полимерными материалами и объединяет четыре дизайнерских группы: Light Pattern, Laser, Sparkle Bright и Diffraction. Дифракционная фольга производится в разной цветовой гамме.



Фольга для горячего тиснения серии XL этой программы является универсальной. Это новая стандартная формула фольги в программе Light Line Design. Эта серия объединяет в себе преимущества целого ряда свойств: например, прекрасная кроющая способность при нанесении как на гладкую, шероховатую поверхность, так и на ламинированную. Серия XL хорошо закрепляется на различных видах обработанного и необработанного картона и бумаги, а также на различных пластиках. Применяется в самых разных областях: упаковка для косметики, сладостей, спиртного, сигарет, различные этикетки, поздравительные открытки, книжные обложки, дисплеи и многое другое.

Для более качественного тиснения по материалам с УФ-лаками, другими сложными лаками выпускается серия MPG. Если дизайн предусматривает в дальнейшем печать по фольге, то можно заказать специальную серию GIO N. Для холодного тиснения производятся все дизайны в серии KPO.

Ассортимент, поставляемый компанией «Дубль В», включает в себя самые разнообразные полиграфические и расходные материалы, в том числе и для производства упаковки: картоны, бумаги, пленки, фольга, клеи, краски, лаки, химикаты. Любые материалы для полиграфии от компании «Дубль В» соответствуют самым жестким стандартам качества, экологическим требованиям и обладают идеальным соотношением «цена-качество».



«ДУБЛЬ В» НА ROSUPACK 2017

стенд B219, зал 2, павильон 1

ПРОМОКОД ДЛЯ БЕСПЛАТНОГО БИЛЕТА: rsk17eKBRD

<http://www.doublev.ru/news/1320>

www.doublev.ru

Печатаем по гофрокартону:

HP Scitex — выгодная инвестиция в производство



Согласно статистике, больше 80% картонной упаковки в нашей стране производится из гофрокартона. Из этого же материала производятся популярные сейчас POSM-стойки. При этом требования рынка достаточно явные и жесткие: качественная полноцветная печать, короткие тиражи, низкая себестоимость отпечатка, высокая скорость исполнения заказа. Для традиционных печатных технологий сочетание подобных требований — непосильная задача, справиться с ней может только цифровое оборудование.

Понимая это, корпорация HP Inc. предлагает широкий спектр струйных промышленных широкоформатных принтеров, два из которых специально предназначены для рынка упаковки и способны печатать на листовом гофрокартоне, упаковочном картоне и пластике. Представляем вашему вниманию принтеры HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000.

Себестоимость оттиска

Один из самых принципиальных вопросов при покупке полиграфического оборудования — себестоимость оттиска. Этот фактор во многом определяет цену конечной продукции, а значит, конкурентоспособность услуг типографии. Являясь полностью цифровыми устройствами, принтеры HP Scitex 17000/15500 дают возможность выгодно печатать до двух миллионов квадратных метров в год (при этом минимальный тираж — от 1 экземпляра). Оборудование имеет высокую точку безубыточной печати.

«Темпы производства нашего цифрового подразделения непрерывно растут: уже сегодня он приносит нам 30% от общей прибыли, — отмечает Луи ДеДжезус, президент и главный исполнительный директор компании Third Dimension. — Огромную роль в производственном процессе играют два наших широкоформатных промышленных принтера, HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000. С помощью этого цифрового оборудования мы предоставляем заказчикам принципиально новый спектр услуг, который выгоден обеим сторонам, ибо дает возможность, как нам,

так и клиентам, существенно увеличивать объемы продаж».

Какие технологии в принтерах HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000 позволяют делать печать особенно удобной и выгодной?

- Экономичные чернила HDR 230 гибки в использовании, стойки к истиранию, долговечны и имеют высокую поверхностную стойкость.

- Специальная технология печати HDR (High Dynamic Range) позволяет автоматически, в процессе печати одной работы, менять величину чернильных капель — с малого размера, используемого для печати изображений высокого качества, до крупного, применяемого в случае печати более простых работ или же для увеличения производительности.

- Высокая автоматизация работы машин — они обеспечивают быстрый переход с одной печатной работы на другую, экономя тем самым время и трудозатраты. Система фиксации листов HP SCITEX CORRUGATED GRIP избавляет от проблем работы с сильно искривленными листами гофрокартона (градиент изгиба до 40 мм). Листы автоматически выравниваются и прижимаются к столу в процессе печати.

Качественная печать

Широкоформатные принтеры HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000 печатают напрямую по гофрокартону. Полиграфистам известно, что достичь хорошего качества печати на неровных поверхностях весьма трудно. Какого качества получаются отпечатки в данном случае?

Вновь дадим слово Луи ДеДжезусу: «Наши заказчики в восторге от качества печати на рекламных стендах из гофрокартона: сочетание белого топ-лайнера и специального режима глянцевого печати позволяет достигать результатов, сравнимых с работами, выполненными на листовом виниле». За счет чего достигается высокое качество печати в принтерах HP Scitex?

- Два ключевых элемента машин — печатающие головки HP Scitex HDR300 и чернила HP HDR230 Scitex — гарантируют точный контроль за цветом и тоновыми переходами, обеспечивают наивысший динамический диапазон.

- В печатающих головках HP Scitex HDR300 реализована разработанная HP инновационная пьезоэлектрическая технология, отличающаяся тем, что каждое сопло генерирует чер-

нильные капли трех размеров — 15, 30 и 45 пиколитров, выбрасываемых наружу со скоростью 24,000 капель в секунду.

- Чернила HP HDR230 Scitex специально разработаны для печати по бумаге и картону. Они обеспечивают высокое качество печати при одновременно высокой производительности и ярких насыщенных цветах, соответствующих цветопробным стандартам, отвечающих требованиям ISO12647-7.

Кроме того, программное обеспечение принтеров предусматривает функцию печати на обеих сторонах листа, поворот и позиционирование изображения без необходимости повторного рипования. А также — выполнение полноформатной заливки для печати без боковых кромок («в край»).

Российский опыт

Возможно, вы скажете: «Отзывы зарубежных типографий — это хорошо, но как работают эти принтеры здесь, у нас, в российских реалиях? Действительно ли они приносят прибыль?» Поскольку модификации HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000 вышли на российский рынок совсем недавно, мы познакомим вас с компанией, где успешно работает машина HP Scitex 11000 — из младшего модельного ряда, но сопоставимая с новинками по главным характеристикам.

Итак, московская рекламно-производственная компания «Светофор» работает на рекламном рынке России с 1999 года как креативное агентство, разрабатывая дизайн упаковки, POSM и концепций рекламных акций для таких крупных заказчиков, как L'Oreal, Danone, Ehrmann, Groupe SEB, Phillips и Nestle.

В 2005 году компания «Светофор» начала разработку и выпуск нового для России вида рекламных изделий — стоек из гофрокартона. Было закуплено и установлено лучшее европейское оборудование для производства сложных конструкций из картона большого размера. Печатали на гофрокартоне сначала офсетом (кашировка). Но офсетные технологии хороши

для больших тиражей одинакового дизайна, а в воздухе висел запрос рынка на оперативное производство POSM в объемах, позволяющих поддержать акции федерального масштаба.

Поиски подходящей цифровой технологии начались еще в 2011 году. Искали, считали, сравнивали, но только HP Scitex 11000 полностью удовлетворила требования компании по качеству и производительности.

Рассказывает **генеральный директор РПК «Светофор» Светлана Ерохина**: «До появления HP Scitex 11000 эталоном качества и производительности для нас была офсетная печать, а это высокая планка. Теперь мы предлагаем офсетное качество в сочетании с цифровой гибкостью и низкой себестоимостью. Станок способен печатать напрямую по вспененному ПВХ, пенокартону и сотовому картону, что позволило включить каширование и предложить клиентам новые виды рекламных материалов по отличным ценам.

Благодаря HP Scitex мы можем изготовить абсолютно любой заказ для клиента федерального уровня всего за неделю. Не имеет значения, какой тираж и сколько в нем видов дизайна, — цена одна. Такая возможность открывает нашим клиентам новые горизонты в конкурентной борьбе. Теперь они могут заказать POSM различного дизайна внутри одной акции индивидуально для каждой сети и региона в максимально короткие сроки и без удара по бюджету. Невероятно высокая производительность HP Scitex 11000 — 300-350 м²/ч, включая все сопутствующие операции, — позволяет нам печатать и короткие заказы до 400 готовых изделий, и крупные детали тиражей в тысячу штук».

Добавим только, что в новых HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000 производительность еще более высокая — 650 м²/ч и 1000 м²/ч соответственно.

Чтобы машины окупались

Разумеется, оборудование по прямой цифровой печати по гофрокартону сегодня предлагают многие производители. Как выбрать из все-

го, что есть на рынке, именно то, что нужно?

Комментирует **Игорь Кистенев, руководитель направления компании «НИССА Центр»**: «Одним из главных критериев, на который сегодня ориентируются при покупке оборудования, — это цена. Это по-человечески понятно. Но дальновидные руководители не столько смотрят на цену, сколько просчитывают реальную выгоду от приобретения. Потому что может оказаться (и часто именно так и бывает), что самый дешевый вариант окажется в итоге самым невыгодным, а тот, который подороже, в результате и окупится быстрее, и принесет больше денег. HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000 находятся в среднем ценовом сегменте, это не самое дешевое, но очень надежное оборудование. А учитывая нынешнюю потребность в цифровой печати по гофрокартону, еще и очень перспективное — то есть прибыльное».

Но если есть несколько аналогов разных производителей, примерно одинаковых по цене, производительности и основным техническим характеристикам? **Игорь Кистенев** отвечает: «Тогда одним из основных критериев должен стать уровень сервисного обслуживания. Машина, даже очень хорошая, без должной сервисной поддержки — это не самая лучшая инвестиция в развитие производства. Оборудование должно работать без перебоев, тогда оно будет окупаться».

С этой точки зрения «НИССА Центр», безусловно, находится в числе лидеров. Авторитет сервисной службы компании безупречен и не вызывает сомнений. Штат сервисных инженеров компании всегда быстро и профессионально помогает в решении технических проблем заказчика, опираясь на собственную техническую базу, включая склад запасных частей и необходимое диагностическое оборудование. Так что, приобретая HP Scitex 15500 и HP Scitex 17000, можно быть на 100% уверенным: машины будут работать — и будут окупаться!



NISSA | CENTRE

«Крепко-накрепко»: чем сегодня склеивают полиграфическую продукцию

Процесс склеивания отдельных частей заказа — важный этап послепечатной обработки. Он напрямую влияет на качество итогового изделия. Правильный выбор самого вида клея, нужная температура, создание условий, чтобы конечный продукт удачно «скрепился» — необходимые требования для достижения положительного результата. Заказчик может не разбираться в нюансах этого дела. Он просто видит книгу, или брошюру, или памятку, и смотрит — хорошо ли разгибается обложка, насколько эластичным получился корешок, не собираются ли выпадать страницы.

Поэтому выбор нужного клея — для полиграфиста далеко не последняя задача. Сегодня мы попытаемся разобраться: какие виды полиграфического клея существуют на сегодняшний день и чем они характерны?

Животный

Животный клей, или клей животного происхождения — один из самых «старых» видов клеев. Название олицетворяет состав — переработанные кожа и кости животных. Он относится к горячим клеям, наносится при повышенной температуре (50-60°C), быстро остывая и схватываясь после контакта с бумагой и образуя густой гель. Клей обладает ограниченной адгезией и подходит не для всех материалов. Обычно его используют для сборки переплетных крышек, маркировки бутылок и т.д.

Плюсы: Невысокая цена, простота приготовления, экологичность (животные клеи не токсичны).

Минусы: Подверженность появлению гнилостных бактерий и, как следствие, образованию плесени. При температуре ниже нормы повышается вязкость и снижается клеящая способность.

Дисперсионный

К очень распространенным в настоящее время клеям также относится PVA. Поливинилацетат растворяется водой, в которой он принимает состо-



Артем Кеблас, гендиректор ООО «Клейжелатинпром», рассказывая о своей продукции, обращает внимание, что сегодня существует вероятность «нарваться» на некачественные клеи, продаваемые под видом первосортных:

«Сегодня есть тенденция завозить токсичные клеи из Европы или Китая (которые часто выдают за европейские) по низкой цене. В последнее время рынок просто наводнили дешевые клеи (они, кстати, запрещены к реализации в Европе), при этом клиентов убеждают, что снижение цены произошло из-за снижения курса. Но не в три же раза!

По отзывам тех, кто работал с этими клеями (а часто их выдают за клеи именитых производителей), к концу смены людей мучают головные боли, они плохо соображают, ходят, как «зомби». Так что надо быть осторожными.

Наш клей «Брикол» — натуральный, по качеству не уступает оригинальному европейскому, но сильно выигрывает по стоимости. Он разрешен к реализации в Европе — а у них жесткие требования по безопасности для здоровья».

яние дисперсии. Именно она и используется в качестве клея, отсюда название — поливинилацетатная дисперсия. Образуя прочную и эластичную клеевую пленку, смесь хорошо склеивает полиграфическую продукцию.

Плюсы: хорошая адгезия к большому спектру материалов.

Минусы: длительное время склейки (РВА схватывается и застывает при испарении воды). Кроме того, в процессе замораживания и размораживания клея происходит разрушение полимерной коллоидной структуры, из-за чего в клее образуются комки.

Термоклей

Термоклей — смесь различных полимеров, в большинстве случаев основанных на высоком проценте EVA (этиленвинилацетат). Он делится на три вида в зависимости от времени схватывания после нанесения: клеи быстрого схватывания, клеи затяжного схватывания и клеи, чувствительные к давлению (постоянной липкости). Термоклей используется для склеивания широкого спектра материалов: при остывании адгезия пропадает, а когезия становится прочной.

Плюсы: С данным видом клея работает большая часть оборудования для бесшвейного скрепления.

Минусы: Жесткость и отсутствие эластичности в холодном виде. Перегрев для термоклей также не

«Брикол»

Одной из инновационных разработок для полиграфии стал желатиновый клей-расплав **«Брикол»** — собственное изобретение российской компании «Клейжелатинпром». Он



желателен — повышается его вязкость, клей наносится неровно. Поэтому обязательно соблюдение температурного режима, рекомендованного поставщиком.

PUR

Столкнувшись с такой проблемой как наличие в продукции разных материалов (бумаги, картона, кальки, металлической фольги и т.д.), производители встали перед вопросом: чем склеивать подобные блоки? Спрос рождает предложение, и на рынке получили широкое распространение полиуретановые клеи (PUR). Они обладают отличной эластичностью и позволяют получить гибкий корешок даже в объемных блоках. Благодаря тому, что клей хорошо проникает в микропоры бумаги и между страницами, склейка получается даже более прочной, чем с термоклеем.

Плюсы: Прочно скрепляет большинство бумаг (плотную мелованную бумагу, разные сорта бумаги и даже запечатанную бумагу) и другие материалы. Выдерживает как высокие, так и низкие температуры.

Минусы: Цена выше, чем у других видов клея. Долгое время схватывания (до нескольких часов).

предназначен для изготовления твердых переплетных крышек, бумажных пакетов, оклейки корешков книжных блоков и во многих других производствах, где используется натуральный белковый клей-расплав.

Плюсы: экономичен; наносится тонким слоем и не коробит изделие; разбавляется водой (что снижает его расход), не имеет неприятного запаха. Склеенное изделие сразу готово к следующему производственному этапу и не требует времени на сушку.

Минусы: оборудование требует наличия водяной бани для подогрева емкости с клеем. Для запуска после длительного простоя требуется время на разогрев клея (около получаса).

Завершая наш небольшой экскурс в тему клея, сделаем вывод, что эта сфера на данном этапе активно развивается: совершенствуются привычные виды, создаются все более удобные в использовании консистенции, оживляются российские производители. Это говорит о важности этого компонента в производственном процессе и необходимости обратить на него внимание деятелей полиграфической среды.

Подготовила Марина ГРИНБЕРГ



ВАЖНЕЙШИЕ ПАРАМЕТРЫ КЛЕЯ,

влияющие на качественное склеивание материалов:

Вязкость подбирается в зависимости от характера работ и оборудования. Клей должен быть достаточно жидким для оптимального дозирования, но не проникать на обратную сторону материала. Не рекомендуется самостоятельно разбавлять клей до необходимой вязкости: это может деформировать материал или ухудшить качество клея. Лучшее решение — приобрести клей сразу с необходимой вязкостью.

Время схватывания — минимальное время, в течение которого образуется клеевое соединение.

Клеящая сила — зависит от состава клея, определяет, насколько сложные материалы можно склеить.

Пленка после высыхания должна быть прочной и эластичной. Также должна обеспечивать надежное соединение двух материалов и иметь минимальную усадку.

Липкость должна быть достаточной, чтобы соединенные материалы оставались в зафиксированном положении до затвердевания пленки.

Уровень pH. Хороший клей должен иметь нейтральную реакцию, чтобы бумага не желтела, а краски на оттиске не обесцвечивались.

Экологичность. Отсутствие токсичных соединений. Этот параметр, несмотря на стремительный технический прогресс, имеет очень большое значение как для самих полиграфистов, так и для потребителей печатной продукции.

Самое лучшее — зарубежное? Не только. Клей «Брикол»

Долгое время в сознании россиян существовал стереотип, что все самое лучшее (или даже просто качественное) — импортное. Что ж, сегодня про это можно забыть, и желатиновый клей «Брикол» — тому подтверждение. Отечественное производство, ценовая стабильность и инновационная формула состава относятся лишь к части плюсов полной картины.



ГРУППА КОМПАНИЙ
Клейжелатин

Продукт производителя ООО «Клейжелатинпром» обладает рядом выигрышных характеристик. Например, он не портится в морозы, что для уральской погоды является особо актуальным. Кроме того, клей не имеет неприятного запаха и может использоваться даже в небольших офисных помещениях. Он наносится максимально тонким слоем, что позволяет использовать его намного более экономно, чем при работе с другими марками. Склеенное же изделие не требует времени на сушку и выдержку под прессом и сразу готово к следующему производственному этапу — а это напрямую влияет на увеличение производительности.

Кроме того, «Брикол» легко смывается водой и позволяет устранить обнаруженные в ходе работы дефекты. Влажная тряпка, обычный фен для волос — и проблем как не бывало. Особым свойством можно назвать натуральную белковую основу состава и его нетоксичность. Производителям нечего скрывать, поэтому клей прошел добровольную сертификацию РосТест.

«Клейжелатинпром» учел различные нюансы условий работы типографий и выпустил линейку клеев для кашировки и твердопереплетных крышек, удовлетворяющих разные нужды:

- **«КЖ-107»** — самый универсальный, так как пригоден и для ручных работ, и для высокоскоростных машин. Это удобно, потому что не нужно тратить время на поиск нужного клея и отслеживать частую смену марок.

- **«КЖ-109»** подходит для ручных работ или работ на низких скоростях. Требуя большого открытого времени (5 минут), он, тем не менее, не соз-

дает поверхностного натяжения. Это позволяет работать даже с дизайнерской бумагой и изделиями сложной формы.

- **«КЖ-114»** подойдет, если вам нужно проклеить каптал при изготовлении корешка книжного блока на линиях Колбус и подобных. Обладает повышенной липкостью и концентрацией. При сильном разбавлении водой может заменить две предыдущие марки.

- Наконец, для работы на высокоскоростных машинах существует **«КЖ-115»**. Обладает коротким открытым временем, поэтому применение клея в ручных работах затруднительно.

«Благодарим Вас и специалистов Вашей фирмы за разработку и помощь во внедрении клея «Брикол» для крышкоделательных машин. Нам удалось решить ряд проблем, которые мы не могли решить, используя клей других фирм: например, изготовление составного переплета, загрязнение крышек в процессе изготовления», — оставил отзыв на официальном сайте «Клейжелатина» генеральный директор ОАО «Ярославский полиграфкомбинат». Он затронул еще один важный момент в деятельности «Клейжелатинпрома»: специалисты компании всегда готовы проконсультировать потенциальных покупателей по интересующим вопросам и даже осуществить выезд на предприятие для производственных испытаний клея. Кстати, образцы при этом предоставляются бесплатно.

Предвосхищая сомнения потребителей, привыкших работать с холодными клеями, «Клейжелатинпром» сравнил две эти категории и объяснил, почему горячий клей «Брикол» вы-

годнее. Да, его стоимость почти в два раза выше, чем стоимость недорогого отечественного ПВА — но содержание воды в ПВА очень велико, а сухой остаток составляет от 1,5% до 5%. Горячий же клей изначально поставляется в концентрированном виде (сухой остаток там составляет 65%–70%) и требует разбавления водой чуть ли не в два раза. Соответственно, объем его увеличивается, а разница в цене стремительно исчезает. Кроме того, расход «Брикола» меньше как минимум в 3 раза, потому что холодный клей наносится на лайнер слоем 0,5–0,7 мм., а горячий — всего 0,1–0,2 мм.

Наверное, некоторым нашим читателям приходилось сталкиваться с тем, что при использовании холодного клея крышки или кашированный материал сильно повело, и большая часть тиража уходит в брак. С горячим клеем такого не происходит: в тот момент, когда разогретая масса наносится на материал очень тонким слоем, большая часть воды испаряется, и в итоге на материал переносится клей с 70%-ным сухим остатком и выше. Таким образом, миф о том, что на ПВА работать проще и дешевле, можно считать разрушенным.

Кроме уже приведенных видов клея, в продаже есть также «Брикол» для изготовления узора на багете, для картона, бумаги и дерева, для проклейки корешков книжных блоков, а также другие клеи: мездровый, технический желатин, костный чешуйчатый и костный гранулированный, КМЦ, декстрин. С подробной информацией можно ознакомиться на официальном сайте компании-производителя: www.kleyjelatin.ru.

Марина ГРИНБЕРГ

Сложно ли быть издателем в регионе?



Региональный издательский рынок, с точки зрения экспертов, сегодня переживает далеко не лучшие времена. Кто-то винит в этом гаджеты, кто-то падение интереса к чтению в целом. Но, несмотря на вышеперечисленное, жизнь на издательской карте кипит — новые компании, предлагающие печатные услуги, появляются чуть ли не ежегодно, да и старые не собираются сворачивать свою деятельность.

Насколько сложно быть издателем в регионе, есть ли у печатного издания шанс противостоять гаджету и как возродить интерес к чтению бумажной литературы? Об этом и многом другом мы поговорили с нашим экспертом — директором одного из старейших частных издательско-полиграфических предприятий России «Вектор Бук» (г. Тюмень) Сергеем Лескиным.

■ **Сергей Михайлович, добрый день! Сегодня много говорят о спаде востребованности на издательском рынке — гаджеты наступают, «бумажные» книги уходят в тень. Это действительно чувствуется?**

Не то слово. Но вот какой парадокс — в Москве постоянно проходят профильные выставки, на которых бывают представлены сотни новых изданий и десятки новых издательств. И книг ведь по статистике издается всё больше! Издательства, по сути, богатеют.

■ **Даже так?**

Но здесь надо учитывать, что это только в столице. Периферийные компании на издыхании.

■ **Почему?**

На сегодняшний день, по некоторым данным, порядка 80-85% издательских мощностей сосредоточено в Москве, 5-7% приходится на Питер, остальные разбросаны по регионам. Как говорится, за МКАДом жизни нет. В провинции в основном действуют небольшие частные предприятия.

■ **Или такие крупные, как «Вектор Бук»?**

Я бы не стал так позиционировать наше издательство. Мы не самое крупное предприятие в регионе. Мы, в общем-то, микропредприятие.

■ **Но одно из самых старейших, появившихся в период расцвета экономики нового государства. Почти 30 лет издательской деятельности — срок более чем огромный. Наверняка, начинать было сложно?**

Сложности всегда были и есть. Но время, если честно, тогда было интересное — понятие «частный капитал» еще имело полуподпольно-негативный оттенок, а в стране творилась полная неразбериха. В общем, шла эра Горбачева — всё, что не запрещено — разрешено. И, естественно, все стали заниматься, кто чем мог — кто честно, кто жульнически. А тогда очень модны были кооперативы. И мы пришли в кооператив «Вектор». Дело было в августе 1990-го.

■ **На базе какой-то типографии?**

Нет, мы самостоятельное предприятие. И были такими изначально: с 1990 по 1993 годы — как редакционно-издательский отдел Тюменского Дома Печати, с 1993 года — как полностью самостоятельная организация.

■ **Получается, начинали с нуля?**

Получается так. В конце 80-х — начале 90-х начался «книжный бум», наша читающая страна испытывала настоящий книжный голод! И это послужило толчком для принятия решения создать в кооперативе направление «Книгоиздание».

■ **Если не секрет, как вы, инженер-судоводитель, решили переключиться на полиграфиста?**

А мы все здесь флотские люди. Но не морского, а речного флота. Например, Сергей Валентинович



(Сергей Долгов — заместитель директора ООО «Вектор Бук» — *прим. авт.*) — инженер-портовик. Служили мы в Обь-Иртышском объединенном пароходстве и, несмотря на молодой возраст, уже тогда занимали там достаточно высокие посты. Но время, сами понимаете, было нестабильное, и когда мне совершенно случайно предложили возглавить редакционно-издательский отдел при Доме Печати, я согласился.

ООО «Вектор Бук». Месторасположение: г. Тюмень.

Дата основания: 1 августа 1990 года.

Профильные направления: книгоиздание, полиграфические услуги, переплетные услуги. Имеет весь цикл полиграфического оборудования.

Директор: Лескин Сергей Михайлович.

■ Вот так, просто, не зная азов полиграфии?

Просто ничего не бывает! И начинать пришлось именно с азов, но только путем самообразования. Как сейчас помню: я приехал знакомиться с коллективом, директор издательства представил меня и попросил производителей «научить парня за пару месяцев всем тонкостям полиграфии». Те, естественно, отказались. Вот мне и пришлось самому ходить по библиотекам и брать штурмом новые знания — что такое печатный лист, что такое краскооттиск. Потом пошел в цеха, к печатникам, они мне буквально на пальцах объясняли, что к чему — и с какого бока бумага закладывается, и как изображение получается.

■ По сути, ваш новый на тот момент отдел дал работу Дому Печати?

Да. И прибыль в том числе. Ведь в советские времена Дом Печати издавал только то, что им присылало издательство «Правда» — газеты, брошюры и пр. Тогда же всё было строго регламентировано, никаких проявлений инициативы.

■ Помните свою первую изданную книгу?

Конечно! Это был «Народный Лечебник». Автор — Николай Федорович Девайкин. Лечебник этот шел «на ура». Мы издали 4 тома. Потом была серия «Наша дача» с практическими советами. Ну а потом и художественную литературу стали печатать — с 1991 года перепечатывали зарубежные детективы, приключенческую и историческую литературу. Но всё в рамках закона.

■ А на сегодняшний день на вашем счету сколько изданных книг?

Более 10 тысяч наименований книг, брошюр, буклетов. Тематика и жанры — самые разные.

■ Но конкуренции на тот момент у вас не было?

Нет, мы же одни из первых в регионе. Причем, одни из немногих, кто не просто работает до сих пор, но и расширяется, ищет новые направления. Среди таких «монстров рынка» у нас в Тюмени на сегодняшний день только рекламная фирма «Блиц» осталась.

■ И как, командовать флотом сложнее, нежели книги издавать?

Я иногда сам себе такой вопрос задаю. И то, и другое сложно. Если к делу подходить серьезно и ответственно.

■ Кто были вашими авторами за все время работы?

Если не брать во внимание известных зарубежных и российских авторов, которых мы перепечатывали, то это на 90% — авторы учебников и спецлитературы, преподаватели

ли ВУЗов. Из известных советских и российских авторов у нас печатались Константин Лагунов, Анатолий Васильев, Сергей Шумский. Тогда же не было типографий моментального действия, а учебники-брошюры требовали небольших тиражей. В общем, потребность была, и мы свой первый ризограф купили уже в 1995 году.

■ Сегодня у вас полный цикл издательского процесса?

У нас есть весь цикл полиграфического оборудования: от допечатной подготовки до переплетных работ. Поэтому сроки изготовления нашей печатной продукции — от нескольких минут до двух месяцев.

■ А что вы можете сделать за несколько минут?

Бланк, открытку, памятный адрес. На книгу в твердом переплете понадобится чуть больше времени.

■ Для любой производственной компании 90% успеха — это ее оборудование. А рынок у нас сегодня переполнен предложениями, брендами и достаточно пестрой ценовой политикой. Как часто вы меняете оборудование, как часто внедряете какие-то новинки?

Свое первое оборудование мы покупали в компании «Форт-Диалог» (Екатеринбург) — ризограф, пресс для тиснения, ручной резак, компьютеры. В общем, все самое необходимое на тот момент. Сегодня работаем с компанией «Графические системы» (Екатеринбург). Знаете, как показывает опыт, работать надо только с теми, кого хорошо знаешь, с проверенными людьми. Поэтому мы всегда в курсе, что из новинок появляется у наших партнеров. Стараемся, конечно, обновлять парк — без этого никуда. Клиент достаточно требовательный — люди же видят, как совершенствуется поли-

графический рынок, сегодня простой печатью никого не удивишь.

■ **Из последнего оборудования что вы недавно приобрели?**

Как я сказал, мы ежегодно стараемся внедрять что-то новое. Недавно купили печатную машину RICOH C5100. Приобрели ее в компании «Графические системы». Не скажу, что у нас не было аналогичных машин — есть одна, но другой марки, и несколько машин классом ниже. А с одной машиной издательству и типографии не прожить — аппаратов такого уровня должно быть как минимум два. Вот представьте — одна машина ломается, а у нас заказ стоит? Куда бежать?

■ **А почему именно RICOH?**

Если честно, то прельстило в ней практически всё — и цена самого аппарата намного дешевле, нежели у других машин, и расходные материалы дешевле. Плюс отличное качество печати, плюс возможность работать с разными видами бумаги. И, что немаловажно, проверенный поставщик («Графические системы») со своей надежной ремонтной базой.

■ **RICOH в корне отличается от того аппарата, на котором вы работаете сейчас?**

Нет, по качеству это практически одного класса машины, одного типа. Но я еще раз подчеркиваю — всё решило соотношение цены и возможностей.

■ **Качественных возможностей?**

Конечно! Теперь же востребованы небольшие тиражи. Но при этом такие тиражи должны быть очень высокого качества и моментального исполнения. Чего, в отличие от цифры, не может дать офсет. А стоимость небольшого тиража на RICOH будет ниже стоимости на офсете. Выгода очевидна.

■ **Года полтора назад на Американском континенте был зафиксирован всплеск востребованности печатной продукции. Есть шанс, что это докатится до нас? Вернее, вернется к нам, как к самой читающей стране в прошлом?**

Думаю, что такое произойдет. Но не скоро.

■ **Но ведь интерес к чтению у людей не пропадает. Не важно, на каком носителе книга — главное, что она читается...**

Книга должна быть книгой, живой, пахнущей краской, шелестящей страницами, если хотите. С книгой должен быть тактильный контакт.

■ **Быть может, какой-нибудь издательский эксклюзив необходим для привлечения?**

— Все что нужно, уже изобрел Иоганн Гутенберг в середине XV века — печать с двух сторон, потетрадное сложение, стяжка через корешок и твердый переплет. В технологиях ничего нового придумывать не надо. Только в обеспечении и материалах.

■ **Спасибо большое, Сергей Михайлович! Будем надеяться на лучшее!**



Беседовала
Инна Ожерельева

ООО «Вектор Бук»
г. Тюмень, ул. Володарского, 45
тел.: (3452) 55-72-17, 46-90-03
e-mail: vectorbook@yandex.ru

RICOH
imagine. change.

Ricoh Pro C7100X

Семицветная
промышленная
печатная машина



Идеальное решение — серии Ricoh Pro™ C7100 и C7100X

В стандартную конфигурацию аппаратов серии Ricoh Pro™ C7100X (C7100X/C7100SX/C7110X/C7110SX) входит пятая красочная секция, позволяющая печатать белым, прозрачным и неоновым желтым тоном. Богатый функционал этих ЦПМ не только заметно расширит производственные возможности, но и позволит увеличить прибыль.

- Качество изображения, сравнимое с офсетным
- Пятая красочная секция с использованием белого, прозрачного и неоновых желтого тонера
- Максимальное повышение производительности
- Поддержка широкого ряда носителей
- Простота эксплуатации
- Малая занимаемая площадь

www.ricoh.ru

+7-495-545-58-59

«Режевская типография»: почти 90 лет на рынке Путь к успеху

*«Залог успеха в бизнесе — иметь ясную цель, не бояться нового и не опускать руки, несмотря ни на что»,
Галина Тарасова, генеральный директор «РТ».*



Тарасова Г.В.,
генеральный директор
ОАО «Режевская типография»

В условиях текущей экономической ситуации ежемесячно открывается огромное количество предприятий. Каждому из них приходится конкурировать со «старичками» в своей области: последние имеют авторитет, опыт, постоянную клиентуру. Вместе с тем, любой бренд, каким бы успешным или известным он ни казался, периодически обречен входить в состояние кризиса, дабы приспособиться к изменившейся реальности или выйти из игры совсем. Как предприятию «с историей» сохранить традиции и при этом оставаться «на коне», обгоняя даже молодых игроков? Об этом рассказывает Галина Тарасова, генеральный директор ОАО «Режевская типография».

■ Галина, предприятие «Режевская типография» стало одним из первых производителей полиграфической продукции в Реже. Оно живет и функционирует практически 90 лет, и за это время выработало определенные принципы и условия работы. Вместе с тем, став руководителем, Вы сыграли роль главного инициатора кардинальных перемен. Скажите, почему Вы посчитали это необходимым и к какому результату привело Ваше решение?

На самом деле, в начале 2000-х предприятие переживало не лучшие времена. В условиях бурного развития новых технологий там все еще стояли

строкоотливные и плоскочечатные машины с ручным набором. У меня была конкретная цель: сохранить старейшую в городе типографию, услугами которой столько лет пользовались жители города, и вывести ее из кризиса. Понимала: в первую очередь нам необходимо сменить оборудование и найти новые заказы. Начали с улучшения качества той продукции, которую уже могли делать (в основном бланки, канцелярские журналы, брошюры, удостоверения). Пробовали освоить многоцветную печать, но на однокрасочных машинах получалось очень трудоемко и недостаточно хорошо. Приобрели двухкрасочную «RYOBI-522». С до-

бротной цветной продукцией количество заказов стало расти.

■ Кажется, в то время многие типографии уже имели четырехкрасочные машины...

Точно! А мы не могли установить такую, потому что у нас небольшое здание. Зато таким образом мы определили себе сегмент рынка — малотиражная малоформатная полиграфия. И, как выяснилось после кризисов 2008-2009 и 2014-2016 годов, не прогадали: происходит реальное падение тиражей, что соответствует выбранному нами направлению. А первый кризис помог нам еще лучше определить





Коллектив типографии

свое место на рынке. Мы приобрели комплекс оборудования для твердого переплета, и сейчас переплет книг — наша основная специализация.

■ Наверное, в маленьком городе трудно найти необходимое количество заказов?

Эта проблема мучила нас вплоть до 2012 года, пока типография не укрупнилась за счет реорганизации. В «РТ» вошли «Ирбитская», «Алапаевская», «Артемовская» типографии. Территория выросла, соответственно, рынок расширился, и теперь мы имеем достаточно заказов и производственных мощностей. Сейчас в нашем объединении отлаженная логистика, автоматизированный учет, рациональная производственная кооперация. В 2014 году предприятие преобразовалось в открытое акционерное общество с производственными участками в Артемовском, Алапаевске, Ирбите и Реже.

■ Это достаточно серьезные перемены! Пришлось ли Вам столкнуться с чисто человеческим неприятием нового со стороны сотрудников?

Никто не любит перемен. Приходилось очень долго доказывать, что все идет только к лучшему, хотя, признаюсь, были моменты, когда уже хотелось опустить руки. В конечном сче-

тене смогли привыкнуть только работники «советской закалки». Они друг за другом покинули типографию, и теперь мы с ними встречаемся в День пожилого человека, показываем им свои достижения и пьем чай под их воспоминания. Несмотря на кардинальные перемены, у нас до сих пор сохранились главные традиции старой типографии: ответственное отношение к делу, бережное обращение с клиентом, поддержание семейной атмосферы в коллективе. В дни рождения мы всегда накрываем праздничный стол, 9 мая все вместе участвуем в возложении цветов к Монументу боевой славы. Тепло общаемся и во вне-рабочее время.

■ Насколько мне известно, сегодня Вы на пороге новых возможностей. Впереди следующий этап в жизни предприятия?

У нас достаточно молодой коллектив: средний возраст — 33 года. Мы просто не можем не использовать его потенциал. Поэтому с 2010 года мы начали знакомство с новым сегментом рынка — широкоформатная печать. В этом направлении продолжаем работать, и в скором времени предложим на рынок фотообои, фотошторы, картины. Так что да, можно сказать, что новый этап. Однако нашим главным коньком до сих пор остается производство книг.

■ Производство книг — достаточно сложный процесс...

Да, и для этого у нас есть полный комплект технологического оборудования: ниткошвейная машина «БНШ-6», крышкоделательный и книговставочный станок «Schmidt»,

машина бесшвейного сшивания «Herizond», штриховальный станок «Zechini», резальные «Maxima», «Polar». С 2008 года мы накопили достаточно богатый опыт в этом деле. Самое главное — мы имеем постоянный коллектив опытных мастеров, которые не только все умеют, но и любят свою профессию, дорожат ею. У нас есть постоянные заказчики, уважаемые партнеры. Вместе мы «расширяем горизонты», преодолеваем кризисы, так как очень хорошо понимаем проблемы друг друга.

■ То есть вы открыты к сотрудничеству?

Конечно! На условиях кооперации мы приглашаем к сотрудничеству типографии, которые занимаются изготовлением книг. Принимаем в работу как готовые блоки для дальнейшей обработки на шитье, термопереплет или твердый переплет, так и отпечатанные листами для подборки и фальцовки. Изготавливаем книги форматов 100x140, 120x160, 140x200 (205,210,220), 170x240 (260), 210x285, 225x290 мм. Сроки согласовываем с заказчиками. А еще мы имеем возможность забирать из типографии отпечатанную продукцию и доставлять готовую до заказчика.

■ Не бояться перемен, ценить людей, стойко выдерживать вызовы судьбы и проявлять инициативу — вот причины успеха «Режевской типографии». На пороге почти вековой истории руководителям удалось не только сохранить самый значимый ресурс — отношения, но и преумножить капитал, расширить рынок. Редакция журнала «Печатный бизнес. Реклама & полиграфия» желает типографии и дальше развиваться и процветать!

Беседовала Марина ГРИНБЕРГ



Режевская типография

г. Реж, ул. Красноармейская, 22
+7 (34364) 3-15-35,
+7 (34364) 3-50-03,
e-mail: tipograf_rezh@bk.ru
www.режевская-типография.рф
www.переплеткниг.рф



Полиграфисты и книги: встречаются не только в типографии



Полиграфисты ежедневно сталкиваются с печатной продукцией, в том числе, с книгами. Однако читают ли они их не из профессионального интереса, а «для себя», имеют ли любимое произведение, предпочитают ли бумажный или электронный вариант издания? Редакция «Печатного бизнеса» решила выяснить: какое значение имеет чтение для полиграфистов за пределами типографий.



Елена Лесунова,
руководитель
уральского
филиала
«ОктоПринт
Сервис»:

Мы в своей профессиональной деятельности, когда приезжаем к заказчику и видим проблему, часто начинаем себя вести, как следователи: разматываем клубочек, чтобы докопаться до истины. Наверное, поэтому меня так увлекла одна повесть: показалась сходной по роду деятельности (*смеется*). В одной типографии мне подарили маленькую книжечку. Я закинула ее в чемодан, когда поехала в отпуск. Потом открыла: Акунин, «Весь мир театр». Прочла — и по приезде домой скупил почти всю серию этого автора. Читала и не могла остановиться!

Жаль, что в последнее время у меня недостаточно свободного времени, чтобы читать взахлеб, как ранее. Но все равно находятся минутки, когда я беру в руки книги, и именно в бумажном варианте. Так как я работаю в полиграфии, я знаю, какой это труд — издать книгу. Сначала знакомлюсь с изданием в профессиональном ключе, а потом просыпается и человеческий интерес.

Для молодежи, конечно, сейчас более привычен электронный формат. Наблюдала однажды, как молодые ребята открывали журнал и пытались раздвинуть пальцами картинку, как мы делаем в телефоне, чтобы увеличить изображение. Тогда подумала, что у молодежи все уже запрограммировано на техническое взаимодействие с действительностью.



Вера Негина,
руководитель
отдела маркетинга
и рекламы
компания
«НИССА Центр»:

На вопрос «Любите ли вы читать?» сразу захотелось ответить: «Конечно, как же можно жить, не читая книг?» На мой взгляд, это должен делать каждый уважающий себя человек. А выбор бумажного или электронного варианта издания, мне кажется, зависит не только от ситуации, но и от самого произведения. Например, классику я предпочитаю читать в книгах, даже несмотря на то, что порой это целый увесистый том.

В настоящий момент читаю произведение Ивана Александровича Гончарова «Обрыв». Это заключительная часть своеобразной трилогии (включая «Обыкновенную историю» и «Обломов») «о переходе от одной эпохи русской жизни... к другой». Знаете, у каждого в жизни бывает свой «обрыв», не только под влиянием личностных обстоятельств, но и социальных изменений. Как и вся классика, роман Гончарова на века.



Павел Липатников,
менеджер по маркетингу
компания
«Форт Диалог-Исеть»:

Читаю я как для души, так и по необходимости — например, приходится читать очень много технической и профессиональной литературы. Собственно, по этой причине уже много лет назад приобрел «элек-

тронную книгу». Это удобно: маленькое по весу и размерам устройство вмещает огромное количество книг, которые всегда под рукой. Раньше читал по пути на работу, с работы. Хотя, конечно, электронный вариант ни в какое сравнение не идет с качественным бумажным изданием. К сожалению, найти такое — большая редкость. Это касается и изготовления, и содержания.

Если нужно выделить одну книгу, которая мне нравится, то пусть это будет «Чевенгур». Очень своеобразный стиль изложения, который поразительно гармонирует с повествованием, хотя это касается, наверное, всего творчества Андрея Платонова. Хороши книги серии «Библиотека генерального директора»: качественные материалы, полиграфия.



Людмила Ястремская,
управляющий
екатеринбургским
отделением
ЗАО «Итрако»:

Читать я полюбила с тех пор, как научилась этому. И это всегда было моим любимым времяпрепровождением. В школе была заведующей библиотеки на соседней улице, в институте пристрастилась к журналу «Юность». Там и познакомилась с публикациями своего любимого автора Дины Рубиной, произведения которой читаю по сей день, отслеживаю все новинки. Вот как раз на днях начала читать роман «Бабий ветер», который вышел совсем недавно. Мнение о нем еще не сложилось, только-только начала. А из последних, уже прочитанных книг, сильное

впечатление произвела ее трилогия «Русская канарейка». Стиль Дины Рубиной в последние годы сильно изменился, это далеко не женские романы. С годами ее произведения стали более мистическими, и сюжет просто затягивает, оторваться невозможно!

Что касается формата книг, то в последнее время я все чаще обращаюсь к электронному варианту: время диктует. Хотя настоящую бумажную книгу люблю больше. Держать ее в руках, ощущать переплет, слышать шелест страниц — этого не заменит никакой гаджет.



Наталья Селянина,
руководитель
екатеринбургского
филиала компании
«Дубль В»:

Чтение для меня в первую очередь — это жизненная школа, а при темпе жизни современного человека — отличный способ снять стресс.

Предпочитаю настоящую, бумажную книгу. Каждая такая книга индивидуальна сама по себе: обложка, шрифт текста, текстура страниц. Безусловно, в электронных носителях есть свои плюсы: они компактны, можно найти редкое издание, увеличить шрифт. Но ни с чем не сравнится то ощущение восторга из детства,

когда ты заходишь в книжный магазин, вдыхаешь запах, и глаз радуют яркие иллюстрации с полком!

Любимая книга в нашей семье — сказка Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький Принц». Впервые я ее прочитала в детстве, когда мне было 10-11 лет. Много вопросов закралось тогда в мою голову: как можно считаться нормальным человеком и при этом разговаривать с цветком и спокойно путешествовать с планеты на планету? Долго представляла себе удава, который съел слона и стал похож на шляпу... Мой детский мозг напрягался тогда не на шутку. Но я четко усвоила, что эта книга учит дружбе, заботе, умению понимать, видеть особенное в обычных вещах. А постепенно, взрослея, я стала понимать, что сказка-то для взрослых! Ни в одной книге я не встречала такого скопления мудрости:

«Должна же я стерпеть двух-трех гусениц, если хочу познакомиться с бабочками».

«Все тщеславные люди воображают, что все ими восхищаются».

«Если идти всё прямо да прямо, далеко не уйдешь»...

Сейчас перечитываем «Маленького Принца» с сыном. Мне это помогает переосмыслить значимость многих вещей в жизни: на время возвращаешься в детство и смотришь на все

наивными глазами Маленького Принца. Самое главное — это произведение мне помогает быть ближе к моим детям.



Дмитрий Тарасов,
преподаватель,
научный сотрудник
департамента
информационных
технологий
и автоматики УрФУ:

Очень люблю читать книги. Конечно, предпочитаю бумажный вариант, и желательно, чтобы это была высокая печать на слегка желтоватой бумаге. В общем, предпочитаю старые книги. Однако часто приходится читать книги и статьи в электронном виде, в основном в телефоне или с экрана ноутбука. Это утомляет.

Из всего прочитанного я не могу выделить какое-то одно произведение. Было очень много хороших и прекрасно изданных книг. Наших, отечественных книг разных лет выпуска, от 40-х годов XX века и до наших дней. Вообще, что бы ни было написано за рубежом, какие бы глубины человеческой природы или бытия ни были преданы перу, все это есть в классической русской литературе. Всё там. Читайте больше!

Подготовила Марина ГРИНБЕРГ



Итак, книги по-прежнему читают. Во всяком случае, полиграфисты. Но как сегодня обстоят дела на книгоиздательском рынке? Комментирует Александр Гулак, директор филиала «Дом печати – ВЯТКА»:

Недавно ФАМПК опубликовало отраслевой доклад по итогам 2016 года. Из него ясно, что книжная полиграфия по-прежнему находится в состоянии вялотекущего кризиса. С одной стороны, книги читают и покупают, то есть совершенного вытеснения бумажной книги электронными гаджетами не происходит. С другой — читать стали меньше, и, наверное, не по причине отсутствия интереса, а потому, что порой выбор стоит перед тем, что покупать — продукты или книгу, цена ведь не маленькая.

Тенденции в книжной полиграфии сложны: ассортимент возрастает, и это не может не радовать, появляются новые авторы и издания, печатаются давно забытые или отложенные на «полку», но при этом тиражи сокращаются. Сейчас расширяются сети частных малых и микро-

книжных типографий, в том числе с использованием технологий цифровой печати, и это хорошо. Впрочем, пока они не делают погоды на большом книжном рынке. Основные заказы — многотиражные, и поэтому значительную долю заказов по-прежнему выполняют крупные государственные типографии.

Прогнозировать развитие этого рынка сейчас трудно. Очевидно, что предстоящий период будет достаточно сложным для российского книгоиздания. Как следствие этих тенденций, в книжном секторе полиграфии, всего вероятнее, ускорятся процессы концентрации специализированного производства и формирование «точек роста», а также уход с рынка ряда малозффективных типографий. Рынок перенасыщен производственными мощностями, но в любом случае на рынке должна оставаться конкуренция, в противном случае это отразится на ценах и потребителе. Надежда остается, что все встанет на свои места и каждое направление в книгоиздании займет свое место и положение, найдет своего читателя. Мы в данном случае идем не своим особым путем, а продвигаемся согласно имеющейся мировой тенденции.

Эффект выборочной лакировки... на цифре? Как дополнительно заработать на ламинаторе



Наверное, с такой ситуацией сталкивались все. Приходит клиент и просит напечатать ему небольшой тираж юбилейных каталогов — скажем, штук двести. «Сможете?» Так конечно, чего тут не смочь — вон ЦПМ у нас стоит, наш конь-огонь, за денек вам всё сделаем. «Ага, здорово! И вот этот кораблик на обложке — мне надо, чтобы он блестел. Ну, чтобы глянцевый такой был, выделялся на общем фоне. Но только недорого»... И тут обычно возникает пауза. Клиент просит эффект выборочной лакировки. На цифровой печати. Недорого.

Как правило, после этого в типографии начинается мозговой штурм. Как это сделать? Может, сначала матовый ламинат по всему листу, а потом шелкотрафаретом пройтись выборочно? А может, вырезать из пленки контуры этого самого кораблика и наклеить сверху? Или ребятам из какой-нибудь «сувенирной» фирмы отдать на цифровую УФ-лакировку? В любом случае, это существенное удорожание, да еще найти надо, кто за наш заказ возьмется. Да, жаль, что до сих пор нет технологии выборочного глянцевого лакирования на цифровых отпечатках...

Стоп. Есть такая технология!

Это технология ламинирования GMP Digital Sleeking, с использованием специальных пленок для выборочного глянцевого лакирования, голографирования и фольгирования. Название сложное, но сам процесс производства вполне прост.

1. Изображение делим на два слоя. Вначале печатаем на листе А3 фоновый рисунок. Элемент, который должен стать в итоге глянцевым, остается на второй этап печати.

2. Затем лист ламинируем пленкой GMP Silk Feel Ultra Bond 43 mic. Эта пленка предназначена специально для цифровой печати, на ощупь очень напоминает шелковистую поверхность бумаги Touch Cover (но, к слову, стоит в несколько раз дешевле).

3. После обрезания лишней пленки печатаем второй слой — будущие глянцевые элементы. Печатаем прямо по поверхности пленки GMP Silk Feel, она выдерживает температуру печки практически всех известных цифровых машин.

4. Кладем пленку для глянцевого лакирования на заламинированный лист с печатью, пропускаем через пакетный или рулонный ламинатор.

После ламинатора тонерная печать на поверхности пленки блестит как выборочный лак. Либо, если исполь-





зовались другие специальные пленки, переливается как голограмма или фольга (золото, серебро, цвет).

Если же вас интересует инверсный эффект, то его можно достигнуть и без промежуточной ламинации, если первоначально напечатать выборочные элементы, заглянцевать их в ламинаторе и поверх напечатать вторым прогоном матовый фон.

Благородство черного

Для тех, кто любит суперэффекты, будет очень интересна новая GMP Polinex Media Black — черная пленка, по фактуре аналогичная GMP Silk Feel. Очень эффектно смотрится при последующем выборочном ламинировании или фольгировании.

Дизайнеры любят черный цвет — и это вполне объяснимо. Черный фон сам по себе всегда смотрится благородно, таинственно и стильно. Особенно если поверхность материала бархатистая и приятная на ощупь, а некоторые элементы покрыты выборочной лакировкой. Заказчики, как правило, остаются в восторге от подобных дизайнерских решений, но цена такой полиграфии кусается. Точнее, кусалась — до того, как на рынке появилась пленка GMP Polinex Media Black. На листах, заламинированных этой пленкой, можно печатать белым цветом, делать выборочное глянцева-ние, фольгирование, голографирование, создавать неповторимые сложные изображения. Всё это будет в разы дешевле, чем УФ-лакировка по дизайнерской бумаге (той же Touch Cover), а по благородству вида и изя-

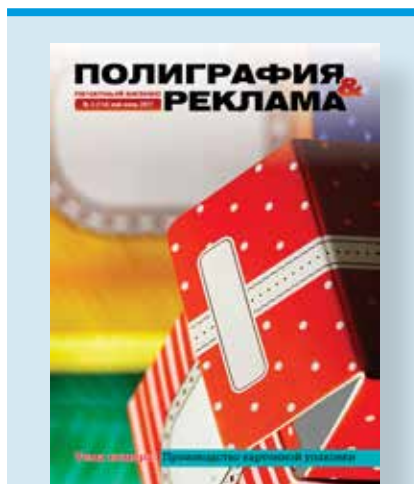
ществу отделки ничуть не уступит дорогим технологиям.

На чем ламинировать?

Первоначальные вложения в технологию ламинирования GMP Digital Sleeking, то есть в оборудование и расходные материалы, вполне доступны даже маленьким цифровым типографиям.

Кстати, при аккуратной работе данные пленки могут использоваться многократно, по 5-8 раз, что существенно снижает и затраты на пленки, и себестоимость конечного продукта. Однако чтобы правильно намотать пленку для повторного использования, очень желательно, чтобы на ламинаторе был установлен ревайндер. Он же пригодится для снятия с готовой продукции использованной фольги. Ревайндеры установлены на всех промышленных ламинаторах GMP, а также на многих моделях для оперативного ламинирования. Выбирая ламинатор, учитывайте ту степень загрузки, которую вы можете ему обещать.

1. Оперативное ламинирование, небольшие тиражи. Здесь отлично



Кстати: обложка этого номера журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» оформлена с помощью технологии выборочного ламинирования GMP Digital Sleeking с использованием пленки **GMP Silk Feel**. Так что — посмотрите на возможности выборочного ламинирования своими глазами!



подойдут ламинаторы **GMP Excelam Plus 355R** и **GMP Excelam Plus 655R** или модели новой серии **Excelam Plus 355/685 DCRE**. Они могут работать с бумагой плотностью от 80 до 350 г/м² и с пленками от 25 мис до 250 мис. Независимый нагрев верхнего и нижнего валов дает прекрасный результат ламинации струйных отпечатков и фотографий.

2. Оперативное высокоскоростное ламинирование. Для данных целей оптимальны модели **GMP Surelam-380R** и **GMP Surelam-540R**, имеющие улучшенную систему сведения валов и натяжения пленки, что позволяет работать с более широким спектром материалов для ламинирования. Максимальная ширина ламинирования составляет 380 и 540 мм соответственно.

3. Промышленные тиражи. Когда объемы ламинирования приближаются к промышленным, необходимо соответствующее оборудование, например **QTopic-380**, **GMP Protopic-540** или **Excel Topic-380 Sleek**. Эти полуавтоматические горячие рулонные ламинаторы считаются топ-моделями для цифрового сегмента и применяются для односторонней и двухсторонней ламинации со скоростью до 10-15 м/мин. Есть механизм автообрыва и выпрямления заламинированных листов.

GMP РуссКом
(495)785-58-05
info@russcom.ru
www.gmp-russcom.ru
www.prolam.ru

МИРОВОЙ ЛИДЕР В ЛАМИНАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

РУЛОННЫЕ ЛАМИНАТОРЫ GMP

для оперативной полиграфии



НЕБОЛЬШИЕ ТИРАЖИ

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

ДЕКОРАТИВНОЕ ЛАМИНИРОВАНИЕ

GMP EXCELAM PLUS 355 DCRE/685DCRE

Несколько видов работ на одном ламинаторе!
(одностороннее и двухстороннее ламинирование, горячее и холодное ламинирование, выборочное ламинирование и фольгирование)

- ✓ ВЫПРЯМЛЯЮЩЕЕ УСТРОЙСТВО
- ✓ РЕВАЙНДЕР
- ✓ СКОРОСТЬ ЛАМИНИРОВАНИЯ 3 М/МИН
- ✓ РАЗДЕЛЬНЫЙ НАГРЕВ ВАЛОВ



НОВИНКА!



GMP SURELAM 380/380R/540/540R

Высокая скорость работы, профессиональное качество ламинирования



- ✓ ВЫПРЯМЛЯЮЩЕЕ УСТРОЙСТВО
- ✓ ОПЦИОНАЛЬНО - РЕВАЙНДЕР
(В МОДЕЛЯХ SURELAM-380R/540R)
- ✓ СКОРОСТЬ ЛАМИНИРОВАНИЯ
ДО 7 М/МИН
- ✓ РАЗДЕЛЬНЫЙ НАГРЕВ ВАЛОВ
- ✓ УВЕЛИЧЕННЫЕ ШТАНГИ ДЛЯ РАБОТЫ
С ПЛЕНКОЙ В БОЛЬШОЙ НАМОТКЕ
(ДО 2000М ДЛЯ ПЛЕНКИ GMP POLYNEX
PP 25/26МКН)

GMP EXCELTOPIC 380/380 SLEEK

Первый настольный ламинатор GMP с автообрывом!
Скоростное одностороннее ламинирование в формате А3.

- ✓ МЕХАНИЗИРОВАННАЯ ПОДАЧА ЛИСТОВ
- ✓ СКОРОСТЬ ОТ 1 ДО 10 М/МИН
- ✓ АВТООБРЫВ (ПРИ РАБОТЕ С ПЛЕНКАМИ
GMP POLYNEX PP 25/26 МКН)
- ✓ РЕВАЙНДЕР
(В МОДЕЛИ EXCELTOPIC 380 SLEEK)
- ✓ ВЕРХНИЙ ВАЛ - ХРОМИРОВАННЫЙ
- ✓ ВЫСОКОЕ ДАВЛЕНИЕ
ЛАМИНИРУЮЩЕГО ВАЛА
- ✓ РАБОТА С ПЛЕНКОЙ В БОЛЬШОЙ НАМОТКЕ
(ДО 3000М ДЛЯ ПЛЕНКИ GMP POLYNEX PP)



ДЖИ-ЭМ-ПИ-РУССКОМ www.gmp-russcom.ru
www.prolam.ru info@russcom.ru (495) 785-58-05

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЛАМИНАТОРЫ GMP

для больших объемов ламинирования цифровой и
офсетной печати



GMP QTOPIC-380

Промышленный рулонный ламинатор формата А3, отличное решение для ламинации цифровых отпечатков.



- ✓ КОМПАКТНЫЙ ДИЗАЙН
- ✓ АВТООБРЫВ
- ✓ СКОРОСТЬ ЛАМИНИРОВАНИЯ ДО 10М/МИН
- ✓ ОПЦИОНАЛЬНО - ТЕКСТУРНОЕ ЛАМИНИРОВАНИЕ

МОДЕЛИ:

QTOPIC-380

Одностороннее ламинирование,
механизированная подача листов

QTOPIC-380 DUPLEX

Двухстороннее ламинирование

QTOPIC AUTO-380

Автоматическая подача.

Варианты текстуры для эмбовала



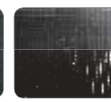
Текстура Лён



Текстура Кожа



Текстура Зерно



Текстура Шёлк



Текстура Фото

GMP PROTOPIC-540

Промышленный рулонный ламинатор формата А2

GMP PROTOPIC-540 QUATRO-SLIT

Уникальный ламинатор для производства фотокниг



МОДЕЛИ:

PROTOPIC-540 DUPLEX

Двухстороннее
ламинирование

PROTOPIC AUTO-540

Автоматическая подача.

- ✓ SLIT-МОДУЛЬ (ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ПРОРЕЗЬ ЛИСТА ДО ЛАМИНАЦИИ)
- ✓ ТЕКСТУРНОЕ ЛАМИНИРОВАНИЕ С ФОТОЭМБОССИРОВАНИЕМ (ЭФФЕКТ МАТОВОЙ ФОТОБУМАГИ)

- ✓ СКОРОСТЬ ДО 15М/МИН
- ✓ АВТООБРЫВ
- ✓ АВТОМАТИЧЕСКАЯ ПРОТЯЖКА ЛИСТОВ
- ✓ ОПЦИОНАЛЬНО - ТЕКСТУРНОЕ ЛАМИНИРОВАНИЕ

Резинотканевые офсетные полотна: выбираем лучшее

Основные задачи офсетного резинотканевого полотна известны: оно переносит изображение, то есть без него нельзя печатать, и компенсирует вибрацию в процессе печати. От правильного выбора полотна очень зависит качество конечного оттиска, поэтому необходимо выбирать их тщательно, учитывая и свойства полотна, и особенность вашего производства.

Требования, предъявляемые к качеству офсетного резинотканевого полотна (ОРТП) при его производстве:

- * однородная компрессионность;
- * структура поверхности;
- * плоскостность;
- * контроль качества;
- * стабильность процесса.

Требования к качеству полотна при печати:

- * минимальная усадка;
- * устойчивость к локальным продавам;
- * стойкость к набуханию;
- * отсутствие «памяти» по формату листа (ОРТП должно хорошо восстанавливаться после печати большого тиража, очистки и регенерации средствами для восстановления).

Параметры качества печати, на которые влияет выбор полотна:

- * равномерность воспроизведения плашечных участков;
- * контраст, воспроизведение растровой точки;
- * отделение печатного листа от резины (Quick Release-эффект);
- * транспортирующие свойства;
- * наслаивание краски;
- * кроме того — дублирование, положение, усадка, образование рельефа, облачность, приводка, динамическая нагрузка.

Как именно полотно влияет на печать?

Офсетное резинотканевое полотно состоит из нескольких слоев: компрессионного слоя, основы полотна — каркаса и верхнего резинового слоя.

Компрессионный слой — это сердце офсетного полотна, которое опре-

деляет в значительной мере свойства конечного продукта, например, жизненный цикл полотна (тиражестойкость) и способность к восстановлению (память). Компрессионность или некомпрессионность — не единственные параметры, характеризующие офсетное полотно. Если офсетное полотно разделить на поверхность, резиновый слой и основание, то можно обнаружить, что каждый сегмент обладает своими физическими и химическими параметрами, которые в дальнейшем будут влиять на качество печати.

Структура поверхности (шероховатость верхнего резинового слоя) отвечает за перенос краски, форму растровой точки, наложение краски и бумажной пыли, способность легко очищаться после смывки. Чем меньше шероховатость, тем хуже смывка и велика вероятность частого обрыва бумаги в ролевой печати. На гладких полотнах краска легче отделяется от резины, меньше наложение. Если полотно плохо моется, то рекомендуется поменять ОРТП на более шероховатое.

Печатный слой отвечает за стойкость к набуханию, склонность к скручиванию бумажного листа, жесткость, образование остаточного рельефа, эластичность, остаточную деформацию, стойкость к продавам. Стоимость ОРТП в основном складывается из стоимости верхнего резинового слоя.

Тканевая основа, или каркас, отвечает за минимальное растяжение, необходимость и частоту подтяжек, прочность, эластичность, стойкость к динамическим нагрузкам, срок службы, способность к восстановлению, стойкость к продавам. Каркас ОРТП на основе полиэфира и полиамида не стабилен, изменения в процессе экс-

плуатации невозможно прогнозировать. Современные полотна, в основном, состоят из смешанных тканей: хлопка и полиэфирных нитей.

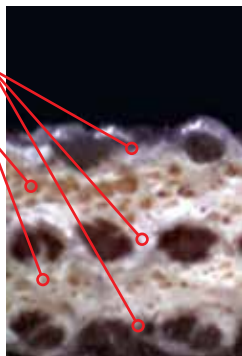
Жесткость верхнего слоя полотна указывает производитель. Чем тверже слой (80 Шор А), тем полотно более устойчиво к вспучиванию, продавам и обладает более долгим сроком службы. Твердость самого полотна определяется свойствами компрессионного слоя. Если нагрузка слишком велика (ударная), то полотно может разрушаться, происходит сдавливание. Полотна от 75 до 80 Шор А — это жесткие полотна. Полотна с жесткостью 50 Шор А — мягкие. Если верхняя пластина более мягкая, то она склонна к продавам (сдавливанию). А если жесткая, то на большом формате происходит продавливание по формату печати.

Состав верхнего резинотканевого слоя обладает различной полярностью. Это связано с тем, что краска, которая используется при печати, также разной полярности. Традиционная масляная краска неполярная, а краски ультрафиолетового закрепления — полярные. Следовательно, ЕРДМ ОРТП — неполярная, а NBR — полярная. Также неполярные: масло и традиционные смывки, а добавка в увлажнение и вода — полярные. Противоположная полярность используется для избежания набухания. Если при печати используется EPDM-резиновое полотно и традиционная краска, то резина начинает быстро набухать. Негативная смывка проникает в резину и вытягивает пластификаторы, полотно усаживается. При позитивном набухании резина становится толще. Необходимо использовать для каждого типа краски свой тип полотен.

Также современные ОРТП обладают различными транспортирующими свойствами: негативными, позитивными, нейтральными. Если скорость машины равна скорости в зоне контакта печатного цилиндра и офсетного цилиндра, то в этом слу-

Высокая устойчивость к продавам

Два специально согласованных компрессионных слоя



Технические характеристики Stratos New

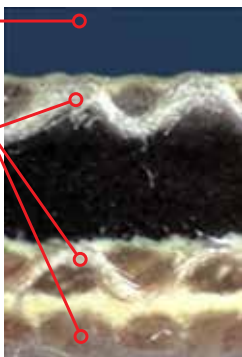
Толщина (допуск +/- 0,02 мм)	1.96 мм
Растяжение при нагрузке 500 Н/50 мм	≤ 1.6 %
Компрессионность 1,350 кПа	15%
Разрывная нагрузка	≥ 4,000 Н / 50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2%
Общая жесткость поверхности	ок. 78 Shore A
Твердость поверхности	ок. 48 Shore A
Шероховатость R _z	6.8 μm (шлифованная)
Шероховатость R _a	1.1 μm

Применение

Листовой офсет	Очень рекомендуется
Печать упаковки (в т.ч. пищевой)	Очень рекомендуется
Гибридная печать (УФ+традиционная)	Рекомендуется

Ультранадежная поверхность для высококачественной печати

Новейшая разработка 3-х слойного каркаса с низкой склонностью к растяжению



Технические характеристики Navy Premium

Толщина (Тол.+/-0,02 мм) / Art. 390: 1.96 мм	
Растяжение при нагрузке 500 Н/50 мм	≤ 0,75 %
Компрессионность при 1,350 кПа	Примерно 10%
Разрывная нагрузка	≤ 4,00 Н / 50 мм
Уменьшение толщины под действием нагрузки	≤ 2 %
Твёрдость поверхности	примерно 65 Shore A
Шероховатость R _z	6.8 μm (шлифованная)
Шероховатость R _a	1.0 μm

чае рекомендуется использовать нейтральное резиновое полотно. То есть, до сжатия и после сжатия линейная скорость должна быть равна. Позитивный резиновый слой ускоряет прохождение бумаги (картона). Скорость в зоне контакта печатного и офсетного цилиндра выше.

У негативного резинового слоя меньше скорость печатного цилиндра по отношению к скорости офсетного цилиндра. Применение полотна с неподходящими транспортирующими свойствами может привести к обрывам бумажного полотна, в случае ролевой печати, и к собиранию калиброванного картона в случае листовой печати. Рекомендуем учитывать это при выборе полотна для вашей печатной машины.

Новинки от Phoenix

Компания ОКТОПРИНТ СЕРВИС представляет разработку компании Phoenix — полотно **Stratos New** для офсетной листовой печати. Данное полотно произведено по технологии «сэндвич» с двумя согласованными компрессионными слоями, оно обладает жестким каркасом с минимальной склонностью к растяжению, а также минимальной приработкой по формату.

Кроме того, стоит обратить внимание на универсальное полотно для ролевой и листовой офсетной печати, высококачественной упаковки — **Navy Premium**.

Современные резинотканевые полотна — это высокотехнологичные и дорогостоящие материалы,

которые требуют к себе бережного отношения. Если подойти ответственно к выбору полотна, не только с точки зрения стоимости, но и с учетом особенностей вашего производства и оборудования, то выбранное полотно прослужит длительное время и позволит снизить расходы при производстве, а значит, уменьшить себестоимость выпускаемой продукции.

*С уважением и заботой о Вас,
технологическая служба компании
ОКТОПРИНТ СЕРВИС*

*(Продолжение материала
читайте в следующем номере)*

www.oktoprint.ru



ВНИМАНИЕ!
Изменился городской номер телефона офиса, новый номер
+7 343 243 52 16

Исследование микроструктуры бумаги

Отчет по научно-исследовательской практике



Тягунов Андрей Геннадьевич,
к.т.н., доцент, руководитель
образовательной программы
по направлению «Полиграфия»
ИРИТ-РтФ УрФУ



Тарасов Дмитрий Александрович,
старший преподаватель
ИРИТ-РтФ УрФУ.



Трубникова Алёна Сергеевна,
магистрант 2 курса
ИРИТ-РтФ УрФУ

Бумага является основой всего полиграфического производства. Открытки, блокноты, газеты, журналы, упаковка — современную полиграфию невозможно представить без бумаги.

Результат работы зависит во многом от качества используемого сырья. Между тем, многие полиграфические предприятия не уделяют должного внимания качеству бумаги, используемой в производстве. Отсутствие квалифицированного персонала на производстве не представляет возможным в полной мере проводить входной контроль сырья по показателям, имеющим непосредственное влияние на качество дальнейшего процесса производства.

Актуальность нашей темы обусловлена в первую очередь наличием исследований в данной области, всемирной тенденцией отказа от использования полимеров для сохранения природы, а также повышением уровня полиграфической продукции и, как следствие, поиску новых путей повышения качества.

Рассмотрим, какие способы изучения бумаги существуют на сегодняшний день и какова возможность их применения в условиях реальных производств.

Развитие отрасли производства бумаги и картона

В качестве тенденций развития производства бумаги и картона можно выделить следующие:

- расширение применения химических реагентов;
- рост использования вторичного волокнистого сырья;
- повышение скорости работы бумагоделательных машин;
- интегрирование процессов отделки бумажного полотна в составные части бумагоделательных машин;
- повышение производительности однопоточных линий при сокращении удельных капитальных затрат.

В связи с общей тенденцией к экономии и сокращением себестоимости продукции возрастает рост использования вторичного сырья и, как следствие, появляется необходимость искать пути решения проблем качества без удорожания. Большой шаг для улучшения производства и качества продукции помогли сделать химические вещества, которые можно разделить на две основные группы:

1. улучшающие качество бумаги;
2. улучшающие процесс производства.

Химикаты, улучшающие качество бумаги

Их можно разделить на несколько основных групп.

Упрочняющие бумагу в сухом состоянии.

Используются для компенсации снижения прочности бумаги при введении наполнителей и/или добавлении низкачественного волокна. На

сегодняшний день основными веществами являются модифицированные крахмалы, химически обработанные с целью изменения вязкости, стабильности или ионной природы.

Вещества для придания влагопрочности.

Смолы влагопрочности применяются только для 4-5% бумаги от общего объема бумажной продукции. В первую очередь, это санитарно-гигиенические виды бумаги, кроме туалетной, и упаковочные виды, такие как бумажные мешки, сумки, картон для упаковки молочных продуктов, оберточная бумага для замороженных продуктов и пр.

В качестве смол влагопрочности обычно используют формальдегидные (мочевиноформальдегидные и меламиноформальдегидные) и полиамидаминэпихлоргидридные смолы. В особых случаях применяют полиэтиленимин, диальдегид крахмала, полиакриламид с глиоксальной составляющей и др.

Проклеивающие вещества.

В настоящее время в Европе более 98% всей мелованной и немелованной бумаги без содержания МДМ проклеивают в слабощелочной среде: величина pH среды — 7,0–8,5. В США, где проклейку в щелочной среде начали использовать только около 20 лет назад, сейчас 85% бумаги без МДМ производится таким образом.

При щелочной проклейке обычно применяют проклеивающие реаген-

ты — димер алкилкетена (АКД) или ангидрид алкенилмалеиновой кислоты (АМА). Эти химикаты вступают в реакцию с гидроксильными группами целлюлозных волокон, в результате достигается хороший проклеивающий эффект.

Минеральные компоненты.

Наполнители вводят для улучшения специфических характеристик бумаги, таких как оптические, физические и эстетические, это позволяет:

- улучшить формование полотна;
- обеспечить более ровную поверхность;
- увеличить непрозрачность и белизну;
- повысить гладкость;
- улучшить печатные свойства за счет получения более ровной и однородной поверхности, большей непрозрачности, улучшения краско-восприятия с уменьшением проникновения краски на обратную сторону листа, увеличения контрастности изображения и равномерности печати;
- сохранять стабильность размеров бумаги;
- уменьшить себестоимость бумаги за счет замены дорогостоящего волокна более дешевым наполнителем;
- снизить загрязненность оборотной воды растворенными органическими веществами из-за частичной адсорбции их наполнителем;
- экономить пар при сушке бумаги.

В качестве наполнителя обычно используют каолин, однако в конце 70-х годов прошлого века начали применять природный карбонат кальция (GCC), а в 80-е годы — химически осажденный карбонат кальция (PCC).

Основные преимущества карбоната кальция:

- меньшая стоимость по сравнению с каолином;
- высокая белизна;
- получение более прочной и долговечной бумаги вследствие обеспечения необходимого щелочного резерва, предохраняющего бумагу от воздействия веществ атмосферы с кислотными свойствами;
- легкое обезвоживание бумаж-



ного полотна благодаря более округлой форме частиц карбоната в сравнении с пластинчатыми частицами каолина;

- более высокие печатные свойства бумаги (по сравнению с каолином) при офсетном способе печати.

Химикаты, улучшающие процесс получения бумаги

Они также делятся на несколько групп.

Химикаты для удержания и обезвоживания.

Влияют на содержание компонентов бумажной массы в системе короткой циркуляции, которые, в свою очередь, влияют на эффективность процесса и свойства бумаги. Положительное воздействие выражается в уменьшении эффекта двусторонности бумаги, снижении расхода функциональных химикатов (наполнителей, клея, крахмала и пр.), уменьшении отложений на оборудовании и снижении нагрузки на очистные сооружения.

Переход на нейтральную проклейку ограничил применение сульфата алюминия. С этой целью начали использовать однокомпонентные системы на основе катионно-модифицированных полиакриламидов или этилениминовых аддуктов, интенсивность удержания которых идентифицировалась с интенсивностью флокуляции волокон целлюлозы с данными веществами.

С повышением скорости БДМ и, соответственно, обезвоживающих усилий снижается эффективность однокомпонентных систем. В этом случае применяются двухкомпонентные удерживающие системы, состоящие из комбинации различных типов анионных и катионных полиэлектролитов и представляющие собой природные и синтетические полимеры. Такие системы

имеют меньший размер флокул, чем однокомпонентные, что положительно влияет на формирование бумаги.

Фиксирующие химикаты.

Использование МДМ и макулатурной массы в композиции бумаги связано с поступлением большого количества растворенных и коллоидных веществ, так называемых анионных загрязнений, в основном, компонентов древесины — гемицеллюлозы, лигнин и экстрактивные вещества, которые являются анионами по своей природе. Они активно взаимодействуют с катионными химикатами для удержания, значительно снижая их эффективность и повышая их расход.

Для уменьшения содержания растворенных и коллоидных веществ используют фиксирующие химикаты — различные виды синтетических полимеров: полиамины, поливиниламины, полиэтилениминовые аддукты, полимеры на основе хлорида алюминия.

Другие виды химикатов, улучшающих процесс производства.

Температура протекания процесса получения бумаги является практически идеальной для развития микроорганизмов, и они накапливаются в системе. При замыкании цикла водопользования усиливается рост слизиобразования. Для преодоления данного явления применяют добавки биоцидов в оборотную воду.

Повышенное пенообразование возникает при увеличении содержания коллоидных смоляных веществ и/или при перемешивании воздуха с бумажной массой. С целью сокращения пены в систему вводят пеногасители.

В случае использования СФИ или лиственной СФА целлюлозы возникает проблема «вредной» смолы из-за накопления в системе и отложения на оборудовании БДМ, а соответственно, и на бумажном полотне частиц экстрактивных веществ древесины. Для борьбы с «вредной» смолой применяют тальк, который адсорбирует гидрофобные частицы смолы, или диспергаторы, предотвращающие агломерацию частиц смолы.

Продолжение следует.

Как я пытался возродить типографию МГУ

(продолжение)

1. Присоединить к типографии МГУ общеуниверситетский отдел печати. При этом освободятся площади в главном здании и фонд зарплаты МГУ. Централизуются печатные мощности университета по печати оперативной малотиражной печатной продукции.

2. Создать в типографии мощный участок цифровой печати. В перспективе можно объединить его возможности с библиотечной системой МГУ (перевода и хранения изданий в электронном формате) и организовать производство учебной и научной литературы для студентов и сотрудников МГУ по требованию (единичными тиражами в течение суток).

3. Seriously модернизировать переплетный цех типографии и закупить автоматическую линию для сборки книг в твердом переплете. Тогда будет можно на собственной печатной базе печатать по себестоимости и распространять ученые труды преподавателей и сотрудников МГУ средними тиражами.

В дополнение могу только добавить, что все достижения и приобретения за прошедшие полтора года (кроме первоначальной закупки оборудования) были сделаны исключительно за счет средств, заработанных типографией самостоятельно на привлеченных заказах. Начавшийся с первых дней рост типографии продолжался такими же бурными темпами и далее. В 2009 году был введен в эксплуатацию участок цифровой печати, который также начал работать с места в карьер, демонстрируя рекорды производительности. К концу 2009 года мы, наконец, завершили внедрение сверхсовременной АСУП (автоматической системы управления предприятием) Print-expert, что я, по проделанной работе, приравниваю к отдельному подвигу. В процессе автоматизации предприятия нам пришлось решить не только технические, но и сложные психологические проблемы: персонал никак не желал работать под «всевидящим оком» электронной системы.



Марсель Шарифуллин

Итак, в докладе на заседании РИСО (редакционно-издательском совете) МГУ в декабре 2008 года я внес предложения по стратегическому развитию полиграфического комплекса МГУ. Выстроены они были в порядке увеличения затрат и сроков возможной реализации.

К 2010 году были завершены ремонтные работы в здании типографии, оснащение ее мебелью, компьютерами и полиграфическим оборудованием на сумму более 6 млн руб. Общий объем выполняемых полиграфических заказов постоянно рос и достиг 5 тысяч в месяц, к середине 2009 года типография, наконец, вышла на устойчивую положительную рентабельность и начала гасить долги прежних периодов.

В ходе становления типографии МГУ нам пришлось преодолеть множество проблем:

- сложности начального периода, когда надо было в отсутствии средств искать квалифицированных сотрудников, которых не было на растущем полиграфическом рынке страны; при этом по просьбе ректора и по велению сердца мы не увольняли имеющихся на предприятии низ-

коквалифицированных сотрудников;

- МГУ поздно (в конце 2007 года) открыл для нас казначейский расчетный счет, который затем регулярно блокировался на 1,5–2 месяца в начале каждого года, а в остальное время проводил платежи очень медленно, за 5–7 дней;

- нарастающую задолженность МГУ перед типографией за выполненную и отгруженную печатную продукцию, достигшую к концу 2009 года 6 млн рублей;

- финансовый кризис 2008 года, резко снизивший объем входящих заказов и сильно ударивший по полиграфической отрасли в целом. Государственное предприятие не имело возможности оптимизировать свои затраты (на персонал, налоги и др.), в отличие от коммерческих типографий.

Разумеется, не обошлось и без моих ошибок как «начинающего» директора типографии:

- Неправильный выбор главного бухгалтера. Не разбираясь сам в делопроизводстве и финансовых вопросах и не имея на это достаточно времени, я надеялся, что главный бухгалтер под присмотром профессиональных коллег из центральной бухгалтерии МГУ справится с этим фронтом работ. Надежды, к сожалению, были напрасными.

- Использование любых средств для выживания типографии в критических ситуациях.

- Раздутый штат сотрудников с огромным фондом заплат и аренду дорогостоящего оборудования. С другой стороны, селекция кадров в типографии и быстрое освоение оборудования иначе не представлялись мне возможным.

Таким образом, несмотря на сложнейшие условия существования и отсутствие помощи со стороны МГУ, типография состоялась.

Полную версию материала читайте на сайте Марселя Шарифуллина в рубрике «Мемуары»
www.marsel.ru



**РИ
ДО**

**18 – 20
ОКТАБРЯ 2017**

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

16+

RIDO@EXPOFORUM.RU

WWW.TRENDS.EXPOFORUM.RU

ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM



генеральный
медиапартнер

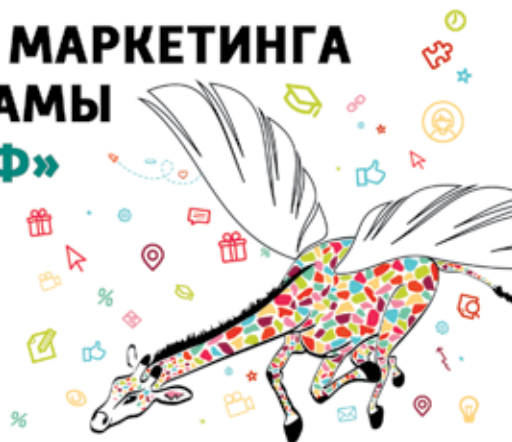


25–27 ОКТЯБРЯ

РОСТОВ-НА-ДОНУ, 2017 г.

**ФОРУМ МАРКЕТИНГА
И РЕКЛАМЫ
«ЖИРАФ»**

**ТРИ ДНЯ
ИНТЕНСИВНОГО
МАРКЕТИНГА**



ОПЕРАТОРЫ:

ВАТЛ
АГЕНТСТВО

ЭДОН
ЭКСПО
ЦЕНТР

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР:

**ПОЛИГРАФИЯ
РЕКЛАМА**

3 ДНЯ. 50 СПИКЕРОВ. 55 МАСТЕР-КЛАССОВ

Уникальные практические знания и кейсы от ведущих экспертов отрасли
Лекции, презентации, семинары, воркшопы и общение с единомышленниками нон-стоп

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ «ЭкспоБРЕНД»

На одной площадке соберутся компании-производители и поставщики рекламно-сувенирной продукции, типографии, event-агентства, дизайн-студии, рекламные агентства и т.д.

IV ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС БОИ МАРКЕТОЛОГОВ

Самые сильные маркетологи страны вступят в бой за звание Лучшего из лучших

ПР. НАГИБИНА, 30 ☎ (863) 268-77-82 ФОРУМ-МАРКЕТИНГА-ЮГА.РФ

printech

3-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИИ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ ПЕЧАТНОГО
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

20-23 ИЮНЯ
2017

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



ПОЛУЧИТЕ БИЛЕТ
printech-expo.ru