Печатный бизнес

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№ 5 (139) сентябрь-октябрь 2021

Юлия Арешко: обзор оборудования
Голос полиграфии: Владимир Лобок
Внутренний портрет: Сергей Сергеев
Виктория Ручка: кадры в полиграфии
Сувенирное время

KOENIG & BAUER

We print your world

Мы комбинируем краски и запечатываемые материалы друг с другом, обеспечивая безграничное разнообразие печатной продукции. Уже более двухсот лет.

Потому что печать – это наш мир.

koenig-bauer.com
www.kba-print.ru
(495) 782-13-77

we're on it.

Дорогие полиграфисты!

Иногда, когда нам нужно начать новый этап в жизни или сделать шаг вперед, нужно совершить простые действия. Именно они станут тем рычагом, который начнет крутить колесики нашего механизма. Например, сделать уборку, заварить свежий чай, испечь пирог, очистить пространство от лишнего. У нас появится ощущение свободы и свежести. Это именно то, что нужно для покорения вершин. Теперь можно в чистоте и тишине, в этом медитативном состоянии, с чаем и пирогом, наслаждаться настоящим и планировать будущее.

Главное, в любой ситуации верить и доверять себе. Любые обстоятельства нам будут по плечу, потому что есть мы, наши друзья и партнеры. И мы доверяем друг другу.

Берегите себя и своих близких.

С уважением,
Людмила Трошина,
главный редактор журнала
«Печатный бизнес.
Полиграфия & реклама»

Читайте в номере:

НОВОСТИ

2 «Гейдельберг-СНГ»: Speedmaster XL 106-7+L в «Индустрии цвета»
3 «Кениг унд Бауэр РУС»: Hubert von Carnap запускает Rapida 145, Wittmann Druck & Verpackung делает ставку на Rapida 106
4 «ЯМ Интернешнл»: теперь и на YouTube, Komori GL 540 + C Advance в «ПИК «Идел-Пресс»
5 iECHO PK-0604 в АНО «Ямал-Медиа»
6 Printech-2022
10 iECHO BK3-2516 в типографии «Клякса» (Тюмень)
12 Первая на Урале AccurioPress C7090 установлена в «Астер», «Малахит» печатает бесплатные бейджи для врачей на наклейках Xerox DuraPaper Labels
13 Онлайн-конференция Future Factory 2021
15 «Смарт-Т», «Урал-Минольта» и Canon: региональный Open Office
18 Konica-Minolta: бизнес-семинар
32 XIV Зимний Уральский полиграфический форум

ОБЗОР

7 Успешный старт Mimaki TS100-1600 в России
8 Mimaki TS100-1600 от ГК «РуссКом»
11 Новый планшетный режущий плоттер iECHO BK-2516
17 Canon imagePRESS C910
32 «Сантай», «Печатник.com»

СУВЕНИРНОЕ ВРЕМЯ

13 «Гардарика»: календарный сезон 2022
14 «Графические системы»: календарный сезон открыт!
26 «Прагматика»: мастер-класс по бизнес-сувенирам
27 Тенденции сувениров
30 «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»: календарь 2022

ВНУТРЕННИЙ ПОРТРЕТ

20 Сергей Сергеев, директор компании «Формат» (Рыбинск)

ГОЛОС ПОЛИГРАФИИ

22 Владимир Лобок, генеральный директор «Издательства АМБ»

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

24 Виктория Ручка: кадры в полиграфии
28 Тактильный эффект в полиграфии

СТРАНИЦЫ ОБЛОЖКИ

«Кениг унд Бауэр РУС», «Формат», «Мимаки-Урал», «Гейдельберг-СНГ»

16+

Учредитель: ООО «Цифровые решения». Главный редактор: Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). Журналисты: Семейкина М.В. (semejkina.margo@mail.ru), Ушакова М.А. Дизайн и верстка: Кузнецов Г. М. Корректура: Власюк Т.Я., Семейкина М.В. Адрес редакции и издателя: 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. Телефон редакции: (343) 286-17-44. 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: №5 (139) сентябрь-октябрь 2021 г. Подписано в печать: 21.10.2021.Выход в свет: 25.10.2021. Печать: типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Красноармейская, 92а). Тираж: печатная версия — 1 000 экз., электронная рассылка — 17 000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.

© 2021 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

Speedmaster XL 106-7+L в «Индустрии цвета»

Компания «Индустрия цвета» гостеприимно приняла участников пресс-тура, который был организован совместно типографией и «Гейдельберг-СНГ» для презентации новой печатной машины Speedmaster XL 106-7+L.

Speedmaster XL 106–7+L для промышленной печати упаковки в «Индустрия цвета» оснащен передовыми решениями в рамках концепции Push to Stop («Остается лишь нажать "Стоп"»). Машина была введена в эксплуатацию в июне 2021 года. Сегодня владельцы нового оборудования с уверенностью могут сказать, что сделали правильный выбор.

Только самое лучшее

Speedmaster XL 106–7+L, установленный в типографии, был построен для демонстрации на стенде Heidelberg на выставке drupa 2020. Мероприятие не состоялось в очном формате из-за ограничений, связанных с пандемией COVID-19, но это обстоятельство оказалось «на руку» типографии «Индустрия цвета», которая приобрела уникальное для российского рынка полиграфическое оборудование.

Комплектация Speedmaster XL 106–7+L универсальна для производства картонной упаковки любой сложности. Комбинированные печатные секции, оснащенные четырьмя промежуточными УФ-сушками, и универсальная сушка DryStar Combination UV на приемке позволяют печатать со скоростью до 18 000 отт/ч. на любом материале любой комбинацией красок и лаков. В этой комплектации машина достигает коэффициента OEE (Overall Equipment Effectiveness) 60%. На текущий момент аналогичный показатель в типографии пока ниже, но для освоения функционала оборудования в полной мере нужно время.

Верный выбор

В типографии «Индустрия цвета» новой машиной довольны и руководители, и специалисты участка печати. Александр Афремов, учредитель и генеральный директор типографии, отметил: «Мы получили именно то, что нужно: машина оптимальна для работы с любыми тиражами и полностью автоматизирована. Несмотря на непростые условия, которые определяла пандемия, заключение контракта, поставка и запуск оборудования прошли без сложностей. Мы благодарны за это всем специалистам «Гейдельберг-СНГ», а в особенности — сервисным инженерам».

Эса Сааринен, генеральный директор «Гейдельберг-СНГ», выразил признательность типографии за многолетнее партнерство: «Практически с момента основания «Индустрия цвета» доверяет оборудованию Heidelberg. На текущий момент в печатном цеху типографии работают уже три машины Speedmaster XL. Мы рады, что с помощью наших решений производится высококачественная упаковка для ведущих компаний из самых разных сегментов рынка, при этом машины позволяют эффективно выпускать как промышленные тиражи, так и небольшие партии продукции. Мы знаем, что именно эта гибкость производства сегодня необходима практически всем полиграфистам».

О достоинствах Speedmaster XL 106–7+L рассказал Денис Орлов, главный технолог «Индустрии цвета»: «Главным преимуществом новой печатной машины является система Hycolor Multidrive на всех печатных секциях. Это не просто отключаемый привод на красочный аппарат, это полноценная работа с неиспользуемой печатной секцией во время печати тиража: смывка, замена форм, впуск и раскат краски. На основе Hycolor Multidrive реализована опция автоматической одновременной смены печатных форм на всей машине. Мы высоко оценили эффективность новой системы увлажнения Hycolor Pro — печатник может управлять работой увлажняющего аппарата прямо с пульта управления Prinect Press Center XL 3. Это принципиально иной подход к приладкам и печати любых тиражей, в том числе самых коротких. Машина оснащена четырьмя промежуточными и тремя финишными UV-сушками, благодаря этому УФ-печать идет на очень высокой скорости, барьер 16000 отт/час уже пройден. Стоит отметить оснащение лакировальной секции: револьверная система на три анилоксовых вала, два контура подачи лака, две станции управления в сочетании с новыми опциями автоматической смывки печатного цилиндра в лаковой секции и Autoplate Coating Pro для автоматической смены лакировального полотна обеспечивают максимально быстрый переход при смене заказов».

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ»

Hubert von Carnap запускает Rapida 145

Компания Hubert von Carnap, производящая упаковку и картонные коробки, из Виндека (Германия) ввела в эксплуатацию новую листовую офсетную машину.

В типографии теперь печатает Rapida 145, поднятая на 630 мм, с пятью красочными секциями, лакировальной секцией и тройным удлинением приемки. Примечательно, что машина установлена в очень маленьком пространстве и оборудована разнообразными логистическими решениями для работы без палет, а также другими компонентами автоматизации. Все материалы, необходимые для работы, распределяются вокруг поднятой машины на двух уровнях. Это сокращает расстояние для печатника и оптимизирует пространство, необходимое для продукции, отпечатанной на Rapida 145. Эта необычная инсталляция реализована в тесном сотрудничестве между специалистами Hubert von Carnap, Koenig & Bauer, системным поставщиком Heinrich Steuber и местной мастерской.

Инсталлировав Rapida 145, типография значительно расширила свои производственные мощности. Машина предназначена для печати на листах формата до 1060 x 1450 мм на скорости до 16 000 листов в час при толщине запечатываемого материала до 1,6 мм. Этому способствуют система НонСтоп на самонакладе и приемке, наклад без боковой марки DriveTronic SIS, устройство смены форм FAPC и устройство CleanTronic Synchro для параллельных процессов смывки. Контроль качества и его регулировка осуществляются с помощью QualiTronic ColorControl, а также PDFCheck для инспекции листов и сравнения отпечатанных листов с файлом PDF, полученным из допечатных процессов.

Многое сделано для облегчения работы печатников: специальное покрытие красочных ящиков EasyClean для быстрой смены краски, печатные формы без загибки, отключаемые красочные аппараты, EES для снижения выбросов в зоне приемки и доступность почти всех агрегатов без необходимости подниматься по ступенькам.

По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»

Wittmann Druck & Verpackung делает ставку на Rapida 106 от Koenig & Bauer

Современное, чистое и залитое дневным светом — все это относится к производственному зданию Wittmann Druck & Verpackung в Ноймаркте (Германия). Голубая, быстрая и производительная — этими эпитетами можно наградить Rapida 106, которая недавно взяла на себя весь процесс печати на предприятии. Благодаря системе для регулировки качества в режиме inline машина предоставляет типографии стабильно высокое гарантированное качество печати.

Шестикрасочная машина с лакировальной секцией, которая установлена на предприятии, занимается в основном производством складных коробок небольшими тиражами. Компания создает индивидуальную, узкоспециализированную упаковку для компаний, выпускающих фирменные товары для электротехнической, канцелярской,

кондитерской и косметической промышленности. Адвент-календари с постоянно обновляющимся дизайном — еще один вид продукции, на котором специализируется типография.

Rapida 106 обеспечивает типографии ряд улучшений, особенно при работе с небольшими тиражами: быстрое и точное управление цветом, а также смена краски в кратчайшие сроки. Машина отличается покрытием красочных ящиков EasyClean, которое позволяет очищать их максимально быстро и красочными секциями, которые можно включать и выключать. Это гарантирует, что другие печатные секции могут использоваться во время смены краски.

Управляющий директор Ханс Шустер и руководитель типографии Стефан Зан называют наклад без боковой марки DriveTronic SIS и устройство смены форм FAPC дополнительными преимуществами, особенно при производстве упаковки: «Для нас важно, что время перехода с тиража на тираж значительно сократилось». Снижение количества макулатуры, связанное с применением новой техники,— которое в настоящее время составило примерно 20% — соответствует экологической ориентированности типографии.

По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»

«ЯМ Интернешнл»: теперь и на YouTube

Повышение квалификации сотрудников — неотъемлемая часть работы. При этом возможностей для этого множество. Компания «ЯМ Интернешнл» активно развивает свой YouTube-канал YAM INTERNATIONAL CIS и начинает серию программ «Как это работает». В новых выпусках эксперты расскажут о разнообразных функциях и особенностях продуктов, поставляемых компанией.

В первом выпуске Денис Подобед, руководитель отдела продакт-менеджмента компании «ЯМ Интернешнл», рассказывает о функциональных возможностях системы Komori PQA — камеры высокого разрешения, которая служит для непрерывного контроля качества печати. Ролик длится меньше 5 минут, поэтому образовательный процесс легко встраивается в работу и не отвлекает клиентов от текущих рабочих задач.

На канале есть и другие обучающие видео. В рубрике «Не так все сложно» объясняется, как правильно натянуть офсетное полотно и зачем это нужно. Или, например, сколько листов калиброванного картона должно быть под резиной, как это посчитать и где брать данные.

«ЯМ Интернешнл» — один из ведущих поставщиков оборудования, расходных материалов и сервиса для полиграфии и упаковки в России и странах СНГ. «ЯМ Интернешнл» гордится тем, что в компании работают высококвалифицированные специалисты, известные в отечественной полиграфии. Команде компании важно, чтобы клиентам было комфортно и приятно сотрудничать. И время не должно являться препятствием в этом. Поэтому специалисты готовы помочь в решении технических и технологических вопросов 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.

По материалам компании «ЯМ Интернешнл»

Для перехода на YouTube-канал YAM International, поднесите ваш телефон к QR-коду.

Komori GL-540 + C Advance в «ПИК «Идел-Пресс»

В «Полиграфическо-издательском комплексе «Идел-Пресс» (Казань) установлена пятикрасочная полноформатная листовая офсетная машина с лакировальной секцией Komori Lithrone G40.

Филиал АО «ТАТМЕДИА» «Полиграфическо-издательский комплекс «Идел-Пресс» является самым крупным полиграфическим предприятием Поволжья.

Установленный в «Идел-Пресс» Lithrone G40 новой обновленной серии Advance. Это первая машина данной серии, установленная компанией «ЯМ Интернешнл». Оборудование обеспечивает скорость работы до 16 500 оттисков в час. В новой машине нашли реализацию множество усовершенствованных функций в области самонаклада и приемки, призванные обеспечить стабильную печать на максимальных скоростях на широком диапазоне материалов — от тонких бумаг до плотных картонов.

Komori GL-540 отличает очень высокий уровень автоматизации: полностью автоматическая смена форм, интеллектуальная система быстрой и низкоотходной переналадки KHS-AI, сканирующий спектроденситометр PDC-SX и другие системы. Главной изюминкой выступает система сплошного контроля качества печати PQA-S на базе камеры высокого разрешения 4K. PQA-S позволяет в режиме inline контролировать подачу краски в тираже, инспектировать качество каждого оттиска на предмет различных дефектов, а также отслеживать точность совмещения красок. Все эти функции система PQA-S выполняет на полном ходу машины без необходимости доставать оттиски.

По словам генерального директора «ПИК «Идел-Пресс» Анаса Аскарова, реагируя на новые тенденции полиграфического рынка к уменьшению тиражей при высокой оперативности изготовления заказов, Komori с ее высокой производительностью и автоматизацией поможет сократить тиражность выпускаемой продукции и уменьшить ее себестоимость без потерь во времени и минимизировав количество бумажных отходов.

«ЯМ Интернешнл» благодарит руководство типографии «Идел-Пресс» за оказанное доверие и надеется на развитие 20-летнего сотрудничества в будущем.

По материалам компании «ЯМ Интернешнл»

iECHO PK-0604 в АНО «Ямал-Медиа»

Искандер Аминов, оператор машины АНО «Ямал-Медиа»

Автоматический раскройщик iECHO PK-0604 Plus полиграфисты ценят и любят. Данная модель интересует все большее количество компаний в различных регионах. Новинка теперь и в типографии Заполярья. Инсталляция состоялась благодаря партнерам — компаниям «Графические системы» и «ТЕРРА СИСТЕМЫ».

Артем Рявкин, менеджер по продажам направления «Цифровые печатные машины» компании «Графические системы»: «Рады сообщить об успешной поставке и инсталляции автоматического планшетного режущего плоттера iECHO PK-0604 Plus с осциллирующим инструментом».

Типография полного цикла находится в Салехарде и имеет два филиала в городах Новый Уренгой и Ноябрьск. Это современное полиграфическое производство, обеспечивающее печать не только собственных изданий, но и ряда муниципальных и ведомственных газет. Помимо этого, имея в распоряжении самое современное полиграфическое оборудование и высококвалифицированных специалистов, типография предлагает весь спектр издательско-полиграфических услуг — от создания текстовых материалов и фоторепортажей до выпуска готовой продукции, полный цикл допечатной (дизайн, набор, верстка, корректура) и постпечатной обработки.

Заказчикам типографии важно получать качественную продукцию в кратчайшие сроки. Среди клиентов правительство Ямало-Ненецкого автономного округа, организации и частные лица. Особенно популярны заказы на небольшие тиражи рекламного и сувенирного характера, продукция с уникальными элементами отделки, книги и фотокниги.

Артем Рявкин: «Руководство издательства проанализировало варианты оборудования, особенно отметило для себя уникальное устройство iECHO PK-0604, оптимальное по соотношению функциональность/компактность». Выиграв государственный конкурс, компания «Графические системы» выполнила все условия поставки, чтобы заказчик имел возможности в полной мере использовать данное оборудование, раскрывающее его технический и функциональный потенциал».

Артем Рявкин отметил, что коллектив типографии проявил неподдельный интерес к новинке на производстве. В частности, участок офсетной печати, состоящий преимущественно из мужчин, активно и инициативно принимал участие в разгрузке, распаковке и установке оборудования. При активном содействии руководства типографии были решены организационные и технические вопросы.

Установку и запуск оборудования производили в течение двух дней: первый — монтаж, запуск, предварительное обучение и тесты. Второй — расширенное обучение оператора, проверка всего функционала и закрепление знаний.

Наталия Павлова, начальник производственно-технологического управления АНО «Ямал-Медиа»: «Сейчас мы предлагаем нашим заказчикам продукцию с дополненной реальностью, печать на текстиле. В этом году в основном мы обновляли участок постпечатной обработки продукции. Для нас важно, чтобы заказчик мог получить необходимую ему продукцию на месте, чтобы не возникло необходимости перезаказывать в другом регионе. Поэтому мы стараемся использовать новейшие технологии, материалы и оборудование.

Ранее для вырубки нам приходилось заказывать вырубные штанцформы в Москве и Санкт-Петербурге, что было долго по времени и невыгодно. Машину iECHO мы увидели на выставке Printech-2019. Для решения наших задач формат модели и габариты подходили лучше всего.

Внедряя в техпроцесс новое оборудование, мы сокращаем срок выполнения заказа, расширяем ассортимент продукции, улучшаем качество готового изделия. Тем самым мы привлекаем новых клиентов и можем предложить им оптимальное соотношение цена/качество продукции.

Мы рассматривали несколько вариантов, но остановились на iECHO, так как за очень привлекательную стоимость мы получили большой набор режущих инструментов, оперативное консультирование и обслуживание. В ближайшем будущем благодаря iECHO планируем расширить ассортимент заказов небольших тиражей».

Машина iECHO была представлена на выставке Printech-2019. Для решения задач типографии формат модели и габариты подходили лучше всего. Внедряя в техпроцесс новое оборудование, типография сокращает срок выполнения заказа, расширяет ассортимент продукции, улучшает качество готового изделия. Тем самым привлекает новых клиентов и может предложить им оптимальное соотношение цена/качество продукции.

Маргарита Семейкина

printtech
a Hyve event

0+

7-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПЕЧАТНОГО И РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

07–10 ИЮНЯ 2022

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Забронируйте стенд
printech-expo.ru

Mimaki
AUTHORISED PARTNER

РусскоМ ГраФикс

УСПЕШНЫЙ СТАРТ MIMAKI TS100-1600 В РОССИИ

РЕВОЛЮЦИЯ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

8900 евро

- Скорость печати - 70м²/ч
- Ширина печати - 1,62м
- Максимальное разрешение - 900dpi
- В два раза быстрее, чем предыдущие модели
- Поставляется с оригинальными чернилами, которые по стоимости приближены к альтернативным

РУССКОМ-ГРАФИКС
plotters.ru print4tex.ru
+7(495)785-58-12
Insta: @gk_russcom

MIMAKI URAL
mimakiural.ru
+7(343)286-01-28
u.tretyak@grs1.ru

Юлия Арешко,
генеральный директор
ГК «РуссКом» (Москва)

Выбор за революционным Mimaki TS100-1600: сочетание качества, цены и инноваций

ГК «РуссКом» провела День открытых дверей для клиентов и друзей. Самая главная идея, повод мероприятия — работа компании на рынке цифрового принтования ткани, презентация широкой клиентской аудитории новой модели текстильного принтера Mimaki TS100-1600.

Как сегодня ГК «РуссКом» чувствует себя в индустрии? Какие выводы сделали благодаря пандемии?

ГК «РуссКом» работает с клиентами из различных отраслей производства: полиграфии, рекламы, производства сувениров, мебельной промышленности, производства флагов и спортивной одежды, швейной индустрии и других. Если говорить о полиграфии и рекламе, то эти отрасли восстанавливаются после пандемии особенно активно — с начала 2021 года.

Основной урок пандемии — нельзя останавливаться несмотря ни на что, нужно продолжать работать и развиваться в самых различных условиях и ситуациях, развивать новые формы работы с клиентами. Мы благодарны клиентам и партнерам за то, что мы все вместе преодолели этот очень непростой период в нашей жизни.

Как бы вы описали этап развития вашей компании в 2021 году, учитывая вашу историю?

Скорее всего, как этап восстановления и роста продаж после пандемии и этап региональной экспансии. А также этап расширения нашего присутствия на рынке цифровой печати на текстиле. Мы работаем на этом рынке с самого начала нашего сотрудничества с Mimaki, и за плечами у нас богатейший опыт продаж, освоения различных технологий и видов оборудования и различных видов материалов для печати на плоттерах.

За два прошедших десятилетия контрактов и проектов было много: за период 2002–2010 годы продано более 300 принтеров JV2/JV4 для сублимации, более 70 каландров для термопереноса, более 30 принтеров для прямой печати на ткани и 3 полных комплекса для прямой печати по натуральным тканям. За период 2011–2020 годы цифры составили более 300 принтеров для сублимационной и прямой печати JV33/JV150/JV300/JV5/TS300/TX300 и более 100 каландров для термопереноса.

Как за годы работы трансформировалось ваше сотрудничество с компанией Mimaki? На каких «китах» построено партнерство?

В следующем году будет уже 20 лет как мы работаем с этим брендом. В далеком 2002 году Mimaki создали свою первую модель для печати сублимационными чернилами — JV4, а также первую модель для прямой печати на ткани — TX2. Для того времени это была настоящая революция в печати, надо сказать, что многие разработки, примененные Mimaki впервые в этих моделях, были настолько новаторскими, что не потеряли своей актуальности и по сей день. Например, двухтрактовая система подачи чернил в печатный блок, которая позволяла заправить в один принтер разные чернила (например, сублимационные и реактивные), или расположение печатных голов в шахматном порядке, позволившее резко увеличить скорость печати, или переменный размер капли, позволивший резко улучшить качество струйной печати, обеспечивая разрешение до 1440 x 1440 dpi. В те годы это казалось практически фантастикой!

Если говорить о «китах» нашего сотрудничества с этим производителем, то, в первую очередь, это высокая технологичность оборудования Mimaki, во вторую — их постоянная работа по совершенствованию и созданию новых моделей принтеров и плоттеров, отвечающих актуальным потребностям рынка. А с нашей стороны — серьезный подход к обеспечению бесперебойной работы этой техники здесь, в России, у наших клиентов. Это включает в себя и поддержание уровня знаний и навыков наших инженеров и технологов, и организацию складских программ по оборудованию и расходным материалам, и отлаженные каналы продаж и логистики на территории России.

Появление на рынке Mimaki TS100-1600 можно назвать революционным?

Революционность этой новинки состоит именно в сочетании

факторов высочайшего качества оборудования с серьезными характеристиками по скорости и себестоимости печати, отвечающими нынешним запросам рынка. В тот момент, когда Mimaki представили эту модель, создалось впечатление, что это практически нереально: в одном «флаконе» соединились отличная скорость — 70 кв.м/час, потрясающе доступная цена — 8900 евро и ОЧЕНЬ доступная цена на оригинальные чернила — 40 евро/литр. Но в апреле пришла первая машина, и мы убедились воочию — все это — реальность!

Это очень перспективная модель, особенно для нашего небогатого развивающегося рынка — она открывает перспективы входа в рынок цифрового текстиля практически всем желающим, используя оборудование высокого уровня качества и надежности.

Какие характеристики машины вы бы отметили в первую очередь?

Помимо упомянутой высокой скорости, доступной стоимости и очень экономичной себестоимости печати, необходимо отметить, что в модели реализованы многие инновационные разработки: две печатающие головки расположены в шахматном порядке, с небольшим перекрытием, что обеспечивает существенное увеличение полосы печати за один рабочий проход. В модели реализован целый комплекс технологических инноваций, направленных на борьбу с традиционной болезнью струйной печати — полошением: узел контроля сбойных сопел NCU (Nozzle Check Unit), периодически выполняющий контроль выброса капель из каждой дюзы печатающих головок, в случае, если выброса капли из дюзы не обнаружено, к работе подключается система компенсации засорившихся сопел NRS (Nozzle Recovery System). Ее задача — обеспечить заполнение пропущенных точек изображения путем подключения соседних работоспособных дюз. Помимо этого, в модели также реализована встроенная в принтер технология компенсации межпроходных погрешностей MAPS4 (Mimaki Advanced Pass System 4), работающая по принципу рассеивания по полю печати дополнительных чернильных капель. Данный метод позволяет устранить подобные нежелательные эффекты даже на самых высоких печатных скоростях.

Какую обратную связь от клиентов о машине вы получили?

Очень позитивную: за первый месяц было продано более десятка машин данной модели, причем первым клиентам пришлось ждать поступления на склад!

По вашим прогнозам, станет ли Mimaki TS100-1600 вашей флагманской моделью?

Если говорить о сегменте текстильных принтеров — безусловно, да!

Но не стоит забывать, что у Mimaki есть много других интереснейших моделей для других технологий печати, например, знаменитые сувенирные уф-принтеры, а также индустриальные уф-принтеры.

Отношения с клиентами — особая тема. Это всегда диалог и обмен мнениями. Чем они делятся с вами, какие «боли» вы помогаете снять?

Мы живем в России, и все проблемы и сложности наших клиентов — типичны для российских производств: нехватка оборотных средств для покупки оборудования, нехватка квалифицированных кадров для работы на оборудовании, большие расстояния между поставщиками и их клиентами.

У нас разработана программа сотрудничества с лизинговыми компаниями практически на территории всей России. Это помогает многим клиентам легче принимать решение о покупке оборудования.

Базовое обучение оператора включено в стоимость плоттера и производится силами наших сертифицированных специалистов сразу во время инсталляции машины. Предусмотрено также и расширенное обучение силами наших технологов, работает Школа Операторского Мастерства, в которой можно пройти обучение по любой модели принтеров Mimaki и различного уровня владения принтером. Для того, чтобы быть ближе к клиентам в других городах, мы развиваем сеть региональных продаж и региональной технической поддержки.

Как у вас выстроены отношения с регионами?

ГК «РуссКом» — компания «взрослая» по меркам российского рынка. В следующем году мы будем отмечать 30-летний юбилей. И наше присутствие в различных регионах России тоже насчитывает много лет. Однако на протяжении этих долгих лет формы работы в различных регионах менялись и развивались. На сегодняшний день у нас есть и дочерние компании в некоторых регионах, и партнеры, связанные с нами длительными и разносторонними отношениями. Так, на Урале мы много лет сотрудничаем с компанией «Мимаки-Урал» и компанией «Графические системы». Сотрудничество охватывает продажи оборудования и расходных материалов, ремонт и сервисную поддержку клиентов региона, совместные мероприятия по рекламе и маркетингу — словом, все аспекты работы по продвижению марки Mimaki в регионе. География нашего сотрудничества с «Мимаки-Урал» — это Екатеринбург и Свердловская область, Пермь и область, Челябинск и область, а также Тюмень и область.

Не могу не сказать добрых слов в адрес организатора и руководителя компании Сергея Бакшиша, который сам лично проводит много встреч в регионах, общается с самыми разными заказчиками, организует и вдохновляет свою команду и выстраивает работу компании на очень высоком уровне.

Маргарита Семейкина

iECHO BK3-2516
в фабрике рекламы KLЯKSA (Тюмень)

Работу в новом сезоне лучше начинать по-новому. С новыми знаниями, свежими идеями и новым оборудованием. Отличный пример: команда фабрики рекламы KLЯKSA. Компания приобрела iECHO BK3-2516 и готова поделиться настроем и впечатлениями.

История фабрики рекламы KLЯKSA началась еще 10 лет назад. Это был насыщенный путь развития. Дальше — больше. Обновление парка оборудования принесет новые результаты и новые возможности. Выбор модели машины происходил тщательно и с учетом всех требований.

Проект поставки первой уникальной машины iECHO BK3-2516 на Урале начинался с подробного обсуждения специалистов компании «Графические системы» и компании KLЯKSA. В результате была подобрана машина, которая будет закрывать основные потребности компании KLЯKSA и позволит активно развиваться и решать много новых задач, которые раньше были недоступны. Для осуществления данного проекта был привлечен московский партнер, компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ».

Александр Гусев, руководитель направления широкоформатной печати и режущих плоттеров компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ»: «На сегодняшний день планшетные режущие плоттеры марки iECHO являются самым востребованным оборудованием на российском рынке цифрового раскроя. Десятки машин разнообразных модификаций уже установлены в различных сферах производства (РПК, швейные производства, машиностроение, обувные фабрики и т.д.). Это, безусловно, доказывает универсальность режущих комплексов iECHO и делает их по-настоящему уникальными.

В любой производственной сфере встречается множество различных материалов, которые необходимо раскроить на детали или сразу готовые изделия. И планшетный плоттер iECHO справляется с этим на «ура!». Оборудование с легкостью трансформируется под любые раскройные задачи. Оператору раскройщика требуется всего пара минут, чтобы переналадить машину с резки одного материала на резку другого, что объективно влияет на производительность. Это особенно важно в изготовлении персонализированных изделий. Кроме того, iECHO BK3 оснащен специальной камерой для осуществления резки по уже напечатанному ранее контуру.

Планшетный плоттер iECHO BK3-2516 — это первый подобный станок в Тюмени, что, безусловно, дает компании KLЯKSA большое преимущество на рынке рекламного производства. Однако, этим все не закончится. KLЯKSA — многофункциональная компания, и ребята уже оценили возможности плоттера iECHO в других направлениях. Это будет способствовать их дальнейшему развитию, ведь теперь резать картон, ПВХ пластик, магнитный винил, пено- или гофрокартон, EVA, сотовый картон и т.д. не составит сложности».

Артем Рявкин, менеджер по продажам направления «Цифровые печатные машины» компании «Графические системы»: «Серия высокоточной цифровой резки iECHO BK3 оптимальная по соотношению цена/качество для различных задач в разных областях производства. Данный планшетный плоттер может осуществлять резку, надсечку верхнего слоя, вырубку, бигование и маркировку с потрясающими показателями высокой точности и скорости. Каттер универсален, его применяют в индустрии наружной рекламы, упаковки, полиграфии, швейном производстве, в производстве автомобильных комплектующих и других.

На мой взгляд, помимо технических характеристик важно знать, какие варианты комплектаций предлагает производитель под те или иные задачи производства. А ведь здесь iECHO как никто другой знает разные направления: от задач в полиграфическом производстве до выполнения крайне требовательных заданий конструкторских ракетостроительных бюро! Список инструментов и опций огромен, под любые задачи, а также вы можете модернизировать станок в последующем».

Сервис

Простое и оперативное сервисное обслуживание — одно из условий, важных для компании. **Александр Гусев:** «Планшетные плоттеры iECHO зарекомендовали себя как надежные машины. Серия BK3-2516 абсолютно не прихотливый раскройщик. Достаточно смазывать его подвижные части раз в месяц и проверять ремни приводов на износ. Эти обязанности, как правило, исполняет сам оператор плоттера».

Артем Рявкин добавляет: «Техническая поддержка у производителя работает 24/7. Мало кто может похвастаться такими преимуществами. Убедился в этом лично: однажды требовалось оперативно выполнить тест разработанного макета, возникли сложности ввиду малого опыта пользования такого рода оборудования».

Инсталляция

Артем Рявкин: «При появлении раскройного аппарата в компании KLЯKSA был явный интерес к такому роду оборудования. Ведь это первый iECHO серии BK3 в Тюмени и сразу с таким функционалом. Находясь в рабочей командировке и при посещении наших тюменских клиентов, я заметил, что все уже слышали об установке и проявляли неподдельный интерес: какие виды работ можно выполнить на нем, планируется ли оказание услуг по раскрою, цена оборудования и много другого».

Александр Андросов, директор фабрики рекламы KLЯKSA (Тюмень): «iECHO BK3-2516 — это большой современный комплекс, который может перфорировать, биговать, резать по контуру, кроить. В общем, творить с напечатанным материалом почти все, что угодно. Он заточен как под штучные тиражи: мы можем изготовить коробку или приглашение от 1 штуки, так и под большие серии до 15 000. Набор инструментов огромен, поэтому здесь дело только за креативом и фантазией. Сегодня мы можем смело сказать, что мы кроим и режем практически все листовые материалы».

Александр Гусев: «На инсталляцию машины и обучение необходимо три рабочих дня. iECHO серии BK3-2516 поставляется уже в собранном виде. Один рабочий день инженера отводится на то, чтобы установить все режущие инструменты на плоттер и произвести их наладку. Остальное время мы тратим на обучение оператора. Первый этап — это освоение программного обеспечения раскройщика. Управляющее ПО плоттера имеет дружелюбный, понятный интерфейс и его освоение у будущих операторов всегда проходит быстро и без затруднений. Второй этап — это практика, а именно изготовление заказов под руководством нашего инженера.

Мы очень рады, что нашими клиентами становятся такие известные предприятия как KLЯKSA. Совместно с нашим партнером — «Графические системы» — мы всегда готовы помочь развивающемуся бизнесу в уральском регионе и желаем компании KLЯKSA успехов в реализации поставленных задач и развитии новых направлений».

Маргарита Семейкина

НОВЫЙ планшетный режущий плоттер iECHO BK4-2516

ТОЛЬКО В ТЕРРА СИСТЕМЫ НА САМЫХ ВЫГОДНЫХ УСЛОВИЯХ

TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

+7 (495) 120-27-82
www.terrawide.ru

iECHO®

Первая на Урале промышленная ЦПМ AccurioPress C7090 установлена в типографии «Астер»

На Екатеринбургской площадке типографии «Астер» инсталлирована первая на Урале промышленная ЦПМ линейки AccurioPress C7100 Series, модель AccurioPress C7090.

Максимальная скорость 90 стр А4 в цвете, плотность бумаги до 400 г/м без потери скорости. Машина оснащена вакуумной системой подачи листов 330*900 мм, с возможностью дуплекса на этом формате. В новой серии увеличено физическое разрешение до 2400*3600 dpi.

«Благодаря возможностям новой машины мы планируем увеличить объем печати и качество выпускаемой продукции в широком спектре от цифровых книг до малотиражной упаковки»,— комментирует приобретение данного оборудования Василий Дудкин, директор по производству типографии «Астер».

Модель AccurioPress C7090 пополнила цифровой парк оборудования от Konica Minolta, годом ранее была успешно введена в эксплуатацию рулонная ЦПМ AccurioLabel 230, ориентированная на печать самоклеющихся этикеток.

Полиграфическая компания «Астер» занимает на протяжении 20 лет лидерские позиции на уральском рынке полиграфических услуг. Типография применяет передовые технологии от производителей оборудования с мировыми именами вместе с современными методами менеджмента — автоматизацией и управлением бизнес-процессами.

Компания специализируется на качественной офсетной печати — производстве листовой, многостраничной, рекламно-представительской и книжной продукции широчайшего ассортимента, изготовлении календарей, а также P.O.S.-материалов и упаковки.

По материалам типографии «Астер»

«Малахит» печатает бесплатные бейджи для врачей на наклейках Xerox DuraPaper Labels

Компания Xerox поддержала международный благотворительный проект по печати бейджей, благодаря которым пациенты могут узнавать врачей в защитных костюмах. Компания бесплатно предоставила организатору акции — типографии «Малахит» — самоклеящуюся синтетическую бумагу Xerox DuraPaper Labels, которая идеально справилась со своей задачей.

В рамках поддержки врачей, которые лечат пациентов с коронавирусом, цифровая типография «Малахит» запустила в апреле 2020 года мед-принт.рф — сервис бесплатной печати и доставки одноразовых бейджей, которые наклеиваются на защитные костюмы медперсонала и утилизируются вместе с ними в конце каждой рабочей смены. На бейджах печатаются фотографии, имена и должности врачей.

«Малахит» провел тестирование имеющихся на рынке материалов и опытным путем обнаружил, что только наклейки Xerox DuraPaper Labels хорошо фиксируются на новых защитных костюмах.

«Я сам развожу бейджи по больницам, меня каждый раз вдохновляет простое человеческое тепло, с которым врачи принимают помощь,— комментирует Максим Марьясов, коммерческий директор типографии «Малахит».— Они настоящие герои, и сейчас им нужна наша общая поддержка. Я очень рад, что проект мед-принт.рф активно развивается при участии Xerox».

«С приходом коронавируса на рынке сложилась непростая ситуация, но "Малахит" и многие другие типографии все же нашли возможность помочь врачам, которые защищают нас в борьбе с пандемией. Мы не могли остаться в стороне от этого важного для всех проекта»,— комментирует Анастасия Ковалева, менеджер по продукту компании Xerox Евразия.

По материалам компании Xerox

Онлайн-конференция Future Factory 2021

Конференция состоялась в сентябре в Милане и транслировалась онлайн по всему миру. Это ежегодное мероприятие, организованное Ассоциацией итальянских производителей оборудования для печати и конвертинга ACIMGA в сотрудничестве с ИЧЕ (посольство Италии). Конференция — отличный повод поделиться мыслями компании об основных движущих силах ведения бизнеса в настоящее время и в ближайшем будущем. Акцент сделан на темы «индустрия 4.0» и «экологическая устойчивость». Что касается проблемы экологической устойчивости, ИЧЕ стремится защищать окружающую среду через использование более низкого напряжения для экономии энергии и небольшого количества сырья.

Система ESA 24V для ротограврюрной печати также во внимании ИЧЕ. Компания преуспела в разработке и запатентовала более низкоэнергетические и более безопасные системы благодаря особой технологии. Кроме того, в систему ESA были добавлены новые запатентованные функции: новое автоматическое устройство для измерения электрических характеристик прижимного ролика и специальная планка для уменьшения статических зарядов в печатной катушке, которая гарантирует более безопасную окружающую среду и лучший контроль накопления электростатического заряда.

ACIMGA на протяжении многих лет стремится к объединению сообщества, предлагая поводы для обмена опытом и интернационализации. Эксперты компании считают, что сегодня необходим глобальный подход: говорить об одном продукте уже недостаточно. Важно бренд позиционирование и ответы, которые компании могут предложить по ключевым вопросам, таким как устойчивость и сервитизация.

Благодаря Future Factory за последние два года специалисты отрасли встретились в 15 странах, создавая отношения, собирая идеи и предложения.

Новые рынки и новые технологические решения — это темы, которые вдохновили участников. Это только начало «путешествия», которое продолжится на выставке Print4All. Это будет событие для обсуждения потенциала инноваций, предвидения будущих тенденций и создания новых возможностей для бизнеса в мае 2022 года.

По материалам пресс-службы конференции

Календарный сезон открыт!

В 2021 году календари, как и всегда, популярны. Это радость для глаз и отличный подарок людям, кто устал от переизбытка информации в телефонах, ценит качественные материалы и удобство планирования. Знает о календарях, кажется, все и даже больше — Екатерина Савченкова.

Екатерина Савченкова, руководитель отдела продаж компании «Графические системы»

Екатерина, почему в эпоху гаджетов календари остаются актуальными?

В экономических условиях нашего времени календарь — незаменимая составляющая жизни деловых людей. Деловая жизнь обязывает систематизировать рабочее время и быть предельно пунктуальным, от этого зависит ваш бизнес и доход.

Квартальные перекидные календари можно встретить практически в любом офисе, что, безусловно, говорит об их значимости. Настенный квартальный календарь — часть интерьера. Популярность календарей понятна: удобство использования сочетается с широким выбором изображений. Ведь сейчас возможно заказать любое изображение.

Кроме этого, календарь — инновационное средство маркетинга. Он выигрышно смотрится на фоне различных буклетов и листовок.

Какие новые материалы появились на рынке?

Появились календарные рамки STARBIND — это изысканный штрих, придающий вашему календарю законченный вид. Календарные рамки STARBIND предназначены для обеспечения удобного подвеса, предотвращения скручивания и придания жесткости квартальным календарям. Обеспечивают безупречный внешний вид как стандартным квартальным календарям шириной 297 мм, так и календарям с оригинальным дизайном шириной до 700 мм.

Календарные рамки STARBIND представляют собой металлические V-образные пластины со сторонами разной длины. В комплект входит нижняя рамка (сплошная), верхняя рамка с пазом для вставки ригеля и подвес.

Большой интерес к себе вызывают статические курсоры. Они представляют из себя круг, изготовленный из тонкой статической пленки и крепятся к бумаге за счет статического заряда. Просто проведите курсором по поверхности бумаги, и он надежно закрепится на ней. Курсоры бывают трех видов: красный ободок 26 мм и 36 мм и сплошной круг диаметром 28 мм.

Что из вашей линейки является бестселлером?

Неизменный интерес вызывают несколько серий мелованных блоков. Серия «Дизайн» — это так называемый супер металлик: блоки напечатаны на мелованной бумаге в насыщенных разнообразных цветах. Серия «Элита» — это блоки, напечатанные на мелованной бумаге в легких металлизированных, пастельных цветах. Эта серия уникальна тем, что представлена во всех принятых календарных размерах: мини, миди, макси, домики. И самая интересная, на мой взгляд, серия «Новация» — это производственный календарь для пятидневной рабочей недели с переносами выходных дней. Никто не отменял классику — недорогие блоки, напечатанные на офсетной бумаге в самых ходовых цветах.

Кто ваши клиенты?

Заказчики разные, начиная от крупных типографий до небольших рекламных агентств и частных предпринимателей.

На сайте **calendar66.ru** можно посмотреть актуальные цены и остатки на календарные блоки и расходные материалы. Наш склад еженедельно обновляется: для оперативной доставки клиентам храним несколько тонн календарных блоков. Это дает возможность заказчикам в короткие сроки получить нужные календарные блоки. Наши водители доставляют заказы в пределах Екатеринбурга и на терминалы транспортных компаний.

Какие планы на календарный сезон?

Планы грандиозные! Уже сейчас мы завезли на свой склад порядка 20 тонн календарных блоков и столько же находится в печати. Ожидаем интересный, насыщенный событиями и заказами календарный сезон!

Мария Ушакова

Региональный Open Office: открыты для нового

Осень по традиции богата на встречи и обмен опытом. Уральские полиграфисты активно участвуют в таких мероприятиях, поэтому региональный Open Office вызвал большой интерес. Это мероприятие организовано совместно с партнерами: компанией «Смарт-Т», «Урал-Минольта» и Canon. Встреча состоялась в сентябре в Екатеринбурге.

Открыты для знакомства

Компании-организаторы обладают большим опытом и знаниями. Объединившись, они предлагают нужные и интересные решения полиграфических задач. Компания «Урал-Минольта», основанная в 1995 году, специализируется на комплексных решениях. Является крупным региональным представителем Konica Minolta и других всемирно известных производителей печатной, послепечатной техники в Екатеринбурге.

«Смарт-Т» — динамично развивающееся предприятие, основным направлением деятельности которого является внедрение новых технологий в области рекламного и текстильного бизнеса. Сегодня это компания, состоящая из настоящих профессионалов своего дела, имеющих обширные знания и богатейший опыт работы в области цифровых печатных технологий и вспомогательных процессов.

Canon — мировой разработчик технологий работы с цифровыми изображениями. Kyosei — это корпоративная философия Canon, которая лежит в основе бренда. Kyosei — это японское слово, которое означает «жить и работать вместе во имя общего блага», концепция, которой придерживаются все сотрудники Canon.

Георгий Новенко, руководитель представительства компании «Смарт-Т» по УрФО, рассказывает: «Компания «Смарт-Т» достаточно часто проводит мероприятия с нашими дилерами и партнерами. Это было первое мероприятие, которое мы провели совместно с компанией «Урал-Минольта», на оборудовании которой печаталась продукция, поступавшая на конвейер каттера iECHO PK для резки и биговки».

Виталий Тресцов, генеральный директор компании «Урал-Минольта», подчеркивает: «Данное мероприятие — это возможность познакомиться с потенциальными клиентами и рассказать о нашей организации. С помощью мероприятия мы готовим к новинке рынок и объясняем выгоды продукта. Без демонстрации нашего оборудования мы не сможем продемонстрировать нашим клиентам все возможности, которые они могут использовать для улучшения качества работы и оптимизации своего бизнеса. Такой формат подразумевает доверительную обстановку и желание делать общее дело».

Открыты для обновления

«Урал-Минольта» представила Konica Minolta AccurioPrint C4065 — это гибко конфигурируемая печатная система для развития бизнеса. Машина может печатать в режимах односторонней и двусторонней печати на листах длиной до 1300 и 864 мм соответственно. Операторы любой системы AccurioPrint оценят простоту настройки, надежность работы

бумагопроводящего тракта, исключительную производительность и работу системы стабилизации качества печати.

Canon ImagePress C165 доступен широкий спектр творческих возможностей, а также встроенные профессиональные возможности финишной обработки и поддержка носителей разного размера и формата. ЦПМ позволяет печатать и сканировать документы независимо от местонахождения. А также может обеспечить безопасную печать с мобильных устройств, включая uniFLOW Online и Mopria Print Service.

«Смарт-Т» представила новейший текстильный принтер Mimaki TS100 для термотрансферной сублимации. Эта модель перевернула весь расклад на рынке оборудования для печати на ткани — впервые профессиональный принтер с производительностью 70 м²/час предлагается по доступной цене. Сублимационный термоперенос происходил на компактном каландровом термопрессе TitanJet GTM-44. Демократичная цена на этот каландр позволяет выйти на рынок текстильной цифровой печати даже с самым скромным бюджетом. Внимание также привлек широкоформатный рулонный УФ-принтер Mimaki UJV100 и рулонный режущий плоттер Mimaki CG-130SRIII, также самый продаваемый в своем классе.

Георгий Новенко: «Наша главная цель — рассказать о новинках оборудования таких известных компаний, как Mimaki, TitanJet, iECHO, официальным представителем которых является компания «Смарт-Т», и продемонстрировать их в работе. Для каждого из сегментов рынка «кумир» был свой. Для текстильщиков это новейший плоттер Mimaki TS100–1600 с низкой себестоимостью печати, для рекламного рынка — принтер Mimaki UJV100–160 с белыми чернилами, а для полиграфистов — центр нашей экспозиции, планшетный режущий плоттер iECHO PK-0705 Plus с конвейером и автоподачей листов».

Андрей Гайда, business solution consultant компании Canon: «Цель моего выступления — продемонстрировать технологическую сторону вопроса реализации цифровой печати на оборудовании Canon. Компания, пригласившая меня, очень хорошо подготовилась и сделала все возможное. Присутствие специалистов компании на мероприятии тоже явилось большим плюсом. В процессе демонстрации оборудования удалось обучить специалистов настройке аппарата и работе с ним, а также передать методику тестирования различных видов бумаги. И, самое главное, продемонстрировать оборудование Canon клиентам, посетившим мероприятие. Благодарю руководство компании и организаторов мероприятия за проявленные качества и выражаю надежду на дальнейшее плодотворное сотрудничество».

Виталий Тресцов: «Много было сказано о широкоформатном оборудовании, новейших производительных системах и сопутствующем оборудовании к ним. Чем отличаются данные новинки от предыдущих серий, какие преимущества имеют и какими обладают возможностями. Акцент делали на улучшение качества работы при минимальных затратах на новейшем оборудовании».

Открыты для диалога

Георгий Новенко: «Любое мероприятие — это хороший повод в очередной раз заявить о себе на рынке. Привезти оборудование в такое непростое время — серьезное решение для нашей компании, когда многое о технике можно прочесть в интернете. Да, можно, но не все. Зачастую «лучше один раз увидеть» и принять окончательное решение. А поскольку представители приглашенных компаний — люди занятые, у каждого из них

Зачастую «лучше один раз увидеть» и принять окончательное решение. Поскольку представители приглашенных компаний — люди занятые, у каждого из них свои планы и производственный график, то формат open office как нельзя лучше подходит для этого.

свои планы и производственный график, то формат open office как нельзя лучше подходит для этого. Каждому пришедшему можно уделить время вне зависимости от того, пришел он к началу или концу мероприятия.

Любые мероприятия подобного рода вызывают живой интерес. Но наша компания не ограничивается только рекламно-полиграфическим рынком. Увеличивается количество цифровой печати на тканях (как синтетических, так и натуральных), и все больше в России появляется текстильных производств, которым мы уделяем особое внимание.

Мероприятие, по отзывам клиентов, оказалось полезным. К сожалению, не всем удалось его посетить. Поэтому мы будем рады видеть всех желающих в нашем демонстрационном зале в Екатеринбурге по адресу: ул. Солнечная, 41».

Виталий Тресцов: «Сегодняшних клиентов не удивишь ни скидкой, ни красивым лендингом, ни «условно персональным» обращением. На мероприятии клиента действительно можно и нужно удивлять. Дать реально ценную информацию, научить чему-то, открыть какой-то инсайт, показать, угостить кофе. Так завоевывается доверие потенциального клиента и так клиент реальный превращается в лояльного, а это и является целью.

В любой отрасли, особенно в такой быстро развивающейся, как полиграфия, происходит очень

много изменений одновременно. Кто-то где-то что-то постоянно придумывает, и участникам рынка важно быть уверенными, что они не отстали от остального паровоза. Желание полиграфистов принять участие в данном мероприятии было практически у всех приглашенных, к сожалению, не у всех была возможность присутствовать.

Больше всего наших участников заинтересовал готовый продукт, наше совместное творчество с компанией «Смарт-Т». Цифровая печать на нашем оборудовании и изготовление готовой продукции на многофункциональном режущем плоттере от компании «Смарт-Т» произвели невероятное впечатление на наших гостей».

Маргарита Семейкина

Konica Minolta: бизнес-семинар Road-Show 2021

В сентябре на знаковой площадке «Екатеринбург Арена», спроектированной к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018, состоялось региональное событие в полиграфии. Бизнес-семинар Road-Show 2021 в рамках тура по регионам. Организаторами выступили партнеры — компании Konica Minolta, «Европапир» и Mondi. Это событие стало одним из наиболее ярких и наполненных конструктивным содержанием благодаря участникам деловой программы.

Среди участников: типографии Урала, рекламные агентства и другие компании. Некоторые уже много лет работают на оборудовании Konica Minolta. Мероприятие стало драйвером перемен, отправной точкой для типографий, которые стартуют с новым оборудованием, новыми идеями и новыми клиентами.

Люди дела

На деловой программе Алексей Лукьянчук, руководитель департамента продуктового маркетинга по индустриальной и производительной печати Konica Minolta, рассказал о новой линейке продукции. Особое внимание уделили AccurioPress C7100/C7090. Это цветные ЦПМ на базе инновационных технологий, предназначенные для расширения возможностей бизнеса. Благодаря интеллектуальной автоматизации, усовершенствованным финишным опциям, безукоризненному качеству печати, передовым возможностям и исключительной износостойкости эти «умные» ЦПМ помогут клиентам компании развивать свой бизнес.

Еще один акцент был сделан, конечно, на сервисной поддержке производительного печатного оборудования. Обо всех нюансах и особенностях рассказал Михаил Шахминский, региональный представитель компании Konica Minolta на Урале.

Екатеринбург можно считать третьей столицей полиграфии. Такое количество успешных кейсов добавляет особой ответственности перед коллегами. Яркие примеры и известные игроки — типографии «Гуд Принт» и «Астер». На производстве активно эксплуатируется оборудование Konica Minolta. Игорь Галыгин, сооснователь типографии «Гуд Принт» и Василий Дудкин, директор по производству типографии «Астер», рассказали о работе на оборудовании Konica Minolta и реализованных проектах.

Отдельно обсудили тенденции развития рынка бумаги для цифровой печати и самые востребованные материалы в России и Европе. Эксперты — Елена Родионова, менеджер по развитию бизнеса компании «Европапир» и Екатерина Подобед, менеджер по развитию бизнеса компании Mondi, обсудили с коллегами различные виды бумаги, специфику материалов и возможности использования.

Для практической демонстрации компания выбрала цифровую печатную машину AccurioPress C7090. Благодаря автоматической двусторонней печати на баннерах длиной до 900 мм, гибкости в работе с фактурными носителями и другим нововведениям управление стало настолько простым, что даже самые сложные проекты будут под силу осуществить одному оператору. За счет мгновенного распознавания носителей интеллектуальный сенсор IM-101 позволяет значительно ускорить выпуск продукции. Опциональный модуль интеллектуальной системы контроля качества IQ-501 в реальном времени контролирует стабильную передачу цвета и точное сведение лицевой стороны с оборотом при настройке печати или в тираже.

Отсутствие необходимости в повторных калибровках или проверках во время работы позволяет повысить производительность,

а благодаря контролю печати переменных данных (VDP) в режиме реального времени появилась возможность проверки данных персонализации с реально отпечатанным изображением, что обеспечивает гарантию целостности данных в тираже. Система выявляет изменения в тексте и изображениях и корректирует цвет и сведение в режиме реального времени.

Демонстрация работы оборудования принесла результат. Для успеха всегда надо соответствовать рынку, поэтому типография «Астер» приняла решение в пользу AccurioPress C7090. Это первая инсталляция данной модели ЦПМ на Урале.

Впечатлились

Отраслевые бизнес-семинары всегда в поле зрения полиграфистов. Это возможность в одном месте получить консультацию, протестировать оборудование и материалы, узнать о трендах и познакомиться с коллегами. Участники мероприятия поделились своими впечатлениями.

Надежда Манькова, руководитель креативного отдела издательско-полиграфического комплекса «Лазурь» (Реж): «С компанией Konica Minolta нас многое связывает. Месяц назад мы приобрели у компании цифровую машину, уже оценили новую модель и успешно эксплуатируем на производстве.

С удовольствием приняли приглашение на бизнес-семинар. Считаю, что в таких мероприятиях надо участвовать, так как это знакомство с новыми людьми, с новыми возможностями оборудования и трендами в отрасли.

Презентация новой модели машины позволяет изучить вживую, как печатает оборудование и задать вопросы специалистам. Кроме того, благодаря экспертам бумажной индустрии мы познакомились с актуальными и интересными материалами для цифровых машин.

Сделала для себя вывод, что данные мероприятия надо проводить и в них участвовать. Это очень ценный диалог для всех сторон».

Анна и Андрей Волковы, основатели типографии «Гардарика»: «Если ты не идешь вперед, то неизбежно идешь назад». Это выражение описывает любую бизнес-модель. Именно поэтому важно развиваться и узнавать новые технологии, материалы, специалистов.

Выражаем благодарность организаторам за то, что даже сейчас они находят возможности проводить отраслевые мероприятия, рассказывать о полиграфических новинках и собирать нас вместе.

Мы стараемся посещать многие мероприятия. Полиграфическое сообщество Урала всегда отличается позитивным взглядом, желанием сотрудничать и здоровой мотивированной конкуренцией. Такие встречи всегда приносят много переговоров, предложений свежих идей и выгоду всем участникам.

Встреча, организованная Konica Minolta, «Европапир» и Mondi, была весьма информативной. Значительно меняются технологии цифровой печати. Сервисное обслуживание переходит на автоматизацию и высокий уровень. Раньше об этом и мечтать было нельзя. Это позволяет экономить и время, и деньги. Рынок цифровых технологий растет и с ним приходится считаться, даже если основной объем производства все еще офсет и длинные тиражи.

Производство бумаги тоже переходит на другие способы изготовления и материалы, все больше стремится использовать легковозобновляемые и экологичные материалы. Увеличивается доля качественных и красивых материалов, производимых из вторсырья.

В целом любая встреча полиграфистов — маленький праздник. Где еще можно поговорить о технологиях, полиграфических машинах, тебя поймут, поддержат и дадут свежие идеи?».

Мероприятие продолжилось в неформальной обстановке: экскурсией по стадиону «Екатеринбург Арена» и мастер-классом от футболиста ФК «Урал».

Маргарита Семейкина

«Спорт закаляет — больше успеваешь»

Сергей Сергеев, директор компании «Формат» (Рыбинск)

Компания «Формат» основана в 1991 году на базе Рыбинского завода полиграфических машин. С 1991 по 2007 год все полиграфические машины отечественного производства оснащались запасными частями компании. Сейчас главное направление: изготовление и восстановление обрезиненных валиков для полиграфических машин. Почти 30 лет управлять такой компанией — для этого важен богатый жизненный опыт, разносторонние знания, интерес и энергия. Все это есть. Сергей Сергеев, директор компании, делится своими ценностями и взглядами на жизнь.

Сергей Евгеньевич, благодаря чему вы стали таким, какой вы сейчас?

Моя личность «соткана» из всего, что есть в этой жизни: книги, общение, друзья, ошибки, обиды, радости, природа...

Это все было в вашем детстве и юности? В какой атмосфере вы росли?

Детство было спокойным. Я был увлеченным и активным. Учиться мне нравилось, особенно удавались точные науки: физика, алгебра, геометрия. По этим предметам были только пятерки. Я много гулял с друзьями, всегда во дворе и на улице, а также занимался спортом. Позже, в 90-е, много учился и с большим интересом изучал компьютер.

Вам близко чувство родного города?

Да, очень. Наш Рыбинск — самый замечательный город: небольшой, уютный. Здесь многих знаешь лично и поддерживаешь общение. Нет определенного места, которое меня отражает, люблю весь город. Сегодня хочется прогуляться на набережной Волги, завтра пройтись по старому центру, все под настроение.

Живу в пяти минутах ходьбы от работы — это очень удобно. Благодаря этому у меня много свободного времени, которое можно провести с семьей или уделить спорту. Только недавно понял, что больше меня привлекают командные виды спорта — видимо, потому что в команде интересней — есть общение, есть, куда стремиться и кого-нибудь поучить.

Я занимаюсь хоккеем — играю за одну из команд «Ночной хоккейной лиги». Мы играем на чемпионате Ярославской области один раз в неделю, а также два раза в неделю тренировки.

Еще играю в баскетбол вот уже 18 лет — совершеннолетие, — правда, всего один раз в неделю. Когда нет тренировок, могу и побегать, и поплавать, главное — двигаться, чтобы кровь в организме не застаивалась. Спорт в жизни очень важен: он расслабляет нервную систему. Отвлекаешься от проблем, забываешь обо всем, и на утро встаешь бодрый и свежий. Спорт закаляет — можешь выдерживать большие нагрузки, больше работать, больше успевать.

Какие у вас роли в жизни?

Я отец, муж, хозяин бизнеса, друг, соратник по спорту, помощник. Друзей немного, несмотря на то что с людьми схожусь легко, в любой компании нахожу собеседника и могу поддержать разговор. Много знакомых, с которыми общаюсь, есть знакомые и за границей, и из других городов. Правда, соцсети не приветствую и аккаунты держу только для необходимости. Видимо, как собственник бизнеса очень осторожен в контакте и приближении чужих людей к себе, поэтому друзья только самые верные и самые лучшие.

Что вы считаете своей главной победой?

Защита ученой степени кандидата наук. Тема диссертации была связана с управлением рисками на промышленных предприятиях, связанных с производственной деятельностью. Учился и защищался в родном нашем Рыбинском вузе — сейчас он называется «Рыбинский государственный авиационный технический университет имени П. А. Соловьева». Очень хороший вуз, прекрасное образование, готовят отличных специалистов — инженеров для промышленных предприятий.

Никогда не разделял знания на нужные и ненужные. Все знания важны и нужны и неважно, какая у них направленность, никогда не знаешь, что тебе пригодится. А самое ценное в жизни — научиться использовать знания из разных отраслей, их смешивать, перемешивать и узнавать, например, что в природе есть математика, а в математике природа. И ког-

да получается почерпнуть что-то из противоположных направлений знаний — это очень увлекательно и интересно.

Что интересного вам удалось сделать за время своей работы? О чем вам нравится вспоминать?

Когда я начинал бизнес, кажется, не знал ничего. Все и правда приходит с опытом. В работе мне важно все обдумать и выбрать наиболее подходящее решение. Хотя я не очень люблю рисковать, предпочитаю работать по-другому, жизнь преподносит сюрпризы. Путь моего профессионального развития был непростой. В свое время я прошел через разорение и поднял компанию «с колен». Сейчас моя миссия как у руководителя — развиваться и учить других.

Судьбоносные, важные события, решения, которые повлияли на успех, конечно, есть и много. Но самое важное, что я всегда следовал за судьбой и за теми испытаниями, что она предлагала и несмотря на трудности — всегда выигрывал. Поэтому и другим желаю, чтобы прислушивались к себе изнутри, к тому, что судьба предлагает каждому человеку. Чтобы шли вперед и развивались, и тогда достижение успеха будет безусловным.

Есть мнение в обществе, что предпринимателем рождаются. Вы с этим согласны?

Я придерживаюсь другой позиции. Каждый человек — предприниматель, нужно просто хотеть чего-то большего, чем просто ходить на работу и делать то, что вам скажут.

Никогда не думал, что буду собственником компании, думал, что буду заниматься наукой — мне это нравилось.

Вы формулируете свои цели, знаете, куда двигаетесь?

Да, так и делаю — всё по науке, помимо этого веду дневник, ежедневник. Только не всегда получается это делать, иногда неохота, забываю просматривать годовые цели. Но в итоге более менее все получается.

Какой главный стимул вашей жизни?

Мне интересно становиться лучше других, быть лучшей версией себя. Это как в спорте: обогнал, значит лучший. Когда что-то получается и удается, я чувствую вкус к жизни.

Как вы восстанавливаете энергию?

Занимаюсь спортом и провожу все выходные на природе. Без отдыха на природе мне бы жилось гораздо скучнее.

Какой фильм вы чаще всего пересматриваете?

«Остров» Лунгина. Это фильм с правильной философией жизни: святые люди могут всё, видят всё и будущее, и прошлое и чужую жизнь, но для этого нужно отречься от всего мирского. А мирские люди следуют правилам и уставу, и они есть везде: и в церкви, и в монастыре, и они обычные. Поэтому, чтобы чего-то достичь, нужно от чего-то отречься, чего-то лишиться, но в жизни возможно всё — даже воскрешение из мертвых.

Чья оценка для вас важна?

Родителей — только они посоветуют и подскажут по совести и честно. Важно мнение сына — хочется, чтобы он мной гордился. Ему 15 лет, занимается спортом. Надеюсь, что он прислушивается к моим советам, потому что в этом возрасте трудно определить, о чем он думает. Хотелось бы передать весь мой жизненный опыт и все те знания, которые я накопил. А уж что из этого получится — посмотрим в будущем!

Что вам важно для комфортной жизни?

Любимая семья и любимая работа, поплавать в речке и погулять на природе, попить сырой воды из колодца. В быту скромен, ем простую пищу, иногда — по праздникам ходим в ресторан. Люблю, чтобы всё было просто, но удобно.

БЛИЦ-ОПРОС

Чего вам хочется добиться?

Лучшей обрезиновки в стране, в мире.

Если бы была возможность стать мастером любого вида спорта, что это будет?

Гиревой. Уникальный спорт и исконно русский, всестороннее развитие мышц и выносливости.

Последние записи в вашем ежедневнике?

Ответить на этот блиц-опрос, прочитать договора.

Любимая книга или последняя прочитанная?

Перечитал «Путешествие из Петербурга в Москву» Радищева.

Чем заняться человеку в Рыбинске, если он впервые приедет в город?

Постоять на берегу Волги у памятника бурлаку.

Последние хорошие новости вашей жизни?

Событие дня: много яблок и они вкусные!

Чему хотели бы посвятить эту осень?

Ничего особенного: преодоление некоторых внутренних вопросов предприятия, а также монтаж и запуск в производственную цепочку нового шлифовального станка для больших валов до 5 м. в длину, который мы приобрели в 2021 году.

Маргарита Семейкина

Владимир Лобок о русском языке, поколении Z и кадровом вопросе

Владимир Лобок, генеральный директор «Издательства АМБ»

Работа издательской индустрии в 2021 году трансформируется. Меняются обстоятельства и требования клиентов. «Издательство АМБ» уверенно идет вперед — генеральный директор издательства Владимир Лобок имеет 30-летний опыт работы в отрасли.

Владимир Михайлович, как устроен процесс работы вашего издательства?

«Издательство АМБ» — это, в определенной степени, имя нарицательное, бренд по изданию книг под заказ: юбилейные и презентационные издания, научные труды и монографии, материалы конференций, история, публицистика, литературно-художественные произведения.

Главное в нашей деятельности — это, так или иначе, работа с текстами, в основе которой лежит профессиональное знание русского языка, понимание устройства книги, состава и последовательности выполнения работ по ее созданию.

Сложный русский язык исторически формировал особенности национального интеллекта. Теряя язык, мы, к сожалению, уже перестаем замечать наступающую образовательную и культурную деградацию, которая, еще чуть-чуть, и поставит нас на грань национальной катастрофы. Деинтеллектуализация — это страшно. Потому что необратимо.

Издавая книги, мы воздаем дань великому русскому языку, который создал нас мыслящими и понимающими, умеющими любить и творить, отличающему нас от остальных.

Совместно с заказчиком мы фактически каждый раз создаем новое произведение и отчасти становимся соавтором издательского проекта, поэтому глубоко погружаемся в тему любого издания. Иначе ничего не получится.

Если читаем и готовим к изданию сборник стихов, читаем их даже вслух, чтобы уловить эмоциональное состояние автора и правильно расставить знаки препинания. Если текст научной монографии на самую невообразимую тему, вгрызаемся в предмет, как в гранит науки, чтобы сначала понять, о чем речь...

А дальше средства огранки, то бишь приведения текста в соответствие нормам и правилам русского языка, защиты авторских прав, определения возрастной категории, присвоения ISBN. Художественного оформления, выбора формата готового изделия, шрифтовой графики, вида печати, верстки, бумаги, переплета, отправки обязательных экземпляров в Российскую книжную палату...

Кто ваши ключевые клиенты?

Наши заказчики — это все те, кому необходимо, если можно так сказать, самовыражение в эксклюзивных текстах, которые созданы и принадлежат только ему. Это может быть академик с регалиями или доктор технических наук и школьница, заканчивающая школу, начинающий поэт или писатель, родители, которым бы хотелось издать рисунки своего лучшего в мире ребенка, и промышленное предприятие в связи с юбилеем. Это может быть учебное заведение и организаторы научно-практической конференции, которым нужно не просто издать научный труд или материалы, но еще и постатейно разместить в Российскую научную библиотеку, а кто-то просто хотел бы выразить свое отношение к истории и происходящему в мире...

Как с годами менялось «Издательство АМБ»?

В издательской сфере деятельности я начал работать аж в 1991 году, когда начал издавать (и издавал до 2019 года), ставший впоследствии самым читаемым региональным изданием, еженедельный журнал «АМБ-Экспресс». Он был посвящен вопросам налогообложения, бухучета, хозяйственного и трудового права. Число подписчиков журнала достигало 7000, совокупный изданный и проданный тираж журнала составил около 7000 000.

10 лет, с 1996 по 2006 год, мы издавали книги соответствующей тематики: распространялись от Калининграда до Дальнего Востока. До 70 наименований книг постоянно находились в продаже, совокупный проданный тираж составил 1000 000 экземпляров.

Параллельно я начал развивать собственную полиграфическую базу и развивать услуги по редактированию текстов, разработке дизайна, верстке и изданию книг под заказ.

Сейчас, в 2021 году, мы понимаем, что нужно клиенту и стремимся соответствовать требовани-

ям. Самое главное — издательство должно быть профессиональным. Во всех смыслах.

Ощущаете влияние нового юного поколения?

Несколько лет назад проводилось социологическое исследование среди так называемого поколения Z. Неожиданно выяснилось, что молодежь, кому сейчас 20 лет, предпочитает читать книги в бумажном виде, а не в электронном, который воспринимают как инстаграм, картинки. Ошеломляющий вывод социологов: будущее за книгой.

И не менее ошеломляющий в последние 2–3 года всплеск молодежной писательской активности: вы не представляете, сколько сейчас неожиданно пишущих стихи, прозу, сказки, фантастику... Юное поколение формирует и хочет выразить свое видение мира. А рядом активизировалось и старшее поколение... Так было всегда на переломах истории российской, и, кажется, в ближайшие годы грядет самый настоящий бум...

Как влияет удорожание процесса издания книг на вашу работу?

Бывает и катастрофически. Но создание книг для распространения в интернете точно также требует профессиональных услуг по редактированию текстов, разработке дизайна и верстке.

Очевидно, что у любой компании сегодня достаточно задач. Какие в первую очередь назовете вы?

Сейчас мы издаем до 30–40 наименований книг в год — ставим задачу построения системы, которая позволяла бы издавать до 100–120 наименований. Освоение технологий создания полноформатных электронных изданий. Разработка и предложение заказчикам инновационных моделей продвижения изданий в интернет-пространстве. А это, в том числе, подразумевает формирование мощной команды профессионалов — редакторов, дизайнеров, дизайнеров-верстальщиков и руководителей издательских проектов.

Неожиданно выяснилось, что молодежь, кому сейчас 20 лет, предпочитает читать книги в бумажном виде, а не в электронном, который воспринимают как инстаграм, картинки.

Как вам удается контролировать каждый этап и избегать ошибок при больших объемах производства?

В работе важно максимально тщательное понимание требований заказчика и описание состава выполняемых работ, предвидение развития событий и планирование, планирование, и еще раз планирование! Кроме того, на успех влияет правильное распределение обязанностей и организация работы персонала. Процесс согласования и подготовки книги к изданию может растянуться на 3–8 месяцев и важно предвидеть, что у нас может произойти с курсом рубля и стоимостью расходных материалов. Зачастую требуется «ручное управление» по каждому издательскому проекту.

2020 год — это как страшный сон: даже к юбилею Победы книги не издавались. Главная проблема: нехватка квалифицированного персонала, действительно знающего русский язык, понимающего предмет издательской деятельности и обладающего проектным, концептуальным мышлением в сфере именно книгоиздания.

Ну и отсутствие необходимых поддержки и внимания к издательско-полиграфической отрасли со стороны государства: оборудование, бумага, краска — все ведь импортное, и из самой читающей страны в мире мы запросто можем превратиться в заурядную банановую республику.

И, конечно, интернет и технологии заставляют осваивать новое и еще больше думать, прежде чем делать.

Что поменялось в работе вашей компании в кризис? Как вы минимизируете издержки?

Избавляюсь от лишних людей и надуманных функций, «финтифлюшек», которые никак не влияют или даже ухудшают финансовый результат деятельности издательства: часто самому сделать проще и понятнее.

В издательской деятельности не нужны «семеро по лавкам» и количество штатного работающего персонала: принципиально качество работы малого количества. Дизайнеры и редакторы эффективнее работают на условиях самозанятости с привлечением на отдельные проекты. Осваиваю современные информационные технологии и не трачу деньги на всякого рода глупости типа таргетированной рекламы.

В условиях, предлагаемых банками, современных технологий, нет нужды в содержании штата бухгалтерских работников. Давно уже нет необходимости в содержании автотранспортного хозяйства и административно-хозяйственного персонала.

Обсуждаете с коллегами из индустрии положение на рынке?

Нет. Каждый сам по себе.

Ожидается ли новый этап развития индустрии?

Обязательно. Иначе мы потеряем и свою историю, и культуру, и национальный интеллект.

Маргарита Семейкина

Кадры в полиграфии

Виктория Ручка,
генеральный директор типографии RUCHKA (Краснодар)

Все полиграфисты уже почувствовали кадровый голод, и мои прогнозы вас не обрадуют. Тренды современного мира таковы, что нам как предприятиям нужно меняться, чтобы быть привлекательными для молодых специалистов.

Современное поколение называют зумерами, и они очень сильно отличаются от нас по ценностям. Фундаментально для них важна свобода, в том числе свобода передвижения. Они не готовы работать с 9 до 18 в офисе или на производстве, им важно менять место жительства, обстановку вокруг себя. Также нельзя сказать, что для них важны большие доходы, скорее они за экологичность, развитие, и, как говорят исследователи, это будет достаточно экономным поколением.

У меня был случай работы с представителем поколения Z. Это был дизайнер, достаточно талантливая девушка, которая бросила институт на третьем курсе и начала работать на фрилансе. Скажу так, что касается графики — с ней было приятно работать, но когда нужна была техническая часть — тут начинались провалы и ошибки. Она искренне не понимала, что не так. После двух месяцев работы в офисе она призналась, что не может работать и уйдет обратно на фриланс. При этом у нее была возможность совмещать и зарабатывать больше. У зумеров совершено другие цели и ценности.

На данный момент полиграфия не может предложить что-то стоящее для зумеров, потому что мы стары и традиционны несмотря на все креативы, которые можно создавать из бумаги и краски. Мы «старики», которые не меняются достаточно давно, и многие из нас даже не видят того, что происходит на рынке.

Средний возраст работников на производстве неумолимо растет, молодых практически нет. А теперь представьте, что будет через 10 лет? На самом деле не так страшно, можно будет приглашать с периферии. А вот через 20 лет начнется серьезный кризис производственных кадров. Не только в полиграфии, а везде. Робототехнику не просто так развивают. Не потому что это дешевле, а потому что в ближайшей перспективе люди не захотят работать на заводах и крупные гиганты это давно просчитали и делают все, чтобы быть готовыми.

Молодые люди хотят творить, созидать, программировать. Они выбирают дизайн, программирование, маркетинг чаще, чем рабочие специальности. Вы сейчас редко услышите от ребенка «Хочу стать электронщиком!» или «механиком». Это не их мечты. Их мечта — работать удаленно откуда угодно, быть людьми мира и перемещаться свободно. С этой стороны, если вы проследите за тенденциями строительства в Москве, а она быстрее перенимает мировые тренды, то увидите, что стали больше строить апартаментов. Более того, создают целые дома апартов, которые будут сдавать в аренду. Развивается такой формат жилья, как коливинг — по-советски, общежитие. Для чего? Это недорогое жилье, которое не привязывает к месту и можно в любой момент уехать.

Я слышу, что говорят родители, работающие в типографии, своим детям: «Учись, чтобы не пришлось работать руками». А это значит, что с самого детства формируют негативный образ цехового рабочего. Хотя, что типография без людей? Груда оборудования за большие деньги. Мы все зависим друг от друга, и нужно об этом помнить. Вы сами задумайтесь, чего хотят ваши дети? Работать в цеху?

Важно к проблеме кадров подходить объемно с расчетом на будущее. Что может предложить типография сейчас? Это не та сфера, где можно работать за большие деньги. Я анализировала рынок труда, средняя зарплата рабочего — 40 тысяч рублей. При этом зарплаты в Краснодаре выше, чем заплаты в Ростове-на-Дону, зарплаты в Санкт-Петербурге ниже, чем в Москве. Похожие суммы можно заработать в менее проблемной сфере и более легким способом. На этом фоне полиграфисты выглядят невыгодно.

Могут ли полиграфисты поднять оклады? Могут только в случае, если начнут повышать цены на свои услуги. Я не знаю, как у вас, но у нас на работы цена давно не поднималась и цены растут только за счет материалов, хотя с экономической точки зрения это тотально неправильно.

Могут ли полиграфисты поднять оклады? Могут только в случае, если начнут повышать цены на свои услуги. Я не знаю, как у вас, но у нас на работы цена давно не поднималась и цены растут только за счет материалов, хотя с экономической точки зрения это тотально неправильно. При этом полиграфисты находятся на конкурентном рынке. Мы стараемся привлечь максимальное количество клиентов, и, с другой стороны, существует кадровый голод, где привыкли заманивать в основном финансовыми условиями. В продажах демпингуют, в сфере кадров поднимают зарплаты. В итоге стреляют себе в обе ноги и максимально сокращают уровень прибыли.

Проблема кадров формируется, как снежный ком, и мы сами этому способствуем, отказываясь смотреть на реальность.

Что стоит предпринять в ближайшее время?

В первую очередь свободы захотят офисные работники. Время с пандемией показало, что офис не панацея и можно работать удаленно. Если хотите сохранить офисный персонал, менеджеров, нужно думать о свободе. На данный момент это возможно реализовать через различное программное обеспечение. Это не только web2print, это полноценная экосистема, которая будет включать: продажи, crm, бухгалтерский учет, управление, производство, логистику, склад и маркетинг.

Ближайшие несколько лет все, кто не внедрят хотя бы минимальные программные продукты по управлению продажами, будут довольствоваться остатками рынка.

Второе, на что стоит обратить внимание, — это условия в цеху и интерес к работе. Тут нам придется активно взаимодействовать с техникумами и профессиональными училищами, где будем приглашать молодых кадров попробовать себя в полиграфии. Да! Теперь нам надо учиться себя продавать как работодателя. Ибо вы конкурируете с теми, кто уже себя активно продает в социальных сетях и рекламой на авто, остановках. Вчерашний технарь может вполне себе пойти работать в кафе и получать такие же деньги, как, например, тигельщик. Разница в условиях работы. По сути, нужно заниматься лидогенерацией работников, как мы занимались лидогенерацией клиентов.

Если хотите сохранить офисный персонал, менеджеров, нужно думать о свободе. На данный момент это возможно реализовать через различное программное обеспечение. Это не только web2print, это полноценная экосистема, которая будет включать: продажи, crm, бухгалтерский учет, управление, производство, логистику, склад и маркетинг.

Если вспоминать состояние цехов в типографиях, мы сильно уступаем современным предприятиям. Безусловно, есть те, у кого в цеху очень классно, но, согласитесь, таких в общей массе рынка очень мало.

Что еще можно предложить? Обучение внутри предприятия или за счет предприятия, различные совместные активности, бонусы на питание и спорт, жилье, возможность расти внутри компании, экскурсионные поездки в типографии, которые находятся в других странах, изучение иностранных языков, выделить место под спортзал в цеху, давать бонусы на отпуск (возмещать часть стоимости поездки), выдавать хорошую спецодежду.

Внутреннее образование очень важно. Обычно на форумах вызывает активные споры тот факт, что я нанимаю людей без опыта в полиграфии. Но я давно избрала эту стратегию и она меня вполне устраивает. Я люблю обучать и получаю от этого удовольствие, внутри компании есть система образования для менеджеров и есть принципы передачи опыта на производстве. В такой системе есть свои плюсы: вы обучаете специалиста под себя, под свои уровни нормы и со своими правилами, начинающий специалист стоит дешевле, чем перекупать из другой типографии. Риски, связанные с опытными специалистами, ничуть не меньше, чем с новичками. Потому что приходит специалист из другой типографии, где были свои нормы по качеству, например. Мне всегда приходилось объяснять, что такое брак в понимании моей компании и многие искренне удивлялись «Мы такое отгружали, нормально».

Формирование принципов внутреннего образования сделает вас свободнее от рынка полиграфических кадров и в этом плане вам будет немного легче, чем коллегам.

Нужно ли быть готовым, что будут переманивать? Да. Это делают всегда. Делать из этого трагедию не нужно, это нормальный процесс. Когда из одной компании сотрудник переходит в другую, там не горюют, они нанимают нового человека и обучают.

Я пока на пути к такой образовательной свободе, многое нужно оцифровать, но, зная внутренние принципы образования в крупных компаниях, можно создать вполне успешную модель у себя, тем самым освободив свое время.

Помимо обучения, есть процедура ввода в должность. Все эти привила так же возможно оцифровать и в итоге получается:

1. Ввод в должность со всеми инструкциями.
2. Обучение.
3. Проверка знаний. На основе проверки знаний человек допускается к работе.

В следующем номере я продолжу тему кадров, так как она такая же острая, как и продажи.

Готовь подарки осенью

Новый сувенирный сезон — это всегда предвкушение праздника, восторг, интрига. Что на этот раз предложат гуру «сувенирки»? Чем будут удивлять поставщики? Что мы будем дарить коллегам, клиентам, партнерам? Ответы на эти вопросы есть. Первыми их получили участники мастер-класса «Новогодний калейдоскоп: подарки от промо до VIP». Организатор мастер-класса — компания «Прагматика». Презентации состоялись в Екатеринбурге, Челябинске, Тюмени и Москве.

«Прагматика» работает на рынке сувенирной продукции с 1994 года и является крупнейшей компанией по поставке бизнес-сувениров. Такие мероприятия,— сувенирные салоны, ориентированные на личные встречи с клиентами — традиция, которая существует уже много лет.

Игорь Чижов, генеральный директор компании «Прагматика», выступил с приветственным словом, поблагодарил участников за интерес и рассказал о формате и актуальности темы встречи.

Клиенты компании не только познакомились с мировыми трендами и новинками европейских и российских поставщиков — Arte, Midocean, Xindao, RENE ROYAL LAB, Portobello. Happy Gifts, OASIS, «Мануфактура», но и подчерпнули множество идей, концептов для своих подарочных решений, а также увидели собственную коллекцию новогодних подарков от рабочей группы «Прагматики».

Маргарита Лалетина, «Прагматика»: «Новый год все ближе и это один из любимых праздников наших клиентов, и каждый год мы с удовольствием разрабатываем для них свой собственный каталог с идеями подарков для самых разных целевых аудиторий, для самых разных бюджетов — от промо до VIP.

Этот год — не исключение. На мастер-классе можно было не только посмотреть печатную версию нашего каталога, но и увидеть, как эти идеи воплотились в реальный подарок. Кроме того, в этом году можно было не только увидеть, но и попробовать — в рамках мастер-класса мы провели дегустацию вкусных подарков — паштетов, риетов, мясных чипсов и орехов. И мы не ошиблись — дегустация прошла на «УРА»!

И, конечно, каждый гость, по традиции получил подарок для компании и поучаствовал в розыгрыше подарков от наших поставщиков. Такие мероприятия очень важны

для нас. Мы с удовольствием делимся новостями сувенирной отрасли, вместе решаем кейсы: какие подарки кому подойдут. Решения есть — креативные, функциональные, практичные или с WOW-эффектом».

По материалам компании «Прагматика»

Эксперты мероприятия в Екатеринбурге:

Игорь Чижов, «Прагматика», г. Екатеринбург;

Виталий Смирнов, каталог ARTE, г. Минск;

Аркадий Алышев, Xindao, г. Москва;

Николай Тимченко, Midocean, г. Москва;

Антон Суханов, RENE ROYAL LAB, г. Москва.

Бизнес-подарок: вместо тысячи слов

Елена Силис, генеральный директор компании «Охотники за сувенирами» (Москва)

Как выразить благодарность коллегам, партнерам через подарки? Каждый год мы устраиваем мозговой штурм, чтобы понять, какие подарки актуальны, будут радовать других и иметь особенное значение. Эксперт с 25-летним опытом работы делится, что сейчас на пике популярности.

В настоящее время актуальны сувениры из категории «Вау». Это та категория, которая удивляет и вовлекает целевую аудиторию. Так, например, это могут быть ежеквартальные календари-игры: шахматы, шашки, дартс. Эти игровые поля размещаются в шапке календаря и позволяют не только отслеживать течение дней, но и поиграть во время мозгового штурма, обеденного перерыва или просто переключиться на релакс.

Интересный экологичный вариант: календари и другая полиграфическая продукция, выполненная из специальной бумаги с семенами растений. После использования, прочтения, ознакомления с рекламным посылом, такую продукцию можно измельчить и посадить в горшочек с землей, из которой впоследствии вырастают цветы и душистые травы. Многие компании последнее время предпочитают делать визитки из таких материалов. Это запоминается, приносит несомненный рекламный эффект и удовольствие от озеленения рабочего пространства как на удаленке, так и в офисе.

Пишущие принадлежности: ручки, карандаши имеют тоже явную тенденцию привлекать в экотеме своих потребителей. Появились ручки из экокартона со специальной капсулой, в которой также находятся семена растений. Дополнительно к этой ручке можно сделать рекламную упаковку, из которой вырастают цветы.

Актуальная тема сегодняшнего дня — это рекламная «сувенирка», которая защищает. Это зарядки для телефона со встроенными уф-лампами, бутылки для воды с встроенной системой стерилизации. Кроме того, популярны органайзеры для документов, денег, телефона, которые могут очищать от бактерий и вирусов. Также есть зарядка для телефонов с подобной функцией.

Несомненно, тренд на экологию влияет на выбор рекламного текстиля. Так, например, футболки, поло, сумки-шоперы, выполненные из переработанных пластиковых бутылок, все чаще привлекают внимание, демонстрируют экологическую ответственность компаний при выборе корпоративной одежды и подарков партнерам.

Используемый переработанный полиэстер отличается теми же качественными характеристиками, что и обычный полиэстер, но при этом с меньшим воздействием на окружающую среду. Это помогает предотвратить попадание пластмассовых отходов на свалки и в воды мирового океана. Кроме того, при производстве на основе переработанного полиэстера расходуется гораздо меньше ресурсов, чем при изготовлении новых волокон, и происходит значительно меньше выбросов CO_2. Новинка на рынке: футболка из переработанных отходов молока!

Эмоции от необходимости в защите и безопасности превалируют сегодня в наше непростое время пандемий и экологических катастроф. Перечисленные категории сувениров вполне реализуют эту тенденцию.

Иллюстрации предоставлены компанией «Охотники за сувенирами»

Тактильный эффект в полиграфии

Мир развивается, развиваются технологии и возможности. Среди полиграфистов все чаще встречается мнение: нужно удивлять. Один из вариантов: тактильный эффект. Интересная фактура — на пике популярности. Эксперты делятся, почему и кому это актуально, а также удивляют нестандартной техникой — сургуч на упаковке.

Татьяна Анисимова, арт-директор компании по производству 3D эмблем и этикеток «Хром маркет» (Москва)

Появлению сургуча мы обязаны Индии, в XVI веке рецепт его изготовления завезли в Европу и начали активно использовать. В основном, сургучной печатью скрепляли важные документы и создавали впечатление подлинности содержимого послания. Рецепты изготовления сургучной печати со временем менялись, совершенствовались. С помощью цвета подчеркивали характер послания. Например, белый цвет использовали для приглашения на свадьбу, красный цвет и бордовый — для посланий от государственных персон. Церковные печати отливали из бронзы и других металлов.

В настоящее время сургучную печать используют в оформлении упаковки, в основном, как знак качества продукции. Также сургучная печать несет в себе большую информативную и рекламную функцию. Этот элемент узнаваем всеми возрастными группами потребителей. Современные технологии изготовления сургучной печати, вернее ее имитации, позволяют легко крепить изделие практически на любую поверхность. Благодаря пластичности материала, из которого делают сургуч, его можно наносить на любую форму основы, что значительно расширяет сферы его применения. За короткий срок можно изготовить большой тираж сургучной печати и затем, применяя автоматизированные системы производства, оклеить продукт.

Яркий пример использования сургучной печати — на стеклянных бутылках. Экологичность продукта подчеркнута зеленым цветом и надписью BIO. Потрясающий объем и тонкая детализация элементов сургуча делают такой продукт заметным на полке. Такая эмблема отлично будет сочетаться как с бумажной этикеткой, напечатанной на дизайнерской бумаге, так и с декорированным стеклом. Благодаря пластичности и прочному 3M-клею можно крепить сургуч на горлышко бутылки, на термоусадочный колпачок и даже пробку. Отдельный ложемент — углубление для сургучной печати, можно предусмотреть на этапе изготовления пресс-формы стеклянной тары.

На полках магазинов, особенно в праздничные периоды, можно увидеть красивые промонаборы в деревянных коробках. Сургучная печать на деревянных упаковках подчеркивает статус торговой марки и демонстрирует применение ручного труда в производстве продукта. Сургучная печать прекрасно сочетается с трафаретной печатью, которую обычно используют для нанесения на деревянные изделия. Широкая цветовая палитра позволяет придерживаться единой стилистики в дизайне.

Сургучная печать нашла широкое применение и для упаковки из картона и бумаги. Актуально использование сургучной печати и атласных лент на крафт-бумаге. Прочная клеевая основа позволяет надежно крепить сургуч практически на любой материал. Широкая цветовая палитра выделяет каждое SKU (сокращенно от английского Stock Keeping Unit, в переводе — «складская учетная единица») на полке, что, несомненно, важно при наличии в продуктовой линейке широкого ассортимента.

Актуально использование сургучной печати на дизайнерском картоне. Общая нейтральная цветовая гамма не отвлекает потребителя от содержимого, а наоборот подчеркивает вкус конфет. Дублирование надписей на сургучной печати и на крышке коробки делает этот продукт стильным и запоминающимся.

Упаковка в стиле hand-made очень часто используется в потребительском маркетинге. Это демонстрирует индивидуальный подход к определенной целевой аудитории. Интересно сочетание сургучной печати и джутовых шнуров. Отлично такая упаковка подойдет для промонаборов, которые обычно выпускаются ограниченным тиражом и позволяют информировать потребителя о бренде и, соответственно, продвигать его.

Металлизированная сургучная печать идеально подойдет для продуктов премиум-сегмента. Элитный чай и кофе часто упаковывают в жестяные банки. Для сургучной печати на этапе изготовления пресс-формы банки можно предусмотреть ложемент — углубление, в которое затем наклеивается сургучная печать. Основные металлизированные цвета материала для сургучной печати — серебряный, золотой, бронзовый.

Хочется отметить, что форма, размер, цвет и материал сургучной печати могут быть разными. Адаптировать макет под технологии производства вам помогут технические специалисты. Художники и дизайнеры дадут советы по реализации ваших идей в соответствии с поставленными задачами.

И помните! Все дело — в деталях, ненавязчивых атрибутах, которые выделяют вас из толпы.

Наталья Кюне, директор салона оперативной полиграфии «Лемур» (Новосибирск)

Тактильный эффект в печатной индустрии в последнее время набирает популярность. Это неудивительно: именно полиграфия объединяет в себе несколько вариантов восприятия. В отличие от рекламы, полиграфия имеет уникальную возможность передавать не только картинку и звук, но и тактильные ощущения. Это, в свою очередь, влияет на восприятие предмета (будь то визитка, открытка или упаковка), а значит и позитивное отношение к тому, кто эту полиграфию предлагает.

Мы давно и успешно практикуем работу с фактурными материалами. Это выигрышная стратегия для тех, кто хочет увеличить продажи, повысить лояльность клиентов, узнаваемость бренда и выделиться среди конкурентов.

Наши основные заказчики — предприниматели, руководители компаний. Для них важно произвести на своих клиентов особенное впечатление, подчеркнуть стиль, статус, элитарность. В этом моменте наши взгляды на эффект от тактильных ощущений совпадают.

Вместе с клиентами обсуждаем цели их имиджевой полиграфической продукции и сувениров и под это подбираем варианты фактурных материалов. В этом нам помогают каталоги дизайнерских материалов широкой цветовой палитры от разных поставщиков, которые регулярно пополняются новыми оттенками. Можно подобрать и фактуру, и цвет для любого цветового решения брендбука.

В итоге при использовании тактильных материалов результат от произведенной полиграфической продукции превосходит ожидания клиентов. Соответственно, это сказывается на имидже компании, выводит ее на премиальный уровень. Выбор в пользу эффектных тактильных материалов, внимание к деталям создает у конечных клиентов ощущение избранности, тем самым усиливает любовь к бренду наших заказчиков. Это долгоиграющая история, которая доказывает актуальность и важность тактильного эффекта в полиграфии.

Иллюстрации предоставлены компанией «Хром маркет»

Мария Ушакова

Календарь 2022

Календари уже очень давно являются незаменимым атрибутом любого офиса. Сейчас разнообразие видов и форм календарей существенно превосходит календари, которые выпускались даже несколько десятилетий назад. Новые типы, например, квартальные календари, появились благодаря современным материалам и технологиям их применения. Производство этой полиграфической продукции требует ответственного и грамотного подхода к выбору расходных материалов.

Компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергруп РУС» предлагают полный спектр расходных материалов для создания неповторимых календарей.

• **Rapida Eco — серия триадных красок для листового офсета с быстрым закреплением на основе растительных масел.**

Триадные краски серии RAPIDA COFREE разработаны для печати на впитывающих материалах. Формула данной серии красок не содержит минеральные масла, подходит для двусторонней печати, обеспечивает быструю послепечатную обработку и отличное лакирование в линию. Идеальная для бесспиртовой печати Rapida Eco, особенно хорошо подходит для высокоскоростной печати на листовых машинах для быстрой послепечатной обработки — это просто необходимо при печати календарей. Не только яркость и красочность, но и скорость! Печатайте и делайте постпечатку быстро! Пока у других краска все еще сохнет, а к постпечатке даже не приступали, ваш тираж уже готов! Удивите ваших клиентов качеством и скоростью изготовления тиража!

• Резинотканевые полотна относятся к ключевым материалам в офсетной печати, от которых зависит качество продукции. В зависимости от типа и характеристик оборудования, типа краски/лака и запечатываемых материалов подбирается отдельная марка офсетных полотен.

Для печати календарей мы предлагаем новую разработку компании Conti-Air, эксклюзивным поставщиком на территории России которой является компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС». Сверхпрочное премиум-решение для высококачественной листовой офсетной печати — **ОРТП Navy Green,** которое характеризуется слаборастяжимым трехслойным каркасом для превосходной стабильности, сверхпрочной поверхностью для высококачественной печати, обеспечивает превосходный результат при печати плашек и растровых изображений и отлично подходит для гибридной печати.

Работая на резино-тканевом полотне **Navy Green,** вы получите четкое воспроизведение растровой точки и оптимальный краскоперенос с минимальным тоновым приростом.

Для облагораживания внешнего вида, увеличения ценности, усиления яркости и выразительности дизайна календарей современные полиграфисты применяют сплошное и выборочное лакирование. В предыдущем номере мы рассказывали о создании уникальной упаковки путем лакирования изделий по технологии drip-off и использовании лака с soft-touch эффектом. Для календарей мы предлагаем использовать те же проверенные продукты:

• TWIN-пара для создания изображений с оригинальными эффектами: матовый УФ-отверждаемый лак **SENOLITH® UV OFFSET SATIN MATT LACQUER HYBRID FP NDC 369444** и глянцевый УФ-лак **SENOLITH® UV GLOSS LACQUER HYBRID 360052.** Именно эта пара лаков использовалась для создания интересного глянцево-текстурного эффекта нашего корпоративного календаря на 2021 год: участки, отлакированные двумя лаками (постер и нижний блок), приобрели эффект необычной структуры, а на подложках сформировался качественный дополнительный к металлизированному защитный глянец. Для нашего корпоративного календаря 2022 мы будем использовать другую пару, о которой мы расскажем уже тогда, когда календарь будет выпущен.

• **ВД-лак SENOSOFT® WB MATT COATING FP NDC 350210.** В резуль-

тате нанесения данного лака на оттиске образуется особая матовая бархатистая пленка. Проявление эффекта бархатистости зависит от количества и скорости нанесения лака на оттиск. Глубина тактильных ощущений возрастает по мере увеличения толщины слоя лака и падает при увеличении скорости лакирования. При этом не требуется предварительное праймирование и возможно как in-line, так и off-line лакирование. Лак пригоден к различной последующей обработке: блинтовое тиснение; склеивание (подходит с соответствующим клеем); тиснение горячей фольгой (подходит с соответствующей фольгой); УФ-лакирование.

Использование трафаретных лаков придает календарям дополнительную оригинальность и эффектность. Мы предлагаем типографиям трафаретные лаки:

• **SENOSCREEN UV RELIEF EFFECT LACQUER WATER DROPLETS 363056** — УФ-отверждаемый трафаретный лак с эффектом водных капель

• **SENOSCREEN UV RELIEF GLOSS LACQUER 363012** — УФ-отверждаемый высоглянцевый трафаретный лак с рельефным эффектом

• **SENOSCREEN® UV RELIEFE EFFECT LACQUER TEXTURED SAND 363066** — УФ-отверждаемый трафаретный лак с эффектом песка

• **SENOSCREEN® UV EFFECT LACQUER FROST PATTERN 363057** — УФ-отверждаемый трафаретный лак с эффектом изморози и много-много других.

В конце октября компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» совместно с компанией «Европапир» выпускает каталог, где будут представлены 12 образцов трафаретных лаков, один из которых предназначен для немелованных бумаг. Спрашивайте каталог у ваших торговых представителей.

• И, конечно, неотъемлемая часть календарей — это пружина. Пружина, поставляемая компанией «ОКТОПРИНТ СЕРВИС», предназначена для использования на ручном, полуавтоматическом и автоматическом навивочном и брошюровальном оборудовании для производства различной полиграфической продукции, в том числе и для детских изданий.

Ежегодно МИПК им. И. Федорова совместно с компаниями «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергруп РУС» проводит конкурс «ЛУЧШИЙ КАЛЕНДАРЬ». В этом году в конкурсе приняли участие более 60 компаний, 11 лучших календарей были отмечены призами. Следите за нашими новостями, присылайте ваши календари на конкурс.

Уважаемые коллеги, только от нас с вами будет зависеть, какие календари будут видеть и использовать наши партнеры, клиенты, поставщики, друзья и близкие в 2022 году! Давайте вместе сделаем мир ярче! А расходные материалы от компаний «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергруп РУС» помогут сделать календари незабываемыми!

По материалам компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина
Институт радиоэлектроники и информационных технологий
ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА
URAL FORUM
Печатный бизнес ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

XIV

Зимний Уральский полиграфический форум

Предварительная дата:
14 января

ИРИТ-РтФ УрФУ, ул. Мира, 32

Регистрация — uralprintforum@ya.ru

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
+7 (950) 123-78-45
+7 (3952) 709-272
e-mail: 709272@mail.ru
www.santai-val.ru

ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Подкаст
Рынок печати

> Знакомим с персонами отрасли
> Обсуждаем актуальные новости
> Рассказываем о трендах и тенденциях рынка

ПЕЧАТНИК.com – более 60 000 уникальных пользователей в месяц:

> ежедневная лента новостей
> статьи и отраслевая аналитика
> доска объявлений
> форум и консультации экспертов

http://pechatnick.com

ФОРМНЫЙ ФЛЕКСОВАЛ

РАЗГОННЫЙ ВАЛ

ПАССЕВАЦИОННЫЙ ВАЛ

РИЛЬСАНОВЫЕ ВАЛЫ

Формат

ООО «ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ»
152900, РОССИЯ, ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛ.,
Г. РЫБИНСК, УЛ.ЛУГОВАЯ, 7
ТЕЛ.: 8 800 250 02 12
REZINA@FORMATLTD.RU

МОСКОВСКИЙ СКЛАД
141069, РОССИЯ, МОСКОВСКАЯ ОБЛ.,
Г. КОРОЛЁВ, ПОС. ПЕРВОМАЙСКИЙ,
УЛ. СОВЕТСКАЯ, 39В
ТЕЛ/ФАКС: 8 (495) 223-64-47

WWW.FORMATLTD.RU

Mimaki-Урал

- UV–ПЛОТТЕРЫ
- РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
- СОЛЬВЕНТНЫЕ ПЛОТТЕРЫ
- СУБЛИМАЦИОННЫЕ ПРИНТЕРЫ
- СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ЗИП И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: mimakiural@mimakiural.ru
www.mimakiural.ru

#SmartPrintShop*

ZERO DEFECT PACKAGING **

От макета до готовой картонной коробки – всегда высочайшая эффективность и полное соответствие стандарту. Интеллектуальная производственная среда и автоматический контроль качества. Производство упаковки без дефектов – наш ответ на увеличение сложности в промышленной упаковочной печати. Simply Smart***.

* "Умная типография"
** Производство упаковки без дефектов
*** Просто. Умно

Реклама

HEIDELBERG

ООО «Гейдельберг-СНГ»
141407, МО, г. Химки,
ул. Панфилова, влд. 19, стр. 1.
Тел. +7 495 995 04 90, Факс +7 495 995 04 91
HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru