

# Печатный БИЗНЕС

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№1 (141) январь-февраль 2022



**Внутренний портрет:** Игорь Степанов

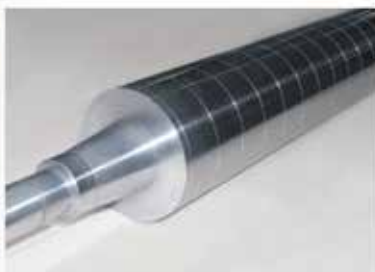
**Голос полиграфии:** Виктор Вахитов

**Виктория Ручка:** коучинг в полиграфии

**Стратегическая сессия для команды**

## ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

- ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ
- ДЛЯ ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ
- ДЛЯ УВЛАЖНЕНИЯ ЛЮБОГО ТИПА
- ДЛЯ УФ-ПЕЧАТИ И ЛАКОВ
- ДЛЯ ФАЛЬЦОВОК И ЛАМИНАТОРОВ (СИЛИКОН)
- ВАЛЫ С РИЛЬСАНОВЫМ ПОКРЫТИЕМ И НАСЕЧКОЙ
- РАЗГОННЫЕ (ШИРИТЕЛЬНЫЕ) ВАЛЫ



ФОРМНЫЙ ФЛЕКСОВАЛ



РАЗГОННЫЙ ВАЛ



ПАССЕВАЦИОННЫЙ ВАЛ



РИЛЬСАНОВЫЕ ВАЛЫ



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](http://WWW.FORMATLTD.RU)

# Мимакс-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](mailto:mimakiural@mimakiural.ru)  
[www.mimakiural.ru](http://www.mimakiural.ru)





## Дорогие полиграфисты!

ВСЕЛЕННАЯ ГОВОРИТ!

Даже если вы не слышите и не замечаете ее посланий. Помните, будучи ребенком, вы доверяли Вселенной и знали все-все на свете? Вы такие и сейчас. Сегодня тот самый день, когда об этом нужно вспомнить!

Остановитесь, успокойтесь и внимательно прислушайтесь к себе. В том ли направлении вы движетесь? С теми ли людьми общаетесь? Делаете ли все, чтобы приблизиться к своей мечте — или, наоборот, удаляетесь от нее? Если вы спросите у себя искренне и честно, то получите ответ.

И если ваша мечта оказалась забыта из-за повседневных дел, планов, обязанностей и переживаний — то подумайте о ней снова. И поставьте на пьедестал, чтобы она вдохновляла вас и указывала вам путь.

Никогда не поздно начать что-то делать, чему-то учиться, что-то осваивать. Все, что происходит — это путь к вершине. Идите смелее.

Дышите, живите, любите и идите к своей мечте. Никаких компромиссов!

Пусть все складывается, случается и происходит!  
Берегите себя и своих близких.

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

## Читайте в номере:

### НОВОСТИ

- 2 Итоги работы «Гейдельберг-СНГ» в 2021 году
- 4 Итоги выставки УРАКОВКА 2022
- 5 Выставка-семинар «Новые возможности»
- 6 Koenig & Bauer: новая стратегия, Rapida 106 X
- 8 «ЯМ Интернешнл»: итоги года, Canon imageRUNNER ADVANCE DX 8786 в Нижневартовске
- 9 Xerox PrimeLink C9070 в РПЦ «Запускай», Konica Minolta AccurioLabel 230 в типографии «Флексомир-В»
- 11 Ricoh Pro C5300S в «Бюро печати ПАРУС» и РК «ЗЭБРА»

### ИТОГИ ГОДА

- 12 «ТЕРРА СИСТЕМЫ» о результатах
- 30 Итоги компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

### ГОЛОС ПОЛИГРАФИИ

- 14 Виктор Вахитов, генеральный директор Pixlpark
- 16 Игорь Степанов, коммерческий директор «Графические системы»

### РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

- 18 Полиграфисты о пути развития компаний
- 22 8 вопросов о стратегической сессии
- 26 Виктория Ручка: коучинг в управлении

### СУВЕНИРНОЕ ВРЕМЯ

- 28 Карандаш: новое видение сувенира
- 25 Maxima
- 32 «ЯМ Интернешнл», форум, Печатник.com, «Сантай»

**ОБЛОЖКА:** «Формат», «Мимаки-Урал», Printech 2022, Koenig & Bauer

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. Корректурa: 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: №1 (141) январь-февраль 2022 г. Подписано в печать: 11.02.2022. Выход в свет: 15.02.2022. 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. © 2022 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

## Итоги работы «Гейдельберг-СНГ» в 2021 году



Клиенты компании высоко оценили надежность организации поставок оборудования, запасных частей и расходных материалов, а также качество и схемы оказания сервисных услуг. На рынке оборудования среди тенденций можно отметить отложенный спрос как в сегменте печати коммерческой продукции, так и упаковки/этикетки.

### Офсетные и цифровые печатные машины

16 листовых офсетных печатных машин (или 87 печатных секций) — итоги «Гейдельберг-СНГ» в данном сегменте в 2021 году. В это число входят машины, которые уже введены в эксплуатацию, а также те, которые находятся на стадии поставки/установки.

Это оборудование в разной конфигурации, начиная от простых моделей (например, Speedmaster SX 52–2 в Новосибирском колледже печати и информационных технологий) до высокопроизводительных машин для промышленной печати упаковочной продукции (например, Speedmaster XL 106–7+L в «Индустрии цвета», Санкт-Петербург) и комплексов нового печатного оборудования (например, на «Яснополянской фабрике тары и упаковки», Тула).

Цифровые машины Versafire EV (Ricoh Pro C7200X) запущены в двух учебных заведениях (Московском техникуме креативных индустрий им. Л.Б. Красина и ГБПОУ Уфимский профессиональный колледж имени Героя Советского Союза Султана Бикеева), а также в типографии «Эм-Ди-Ай Электроникс» (Москва). Все три машины работают под управлением контроллеров Prinect DFE.

### Программное обеспечение PRINETT и устройства СТР

«Самый эффективный менеджер» в полиграфии — Prinect Production Manager — появился в различных регионах России. Эта система теперь работает еще в пяти типографиях, которые находятся в Москве, Туле, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Йошкар-Оле.

Устройства для вывода форм Suprasetter A106 и Suprasetter A75 были установлены в двух типографиях; еще три Suprasetter уже заказаны и будут запущены в первом квартале 2022 года.

### Флексографские печатные системы GALLUS

Рынок производства этикетки в меньшей мере затронули сложности прошлого периода, некоторые крупные производители

не только не снизили объемы, но и смогли дополнительно развить свой бизнес. И многие из них выбрали машины Gallus для модернизации печатных участков. Еще более популярной в прошлом году стала модель Gallus Labelmaster 440, такие машины появились на полиграфических производствах в Московской и Саратовской областях. Gallus ECS 340 запущена в городе Чебоксары (Типография Брындиных). Некоторые из клиентов по итогам запуска машин заявили, что теперь дополнительно убедились не только в высоком качестве Gallus, но и в том, что на многие модели и опции швейцарского оборудования можно получить выгодное коммерческое предложение в рамках специальных акций компании «Гейдельберг-СНГ».

### Послепечатное оборудование

Фальцевально-склеивающая машина Diana Easy 85 в 2021 году увеличила производственные мощности «СиТи-Пресс» (Новосибирск), и это вторая единица оборудования данной модели (первая была запущена в 2020 году). Кроме этого, в «СиТи-Пресс» есть оборудование Masterwork для горячего тиснения фольгой Easymatrix 106 FC и высекальный пресс Easymatrix 106 CS.

Высекальная машина Easymatrix 106 CS появилась в типографии «Печатных дел мастер» (Москва), оборудование позволило компании выйти в новый сегмент рынка — производство упаковки, а также расширить возможности в сегменте коммерческой полиграфии.

Фальцевально-склеивающая линия Diana Go 85 установлена в ПЦ «Копир» (Новосибирск).

Инспекционная машина Diana Eye 55 запущена специалистами «Гейдельберг-СНГ» совместно с компанией «СМГ Технологии» в типографии «Роспак» (Пушино, Московская область). Машина будет использоваться для нанесения и верификации кодов национальной системы маркировки «Честный знак».



### Резальное оборудование

Фокус интересов производителей полиграфии в данном сегменте направлен на автоматизацию. Это определяет высокий интерес к установке как отдельных единиц вспомогательного резального оборудования, так и к приобретению резальных линий, которые значительно облегчают и сокращают ручной труд операторов.

В 2021 году поставлено пять единиц резальных машин Polar разных форматов, том числе оснащенных дополнительными устройствами (Autotrim, вибросталкиватель). Запущены два Polar N115, а также Polar D80, N78 Plus, N137 Plus. Последняя из перечисленных машин — в составе линии в типографии «Печатня».

### Расходные материалы

2021 год начался с юбилея флагмана в линейке красок — 15-летие отметила марка Novavit 918 Supreme bio, которая все эти годы является одной из самых популярных в своем сегменте, качеству этой краски доверяют большинство клиентов «Гейдельберг-СНГ».

В прошлом году можно отметить уверенный рост доли беспроцессных пластин в общих продажах пластин для CtP. Клиенты по достоинству оценили все преимущества беспроцессной технологии, и пластины Saphira thermal plate ND300 успешно применяются в типографиях.

Новинка этого года — анилоксовые валы Saphira PLP. Они производятся на заводе Heidelberg с использованием инновационной запатентованной технологии Pulse Laser Process, которая обеспечивает исключительную точность гравировки, что в свою очередь позволяет добиться высочайшего качества лакирования.

4-й квартал 2021 года ознаменовался обновлением ассортимента офсетных полотен — на рынке были представлены полотна 400-й серии, которые заняли уверенные позиции в линейке Saphira.

### Сервисное обслуживание и запасные части

Продолжает завоевывать популярность сотрудничество в рамках контрактов full service (комплексное сервисное обслуживание). Многие типографии продлевают их в течение нескольких лет. Например, уже пятый год подряд такой контракт заключает с «Гейдельберг-СНГ» типография «МАКСПРИНТ» (Москва); продлен договор с «Акрос» (Санкт-Петербург). Типография «ПикселПро» (Домодедово) заключила контракт на full service по завершении сервисного обслуживания по программе «36+».

Уверенно держит позиции и другой популярный вид контракта — предоплаченный сервис. Его в 2021 году продлили типографии «Высшая школа», «Опцион» (Москва). Новым стало соглашение на предоплаченный сервис в типографии «ЛЭКС» (Москва).

Востребованной является услуга диагностики оборудования, которой пользуются многие типографии в разных регионах России. Диагностика силами специалистов сервисной службы «Гейдельберг-СНГ» позволяет четко определить состояние оборудования и принять решение либо о замене, либо о ремонте машины.

В 2021 году запущена русскоязычная версия Heidelberg Assistant — интерактивной коммуникационной платформы, которая информирует обо всем, что делается в типографии. Heidelberg

Assistant обеспечивает доступ к различным продуктам и сервисам Heidelberg, предлагает удобную связь и онлайн-передачу данных для оперативного выяснения технических вопросов. Пилотный запуск платформы состоялся в конце 2021 года в типографии «ПикселПро», мы расскажем об этом проекте в ближайшее время, следите за нашими новостями.

### Мероприятия

Участие «Гейдельберг-СНГ» в Printech с демонстрацией оборудования на стенде выставки дало дополнительный стимул для повышения интереса клиентов к решениям Heidelberg и компаний-партнеров. На выставке компания «Гейдельберг-СНГ» заключила ряд контрактов на поставку оборудования, в том числе прессы Easymatrix 106 CS, представленного на стенде, он был приобретен типографией «Печатных дел мастер» (Москва).

Возобновились выездные демонстрации оборудования для полиграфистов на заводе и в Print Media Center Heidelberg в Германии. Пока эти мероприятия ограничены сложностями, связанными с ограничениями в связи с пандемией. Поэтому концерн Heidelberg активно использует онлайн-возможности для показов новинок и общения с клиентами. Очередное международное онлайн-мероприятие Innovation Week 2021 прошло в октябре в режиме прямой трансляции из реконструированного Print Media Center в Вислох-Вальдорфе, собрав на интернет-площадке участников из разных стран мира и ведущих экспертов Heidelberg.

*По материалам  
компании «Гейдельберг-СНГ»*

## Приятное послевкусие: УПАКОВКА 2022 состоялась!

С 25 по 28 января в ЦВК «Экспоцентр» состоялись международные отраслевые выставки *упаковка* и *interplastica 2022*. В двух выставках приняли участие 650 экспонента из 32 стран мира.

Выставка *упаковка* — ведущее бизнес-мероприятие в России, посвященное упаковочному оборудованию, готовой упаковке, упаковочным материалам и технологическим решениям. На стендах экспонентов — крупнейших российских и зарубежных производителей и поставщиков, уже традиционно можно было увидеть упаковочное и фасовочное оборудование, оборудование для розлива напитков и жидкостей, оборудование для выдува ПЭТ тары, оборудование для непищевого сектора, полиграфическое оборудование, оборудование для маркировки и штрихкодирования, а также готовые упаковочные решения — тара и упаковка из различных материалов. Впервые в выставке приняли участие компании «Гейдельберг-СНГ», Utesco Converting, «Пром Групп», «Тепол», Nevlabs, «Экомелт Рус», «Джингмода Рус», MindSpun, «Артон», «СибТехнопром», DIPRAN, OMAKS, GIRSIM MAKINE, KASAN MAKINA и другие.

Одним из ключевых разделов выставки *упаковка* уже на протяжении нескольких сезонов является направление «Печать для производства упаковки и этикетки» — Print for Packaging. В этом году на выставке можно было увидеть производителей оборудования и технологий для печати, поставщиков печатных материалов и полиграфических решений, а также типографии.

Еще одним приоритетным направлением на выставке являются технологии для производства, розлива и упаковки напитков — Filling Technologies — тема, которая также очень актуальна среди участников выставки благодаря многочисленным ключевым игрокам отрасли.

В рамках деловой программы состоялась конференция «Какой будет упаковка напитков через 5 лет?», организованная Союзом производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ).



**Екатерина Антонова, директор проекта *упаковка*:** «За два года рынок, конечно, переориентировался. Многие компании выходят на маркетплейсы, уходят в онлайн, и всем нужна упаковка. Именно поэтому мы рады, что компании представляют здесь и готовые упаковочные решения, и упаковочное оборудование. Также мы активно развиваем направление печати для производства этикетки и упаковки. В выставке участвуют более 150 компаний из 11 стран мира. Посетители из России, стран СНГ, Казахстана, Узбекистана. Хотелось бы добавить, что ежегодно в рамках национальных павильонов в выставке принимают участие компании из Германии, Италии и Турции».

Главным трендом на выставке стала тема вторичной переработки и экологизации упаковки как процесса достижения устойчивого развития.

Переход к циркулярной экономике, расширенная ответственность производителя, переработка и вторичное использование упаковки, а также сокращение материалоемкости упаковочных материалов, — все эти вопросы были рассмотрены на

конференции НКПак «Упаковка: как обеспечить устойчивое развитие без снижения качества жизни?».

**Андрей Слободчиков, руководитель отдела маркетинга и продукт-менеджмента «Гейдельберг-СНГ»:**

«Мы участвуем на выставке *упаковка* первый раз. Для нас это такой интересный положительный опыт. Компания «Гейдельберг-СНГ» является 100% дочерним предприятием немецкого концерна Heidelberg Druckmaschinen AG, который занимается производством полиграфического оборудования. Здесь, на рынке России, мы представляем различные полиграфические машины: это офсетные листовые печатные машины под брендом Speedmaster различных форматов. Также на выставке мы представляем решения в области узкорулонного оборудования — это наши флексомашины под брендом Gallus. Также на рынке РФ мы предоставляем услуги по поставке запасных частей, сервисного обслуживания, поставке расходных материалов для всей той линейки оборудования, которую производит наша материнская компания.

Сейчас мы видим, что встречаем новых и интересных партнеров, у нас завязываются разговоры. Мы также видим, что наши существующие заказчики тоже здесь есть. Это очень хорошее место для того, чтобы встретиться с нашими партнерами, провести беседы, поговорить о планах, о текущем состоянии дел и найти какие-то интересные точки. Мы сейчас живем в новую эру, и новая реальность всегда оказывает на любые планы, не только наши, свои определенные особенности и замечания».

*Следующая выставка *упаковка* пройдет с 24 по 27 января 2023 года.  
До встречи!*

*По материалам  
дирекции выставки*

## ВЫСТАВКА-СЕМИНАР ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ «НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ»

**12 апреля**

Ижевск (впервые!)

**20 апреля**

Екатеринбург



- ✓ Изучим на реальных примерах особенности сублимации и прямой печати по тканям на базе машин TS100 и TS55.
- ✓ Убедимся в отличном сочетании цена/качество машин Ricoh 5300 и Ricoh 7200 с дополнительными металлизированными цветами.
- ✓ Познакомимся с режущими плоттерами и послепечатным оборудованием.
- ✓ Получим ответы на технические вопросы и обменяемся опытом.

О месте и времени мероприятия скоро узнаете. Следите за новостями!

Регистрируйтесь на участие в мероприятии на [www.grs1.ru](http://www.grs1.ru)

## Koenig & Bauer: новая стратегия



**Преобразование из традиционной машиностроительной компании в компанию, ориентированную на гибкие технологии. Основываясь на глобальных тенденциях и интенсивных обсуждениях с клиентами и экспертами, группа определила свое стратегическое направление на следующие несколько лет.**

### Устойчивое развитие

«Мы стремимся сократить выбросы CO<sub>2</sub> на наших производственных предприятиях на 75% к 2025 году и хотим быть полностью экологически нейтральными к 2030 году», — говорит спикер правления Др. Андреас Плеске.

Используя систему управления энергопотреблением, Koenig & Bauer прокладывает путь клиентам для достижения более эффективного использования электроэнергии в полиграфии и поддерживает их с точки зрения стабильности производственных процессов. Koenig & Bauer ищет эффективные экологические решения совместно с производителями бумаги и картона, производителями складных коробок, владельцами торговых марок, поставщиками технологий и материалов, а также предприятиями по сбору, сортировке и переработке отходов на ранней стадии».

### Модульность: ключ к большей эффективности

Koenig & Bauer, единственный производитель машин, который владеет всеми процессами промышленной печати практически на всех материалах на своих основных рынках. Благодаря этому клиенты получают выгоду из разнообразного ассортимента про-

дуктов, опыта и технических ноу-хау, накопленных за более чем 200-летнюю историю компании.

Модульная платформа для будущих поколений машин предлагает клиентам множество преимуществ: «Новые технологии быстрее готовятся к выпуску на рынок, машины и системы можно постоянно контролировать и стандартизировать с точки зрения обслуживания», — подчеркивает член Исполнительного совета и главный операционный директор Майкл Ульверих. «Модульная система гарантирует, что клиенты и дальше будут получать индивидуальные решения. Стандартизация некоторых элементов одновременно создает больше возможностей для инноваций и персонализации — с неизменно высоким качеством».

### Цифровизация

Помимо машин, все большее значение приобретают цифровые сервисы, позволяющие объединять машины в сеть, собирать и анализировать данные и эффективно управлять процессами. Koenig & Bauer разрабатывает цифровые сервисы на основе высокомасштабируемых облачных платформ и делает их доступными для клиентов через портал

для совместной работы. Анализ машинных данных формирует основу для оценки производительности, установки контрольных показателей и сценариев промышленной аналитики. В сочетании с машинным обучением Koenig & Bauer может гораздо раньше и точнее выявлять потенциальные сбои в процессах и инициировать сервисное и техническое обслуживание в полностью автоматизированном режиме. Незапланированные простои можно сократить, а интервалы сервисного обслуживания могут стать более согласованными.

### Короткое время переналадки и гибкие процессы в упаковочном производстве

Высокопроизводительные цифровые печатные машины Koenig & Bauer предлагают клиентам в области упаковочной печати новые бизнес-модели для печати небольших тиражей, в соответствии с быстро меняющимися требованиями рынка, с элементами защиты, с решениями для отслеживания, а также с персонализацией и индивидуальным дизайном. Основное внимание уделяется всей цепочке создания стоимости в аспекте оптимизации затрат.

Koenig & Bauer реагирует на тенденцию рынка к гибридным процессам в области печати на бумаге, картоне, гофрокартоне и пленках, сочетая аналоговую и цифровую печать и технологии отделки.

### За социальную ответственность и разнообразие

Большее разнообразие в компании с точки зрения пола, возраста и интернациональности также является частью стратегической ориентации Koenig & Bauer. Одним из направлений является продвижение женщин, например, посредством программ наставничества и карьерного роста, а также благодаря обширным мерам по совмещению семьи и работы, а также инициатив по борьбе с дискриминацией и расизмом.

*По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»*



# Rapida 106 X обеспечивает высокую точность растровой точки

Есть мнение, что в Альтенбургской типографии (DZA) печатают серебряными буквами. Это свидетельствует о внимании к качеству в компании, история которой восходит к 1594 году и которая до сих пор частично работает в здании, построенном в 1870 году. Буквы — будь то серебряные или свинцовые — теперь, конечно же, часть истории. Стандарты качества, которыми славится компания и которые она постоянно совершенствует, остались прежними.

Художественные музеи, архитектурные бюро, фотографы, издатели и агентства заказывают каталоги именно в типографии в DZA. Неудивительно, что многие клиенты делают заказы не только из Германии, но и из Швейцарии, а также из Великобритании и США.

## Контроль качества

На производстве используются самые современные полиграфические технологии. Уже несколько недель в производстве находится совершенно новая Rapida 106 X. Печатная машина среднего формата (макс. формат листа 740 x 1060 мм) с восьмью-красочными секциями, устройством переворота для печати 4+4 и дополнительной лакировальной секцией является на сегодняшний день самой оснащенной листовой офсетной печатной машиной на производстве.

Это машина, в которой есть все, поэтому она дает экспертам типографии DZA значительные улучшения с точки зрения измерения и контроля качества. С QualiTronic ColorControl качество печати регулируется постоянно. Кроме того,



машина оснащена InstrumentFlight для контроля баланса по серому и QualiTronic PDFCheck для сравнения печатной продукции с PDF-файлом из допечатных процессов.

Специальные датчики распознают одноцветные и черные печатные материалы как на накладе, так и в процессе переворота запечатываемого материала.

## Автоматизация для быстрой смены заказов

Основываясь на том, что тиражи в типографии в основном малые и средние, специалисты DZA придавали большое значение решениям в области автоматизации машины для сокращения времени переналадки. Это начинается с одновременной смены форм (DriveTronic SPC) и продолжается системами смывки (CleanTronic Synchro). Параллельные процессы переналадки в этом случае являются стандартом», — говорит управляющий директор Пер-Филипп Келлер. Вот почему Rapida 106 X редко работает с полной нагрузкой.

Возможность печати 4+4 за один прогон и широкие возможности встроенной финишной отделки — это большой шаг для DZA. «Это означает, что мы значительно оптимизировали наши производственные процессы», — описывает Келлер. «И все это вместе с улучшенным качеством печати, расширенными возможностями для отделки продукции и дополнительными страте-

гическими возможностями». Потому что, если требуется, машина также может печатать до восьми красок с последующим лакированием. Также возможно многократное лакирование с помощью лакировальной и красочных секций. Помимо защитного лакирования, могут создаваться различные финишные эффекты: сплошной или выборочный глянец, полуматовые или матовые эффекты — все зависит от желания клиента.

## Каждый продукт уникален

Часто для печати используется растр с частотной модуляцией. Оптимизация допечатной подготовки и использование сильно пигментированных красок делают возможным расширение цветового охвата. Чтобы добиться определенных цветов и эффектов, при необходимости также можно использовать пантоны.

Универсальность — одна из важнейших характеристик типографии. «Каждый продукт уникален!» — в этом убеждены Пер-Филипп Келлер и его 75 сотрудников. И с таким подходом обрабатывается каждый заказ. Пробы, тесты и внедрение новых технологий, которые придумывают творческие умы, являются частью повседневной работы специалистов по печати из Альтенбурга. Это касается печати, а также оборудования и послепечатной обработки.

По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»



## «ЯМ Интернешнл»: итоги года

Среди наиболее интересных событий компании запуск в типографии «Хатбер-М» (Черноголовка, Московская область) 5-красочной офсетной машины Komori Lithrone G40 с лакировальной секцией. Эта гибридная машина формата В1 уверенно печатает попеременно масляными и УФ-красками. Также в феврале установлена первая в России струйная ЦПМ Komori Impremia IS29 формата В2 в типографском комплексе «Девиз» (Санкт-Петербург) и летом в ПИК «Идел-Пресс» (Казань) инсталлирована первая в России 5-красочная листовая офсетная машина Komori Lithrone G40 обновленной серии Advance, представленной рынку в 2021 году. Установленная в ПИК «Идел-Пресс» Komori Lithrone GL 540+C Advance оснащена PQA камерой, отвечающей за автоматический контроль цвета, совмещение красок и отслеживание дефектов на оттиске.

Во время приемо-сдаточных испытаний 6-красочной офсетной машины Komori GL-29+С формата В2 в ИПК «Пензенская Правда» (Пенза), тестовая работа была напечатана по технологии Hexachrome. Эта технология значительно расширяет цветовой охват изображения и дает типографии, имеющей 6-красочную машину, преимущество даже в такой консервативной нише, как полноцветная печать.

В 2021 году сервисной службой «ЯМ Интернешнл» было установлено несколько СТР-систем, среди которых есть модель, способная экспонировать не только флексографские пластины и термооблационные пленки, но и офсетные термальные пластины.

В области послепечатного оборудования, в «Московской газетной типографии» (Москва) введена в эксплуатацию обновленная резальная машина baumannperfecta 132SE (ранее машины выпускались под брендом Perfecta) с боковыми



столами увеличенного размера и baumannperfecta 115 SE в «Ульяновском доме печати» (Ульяновск). В типографии «Артес» (Екатеринбург) установлен первый после смены названия фирмы-производителя автоматический пресс Eterna Ecut 1050 формата В1 (до середины 2020 года оборудование поставлялось под торговой маркой Brausse). Всего в 2021 году «ЯМ Интернешнл» установила пять единиц оборудования марки Eterna.

*По материалам  
компании «ЯМ Интернешнл»*

## Canon imageRUNNER ADVANCE DX 8786 в Нижневартковске

Компания «НИССА Центрм», официальный Advanced ProPrint партнер Canon в России, установила монохромную цифровую печатную машину Canon imageRUNNER ADVANCE DX8786 в типографию газеты «Варта».

Начальник типографии, Роман Белоусов, рассказывает: «В сентябре 1990 года была основана нижневартковская городская газета «Варта». За этот период мы успели поработать на оборудовании разных производителей. Для печати коротких тиражей черно-белой продукции последние 10 лет мы использовали Canon iR 5055. Оборудование этой марки нас не подводило все это время. Поэтому, когда пришло время его обновлять, мы снова выбрали МФУ CANON новой серии IRA DX 8705.

Мы оценили высокую скорость печати (86 стр/мин в минимальной комплектации) и сканирования (до 270 стр/мин), наличие сетевой карты в базовой комплектации,



большую входную емкость (4200 стр) и широкий спектр бумаги. А также низкую себестоимость за счет практически «вечного» фотобарабана с официальным ресурсом 6000 000 страниц.

Отдельная благодарность Александру Аграновскому, который оперативно консультировал нас по всем вопросам. Такелаж и запуск прошли четко в запланированные сроки. Сервисный инженер через час после установки собрал оборудование, сделал необходимые настройки и подготовил его к печати.

Порадовала возможность подключения к различным облачным ресурсам. Сегодня мы печатаем бланки, журналы, квитанции, листовки и т.п. Копируем многостраничные инструкции для различных типов промышленного оборудования. За первый месяц работы самый длинный тираж был 2500 формата А3. Нужно было сделать 10 копий задания объемом 500 листов. Благодаря двустороннему скоростному сканеру с автоподатчиком эта работа заняла около 2 часов, в то время как раньше мы бы на нее потратили 2 дня.

Главное, что новый Canon IRA DX 8786 уже сегодня дал нашей типографии, — это значительно возросшая оперативность и уверенность в выполнении любой задачи наших клиентов».

*По материалам  
компании «НИССА Центрм»*

## Херох PrimeLink C9070 в РПЦ «Запускай»

Начало новогоднего сезона — серьезное испытание для печатных машин, которые работают на производстве годами. Время идет, прогресс не стоит на месте, производство «Запускай» (Екатеринбург) совершенствуется и стремится к формированию наилучшего предложения на рынке цифровых услуг. Для этого нужно современное оборудование, в том числе принтер для цифровой печати. Отличный подаорок на десятилетие компании.

«Компания «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть» предложила нам новейшую модель Херох PrimeLink C9070, модернизированную версию известной Херох Colour C60/C70. Это полноцветная цифровая печатная машина формата SRA3, которая ориентирована на заказчиков с большим ежемесячным объемом цветной печати. Основные критерии выбора: легкая интуитивная эксплуатация, возможность модернизации, наименьшая себе-

стоимость отпечатка, современность оборудования. Безусловно, мы уже породнились с Херох за столько лет работы, есть понимание политики компании. И главное преимущество: качество и доступность сервиса и расходных материалов», — рассказывает Зарема Мусадьянова, генеральный директор рекламно-производственного цеха «Запускай».

Зарема Мусадьянова отмечает, что с дизайнерской текстурированной бумагой плотностью 350 грамм ЦПМ справилась отлично. Пять лотков при полной загрузке позволяют создать запас бумаги 7250 листов. «Также важно, что есть возможность самостоятельной замены расходных материалов оператором без вызова сервисных инженеров. Оператор может своими силами провести замену тонеров, фоторецепторов (барабанов), фьюзера (печки), коротрона заряда, емкости для отработанного тонера».



Еще одна интересная задумка Херох, которая повлияла на выбор — это возможность модернизации. Машину можно дополнить печатью белым, серебряным, золотым и прозрачным тонерами либо для печати флюоресцентными тонерами. Для компании открываются в будущем интересные возможности, чтобы дополнить спектр услуг.

*По материалам РПЦ «Запускай».*

## Konica Minolta AccurioLabel 230 в типографии «Флексомир-В»

В пятигорской типографии «Флексомир-В» начала работу цифровая машина для печати этикетки Konica Minolta AccurioLabel 230. Типография основана в 2012 году. Благодаря качественной и сплоченной работе коллектива спустя всего два года компания удвоила производственные мощности. Сегодня типография производит самоклеящуюся этикетку любой сложности.

«Потребность в цифровом печатном оборудовании мы ощутили давно. На наших заказчиков, конечно, повлияли рыночные тенденции последних лет, и с каждым днем потребность в коротких тиражах только увеличивалась, не говоря уже о заказах на печать этикетки в соответствии с требованиями системы национальной маркировки «Честный Знак». Чтобы отвечать потребностям наших текущих и потенциальных клиентов, мы



приняли решение инвестировать в «цифру». Кроме того, применение «цифры» позволит нам быть более эффективными при печати коротких и пробных тиражей, экономя на приладах», — отметил Владимир Ли, генеральный директор типографии «Флексомир-В».

В типографии «Флексомир-В» установлена AccurioLabel 230 в стандартной четырехкрасочной конфигурации с датчиком чтения фотометки для печати вторым прогоном. Это позволит использовать машину для персонализации тиражей, отпечатанных флексографским

способом. Установленная конфигурация машины предусматривает опциональное дооснащение флексографской секцией для нанесения белил при печати на прозрачных и металлизированных материалах.

«Инсталляция в типографии "Флексомир-В" стала юбилейной для Konica Minolta на рынке узко-рулонной печати. Это 25-я узко-рулонная машина Konica Minolta России, — комментирует Максим Барабанов, руководитель направления «Этикетки и гибкой упаковки» Konica Minolta Business Solutions Russia. — Благодаря нашей поддержке "Флексомир-В" сможет быстро освоить технологию цифровой печати и персонализации этикетки и предложить своим клиентам то, что им действительно нужно».

*По материалам компании Konica Minolta*

ЦПМ  
RICOH  
Pro C5300

**RICOH**  
imagine. change.



## ПРОМЫШЛЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В КОМПАКТНОМ ИСПОЛНЕНИИ!

Дуплекс  
до 360 г/м<sup>2</sup>

Скорость печати  
80/65 стр/мин  
(до 256 г/м<sup>2</sup>)

Вакуумная  
подача

[ricoh.ru](http://ricoh.ru)

## Ricoh Pro C5300S в «Бюро печати ПАРУС»

История типографии «Бюро печати ПАРУС» (Екатеринбург) развивалась стремительно. В 2020 году менеджер типографии с опытом совместного запуска типографии принял решение открыть собственную. За два года из 4 сотрудников команда выросла до 25 человек, имеющих большой опыт в полиграфии.

Основное направление типографии — изготовление упаковочной продукции (коробки из картона и микрофрокартона, бумажные пакеты). Также компания развивает направление твердого переплета и подарочных коробок из переплетного картона. Молодой компании удалось быстро завоевать любовь клиентов. Среди заказчиков крупные интернет-магазины, рекламные агентства, образовательные учреждения, известные бренды и другие сегменты компаний.

«Если не обновлять парк оборудования и не искать новые пути развития — это путь назад. Не-

важно, как медленно мы идем — мы все равно впереди тех, кто сидит на диване», — объясняет свою позицию Дмитрий Валеев, основатель «Бюро печати ПАРУС».

На протяжении двух лет «цифровые» заказы бюро печати передавало компании-партнеру. В этой типографии заказы отпечатывали на Ricoh Pro C5300S. Результат получался стабильно на высоком уровне. Такой тест-драйв показал, насколько данная модель перспективна. Качество печати, себестоимость оттиска и стоимость самой машины стали решающими при выборе оборудования в «Бюро печати ПАРУС».

Первый заказ, отпечатанный на Ricoh Pro C5300S — плакат длиной 1040 мм. Дмитрий Валеев отмечает, что цифровых машин, печатающих длину 1200 мм, практически нет на рынке, и это большое преимущество Ricoh.

«На машине мы отпечатали большой тираж открыток на дизайнер-



ской текстурированной бумаге (фетр) PRISMA 2-стороннего тиснения, 300 г/м<sup>2</sup> с 90% заливкой. Заказчику было важно, чтобы часть фактуры бумаги была не залита тонером, и мы справились с этой задачей. Новые проекты, связанные с Ricoh Pro C5300S, пока в голове. Как только будет воплощение в жизнь — поделюсь», — рассказывает Дмитрий Валеев.

Маргарита Семейкина

## «ЗЁБРА»: грандиозные планы на Ricoh Pro C5300S



Рекламная компания «ЗЁБРА» (Пермь) основана 10 лет назад на базе типографии «Зёбра». Сейчас это семейный бизнес одного из создателей типографии. Компания занимается широким спектром рекламно-производственных направлений.

«Как сказано в одной книге — «Сначала ты работаешь на репутацию, а потом она работает на тебя». Наша специализация —

если вам никто не может помочь, приходите к нам!». Сейчас мы развиваем несколько направлений, в том числе цифровая печать, УФ-печать, работа с автомобильными пленками (рекламная, декоративная и защитная оклейка авто), — рассказывает Вячеслав Овчинников, директор рекламной компании «ЗЁБРА».

В числе заказчиков компании частные лица, малый-средний бизнес, крупные предприятия и администрация губернатора, силовые структуры.

Основатель «ЗЁБРА» уверен: чтобы решать нестандартные задачи, надо поддерживать парк оборудования в идеальном состоянии. А креативных вызовов на производстве достаточно.

В ноябре 2021 года компания установила Ricoh Pro C5300S. Как

раз в самое жаркое время для полиграфистов. Вячеслав Овчинников отмечает, что машина себя уже окупала. Он подчеркивает, что в начальном профи-сегменте на сегодня это идеальная машина в соотношении цена-качество-производственные возможности. На рынке цифровой печати Ricoh Pro C5300S закрывает все потребности оперативного полиграфического производства.

Планы у команды в связи с обновлением производства грандиозные. Например, планируется развить направление автомобильного детейлинга в полном объеме.

«Компания Ricoh Rus — идеальный партнер с точки зрения B2B!», — подводит итог Вячеслав.

Маргарита Семейкина

## «ТЕРРА СИСТЕМЫ»: результат года



Стефан Валуцкий,  
генеральный директор  
компании  
«ТЕРРА СИСТЕМЫ»  
(Москва)

■ Почти 10 лет назад, когда компания только создавалась, одной из основных целей стало возвращение на российский рынок офсетных печатных машин RYOBI (RMGT). За годы работы вам удалось стать одним из лидеров продаж в сегменте B2/A1 форматов печати. Как изменился ваш курс развития?

За годы существования компании наши цели немного менялись. Изначально планировали сосредоточиться только на офсетной печати, но в итоге нам удалось развить сразу несколько самостоятельных направлений. В их числе системы светодиодной сушки AMS, промышленные цифровые системы печати Ricoh, универсальные режущие плоттеры iECHO и не только. В этом смысле мы, безусловно, перевыполнили нашу изначальную цель, но на самом деле все еще впереди.

■ Оглядываясь на 2021 год, что, по вашим ощущениям, особенно удалось?

В первую очередь, удалось очень хорошо поработать на рынке картонной и бумажной упаковки. Заключили достаточно большое количество интересных контрактов на поставку специализированного постпечатного оборудования.

О новостях и победах компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ», поставщика оборудования и расходных материалов для полиграфии и производства картонной упаковки, в отрасли слышно регулярно. Новые инсталляции, отраслевая конференция... И это только верхушка айсберга. Что еще значимого есть в списке итогов года компании?

Имеет смысл особенно выделить наш большой контракт на поставку комплекса оборудования для производства бумажных пакетов, который мы планируем вводить в эксплуатацию во второй половине этого года на производственной площадке Калужской полотняно-заводской бумажной мануфактуры.

■ Назовите несколько знаковых для компании событий 2021 года.

Можно многое выделить, но остановлюсь на заключении контракта на поставку первой в России листовой офсетной печатной машины B1 формата RMGT 1050ST-4, которая будет инсталлирована весной этого года в одной

из типографий ЮФО РФ. Событие, безусловно, знаковое для нашей компании.

■ Можете сопоставить ожидания и реальность?

По некоторым направлениям наши ожидания не оправдались на должном уровне, а по каким-то очень сильно даже превзошли. Но в целом от 2021 года ожидал существенно меньшего. Не скрою, итоговые результаты по открытию новых проектов радуют.

■ Как бы вы описали, каким стал для вас 2021 год?

Трудным, но достаточно интересным. Несмотря на все суще-

«Чувствуем себя достаточно уверенно. Нам есть что предложить российским полиграфистам»



«ТЕРРА СИСТЕМЫ» запустили новый планшетный плоттер iECHO TK4S в компании «РИЗУР»

ствующие ограничения мы смогли в очередной раз провести большое мероприятие для российских полиграфистов. В Белгородской типографии «КОНСТАНТА» презентовали новую листовую офсетную печатную машину A1 формата RMGT 920ST-5 и познакомили всех наших гостей с последними разработками и инновациями наших японских коллег.

Машины 920-й серии являются безусловным мировым лидером в формате печати A1 и по праву заслужили признание, в том числе среди российских полиграфистов. Поставляемая новая печатная машина имеет высокий уровень автоматизации и позволит «КОНСТАНТЕ» укрепить свои позиции в регионе.

#### ■ Как у вас выстроены отношения с регионами?

Мы очень активно работаем со всеми регионами от Крыма до Якутска, от Калининграда до Владивостока. Если внимательно посмотреть на наши новости, то

как раз в регионы мы поставляем оборудования существенно больше чем, например, в Москву или Московскую область, что в итоге натолкнуло нас на опре-

мы сохраним данные приоритеты. Любой успешный бизнес вряд ли возможен без квалифицированных людей и наличия свободных денежных средств.

**«Заключение контракта на поставку первой в России листовой офсетной печатной машины B1 формата RMGT 1050ST-4, которая будет инсталлирована весной этого года в одной из типографий ЮФО РФ — событие, безусловно, знаковое для нашей компании»**

деленные размышления. Все это привело к ряду структурных изменений в работе отдела продаж уже в этом году.

#### ■ Какие стратегические решения 2020–2021 принесли весомые результаты? Что в приоритете в ближайшем будущем?

Все наши стратегические решения в 2020–2021 с учетом всей ситуации с пандемией касались, в первую очередь, финансовой стабильности и кадровой политики. Думаю, в ближайшем будущем

#### ■ Что помогает вашей команде работать вместе в непростой период пандемии?

За последние годы у нас сложился отличный коллектив, где работают профессионалы своего дела. Все чувствуют свою причастность к общему результату и соответствующую ответственность за качество своей работы.

#### ■ Как компания чувствует себя сегодня в индустрии?

Чувствуем себя достаточно уверенно. Нам есть что предложить российским полиграфистам.

Маргарита Семейкина

**RMGT** RYOBI MHI Graphic Technology Ltd.

**“ЕСЛИ ВЫ ЗАБОТИТЕСЬ О КАЧЕСТВЕ,  
ПРИБЫЛЬ ПОЗАБОТИТСЯ О СЕБЕ САМА”**

*Масааки Имаи, «Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний»*

**RMGT 9**  
формат A1+



**TERRA SYSTEMS**  
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

+7 (495) 120-27-82 [www.terrasystems.ru](http://www.terrasystems.ru)

TERRA СИСТЕМЫ – эксклюзивный поставщик RYOBI MHI Graphic Technology в России, Украине, Беларуси и странах Балтии

## Виктор Вахитов о спринтах разработки, темпах внедрения автоматизации и успешных кейсах



Виктор Вахитов,  
генеральный директор  
компании Pixlpark (Томск)

### ■ Виктор, с чего началась история Pixlpark?

Все началось в далеком 2005 году, когда мы с одногруппником, будучи еще студентами 5-го курса факультета информатики ТГУ, устроились в IT-компанию. Вдвоем мы начали заниматься разработкой сервиса-агрегатора фотоцентров, который позволял жителям города заказывать печать фотографий. В последствии на этот сервис мы добавили услуги по изготовлению фотосувениров, а для лидогенерации разработали несколько отдельных сайтов — социальную сеть на основе фото и файловое хранилище.

За несколько лет нам не удалось из этого проекта построить полноценный бизнес. В итоге было принято решение на базе разработки создать новый продукт — web-to-print для фотоцентров по подписке. Отправной точкой для этого была регистрация отдельного юридического лица в начале 2008 года. Фактически, мы стали пионерами рынка, которого на тот момент в России еще не существовало. Но,

**«Автоматизация будет развиваться очень медленно. Сейчас это интересно только крупным компаниям, где автоматизация либо экономит деньги, либо позволяет заработать дополнительные. А это единицы процентов»**

Медленно, но верно автоматизация шагает по России. Один из двигателей прогресса — Pixlpark. Это платформа для создания интернет-магазина и мобильного приложения по продаже фотопродукции, полиграфии и бизнес-сувениров. Виктор Вахитов — «резидент» Уральского полиграфического форума и других профильных мероприятий. Ему всегда есть, чем поделиться. На этот раз обсуждаем историю развития компании, решений и индустрии в целом.

так как не было рынка, то и первые инсталляции у нас были за рубежом. И лишь в 2012 году российские печатные компании стали активно обращаться к нам.

### ■ Как происходит разработка/усовершенствование решений?

Как в самом начале, так и сейчас автором нашего продукта можно считать его пользователей. Мы лишь анализируем обратную связь, вычлняя наиболее важное для всех пользователей платформы.

Развитие продукта идет небольшими спринтами. Если раньше они были двухнедельные, то сейчас спринт в среднем длится два месяца. Для нас это оптимальный срок, когда мы успеваем разработать несколько новых функций, готовых к использованию, исправить часть имеющихся ошибок, а также провести комплексное тестирование.

### ■ Как ваша компания сегодня чувствует себя в индустрии?

Вполне неплохо — у нас 35 штатных специалистов и еще 5 на аутсорсе. Мы разрабатываем крутой продукт с набором функций, которых нет у аналогичных решений. Есть видение, куда нужно разви-

вать сервис. Плюс есть идеи новых продуктов.

### ■ В чем именно отличия и уникальность ваших решений?

В нашем решении есть три блока:

1. Web-to-print платформа для продажи полиграфии и фотопродукции.

2. Модуль бизнес-сувениров, агрегирующий всех поставщиков, а также позволяющий делать расчет стоимости нанесения и формировать менеджерам коммерческие предложения.

3. Мобильное приложение для продажи фотопродукции, которое в свою очередь интегрировано с web-to-print решением.

Наше решение по бизнес-сувенирам позволяет производить расчет стоимости нанесения и формировать коммерческие предложения. Кроме того, предлагаем интеграцию с полиграфическими ERP-системами, так как не пытаемся стать единым незаменимым инструментов деятельности типографии.

### ■ Меняет ли пандемия ход развития автоматизации в стране?

Первые полгода, когда вводились локдауны, компании «пошли» за средствами удаленной работы. Но потом успокоились. И все вернулось к прежним темпам внедрения автоматизации.

Давайте будем честны — автоматизация будет развиваться очень медленно. Сейчас это интересно только крупным компаниям, где автоматизация либо экономит



деньги, либо позволяет заработать дополнительные. А это единицы процентов.

## ■ Оцените интерес к автоматизации в столице и регионах сегодня.

Наибольший интерес к автоматизации в двух столицах, так как для компаний дороже кадры, а клиенты начинают ценить свое время. В регионах же люди по-прежнему первый заказ хотят совершать лично. Да и последующие, при возможности, хотят, чтобы менеджеры совершали за них.

К слову, это касается не только полиграфической индустрии. Даже в компаниях по продаже бытовой техники существует корпоративный отдел, который работает с небольшими организациями. Хотя им куда проще автоматизироваться, переводя все заказы на сайт.

## ■ С коллегами сотрудничаете?

Сейчас мы ведем интеграцию со смежными программными решениями, чтобы не конкурировать, а дополнять друг друга. Разработчикам это на руку, чтобы минимизировать издержки на непрофильные направления разработки. А индустрии — чтобы получать комплексное решение из нескольких ПО с набором лучших функций.

## ■ Можно ли сказать, что все же отношение полиграфистов меняется?

Стоит сказать, что хайп вокруг web-to-print прошел несколько лет назад. Теперь люди не ждут от него каких-то чудес. И в основном приходят к этому по нескольким причинам: заменить устаревший сайт на современный, попробовать дополнительно продавать онлайн и найти новых клиентов, комплексно автоматизировать процесс приема заказов. Последних заказчиков — единицы.

## ■ В случае внедрения автоматизации индивидуальный подход особенно важен?

Безусловно. Весь пул задач, который мы реализуем, фактически формируется пользователями платформы. А с ключевыми заказчиками



мы регулярно проводим совещания по стратегии развития или проблемам коммуникации.

Также мы всегда идем навстречу, если требуется разработать уникальный функционал. За ключевыми клиентами закреплены выделенные разработчики.

## ■ Как у вас устроен «постсервис»?

Примерно раз в два месяца у нас выходит очередное обновление сервиса, которое включает новый функционал и исправление ошибок. По желанию каждая компания за неделю до релиза может подключиться к тестированию, чтобы проверить собственные сценарии работы платформы.

Также есть команда технической поддержки, которая консультирует по использованию платформы, и отдел внедрения, выполняющий разного рода задачи по модернизации запущенных проектов.

## ■ Расскажите подробнее об одном из успешных кейсов. Что это было?

Самый успешный кейс — это полиграфическое подразделение компании «Фотоэксперт», работающее под брендом PrintProduction. Другие раскрученные проекты компании — это NetPrint, «Мультифото» и «Фабрика Фотокниги».

Для PrintProduction наше решение в чистом виде является средством автоматизации по приему

заказов. Причем мы добились полной интеграции как с бухгалтерской системой, так и с системой управления производством. Фактически, клиент сам отправляет заказ в печать, как это идеологически задумывалось в web-to-print. За прошлый год объем заказов компании, проходящий через Pixlpark, вырос в несколько раз. На 2022 год запланирован запуск еще нескольких направлений.

## ■ Какие итоги 2021 года вы бы отметили? С какими намерениями начинаете 2022?

Из бизнес-итога стоит отметить со знаком минус резкий рост расходов на разработку и обновление команды на 50%. Но мы решили не сбавлять темп, а наоборот — дополнительно инвестировать в разработку нашего сервиса.

В плане развития web-to-print в прошлом году из значимого нам удалось усовершенствовать модуль бизнес-сувениров, добавив расчет стоимости нанесения, сделать новую интерактивную страницу доставки и запустить новый онлайн-редактор.

Сейчас мы завершаем интеграцию с ведущими полиграфическими ERP-системами: ASystem, 1С: Полиграфия, HelloPrint и еще несколькими. Также активно расширяем функционал работы с b2b-заказчиками и выпускаем новую версию мобильного приложения.

## «Печатные машины — для меня хобби и работа»



Игорь Степанов,  
коммерческий директор  
компании «Графические  
системы»

### ■ Игорь, каким вам запомнился школьный период?

Юность была активная, помимо учебы еще много интересов. Больше всего запомнилось и повлияло на мое развитие активное увлечение спортом. Увлекался беговыми лыжами, борьбой. Также я был активным игроком дворовой команды по хоккею. Еще очень любил походы: в тайгу, с палаткой... Походы и сплавы регулярно случаются в моей жизни и сейчас. Хотел бы отправиться в поход на Байкал.

### ■ В каких городах вам удалось пожить?

Некоторое время во время учебы жил в Рыльске, немного в Москве и еще немного в Новосибирске. Больше всего времени провел, конечно, в родном Сургуте и в Екатеринбурге. Екатеринбург мне близок по менталитету, здесь я себя чувствую как дома.



Полиграфия разделила жизнь Игоря Степанова на до и после. До — авиация и экстремальные гонки. Сейчас главный интерес — печатное оборудование. Богатый жизненный опыт и жажда знаний привели героя туда, где он развивается сейчас. Что повлияло на становление личности — в интервью.

### ■ Есть место в вашей биографии и военной службе?

Я не служил в армии в прямом понимании этого слова. Всегда мечтал быть военным, да и самолеты с детства к себе сильно тянули. Получил военное образование — окончил военное авиационно-техническое училище. Учиться было интересно, это образование мне многое дало в жизни. Благодаря учебе научился себя организовывать, ставить задачи и достигать целей.

Волей судьбы принял решение военную карьеру не строить. Авиация — это мое большое увлечение и по сей день, общаюсь с однокурсниками, всегда узнаю новости их жизни и этой сферы.

### ■ Ваше первое место работы было связано с авиацией?

Да, я начал карьеру в аэропорте Сургута. Сургутский объединенный авиаотряд, радиотехник эксплуатации наземных радиосредств самолето-вождения и посадки.

Первое, что вспоминается, — как в ноябре прилетел краснодарский рейс и люди в шортах ждали свои вещи, а на улице было –30 градусов. Выход в город как раз был напротив окон нашего кабинета.

### ■ Как автоэкстрим появился в жизни?

Началось все случайно, с покупки спортивной машины. Познакомился с владельцами спорткаров, и у нас образовалось сообщество по интересам. Мы вместе организовывали ночные гонки, гонки на ледовой трассе. Мы даже стали, можно сказать, организацией. Однажды подводили итоги сезона с вручением грамот и призов.

Это был важный период, но при переезде из Сургута в Екатеринбург

все ушло в прошлое. И начался новый этап. По гонкам, конечно, скучаю иногда. Правда, сейчас нашел новое увлечение: катаемся летом на кроссовых мотоциклах по пересеченной местности.

### ■ Какими были ваши 90-е?

Годы веселые и насыщенные. В 90-е я прошел интересный путь от сервисного инженера до коммерческого директора. В этот период произошло знакомство со специалистами компании Херох и начало совместной работы. Именно так и попал в полиграфию. Это, наверно, самое ключевое событие в моей судьбе.

### ■ Как на вас повлияла работа в компании «Графические системы»?

В моей жизни это были изменения в лучшую сторону. Если ранее я развивался, изучая технологии и продукт, то сейчас вектор направлен на развитие меня как руководителя.

### ■ Главный кайф в вашей работе?

Так совпало, что моя работа и мое хобби — это печатные машины. Так что работа для меня — большой кайф.

Изначально мне понравилось технологическое развитие индустрии, и по сей день все это мне очень интересно. Динамика развития выросла, каждый день узнаю что-то новое. Отрасль развивается и трансформируется, этим





и увлекает. Этому поводу, я думаю, в этом году мы посвятим ряд статей.

### ■ Какие люди вас окружают?

В жизни очень повезло, меня всегда окружают замечательные люди. Есть друзья по увлечениям. Нас объединяют общие дела и интересы.

Мои коллеги — замечательные люди. Стоит отметить, что мы не просто коллеги, а единомышленники, соратники.

### ■ Как проводите свободное время?

Стараюсь проводить активно. Катаюсь на беговых лыжах, иногда на коньках, а летом на велосипеде. Планирую освоить горные лыжи. По возможности отправляюсь на море, где занимаюсь виндсерфингом.

### ■ Как возник интерес к виндсерфингу?

В Сургуте с друзьями мы строили парусную яхту и несколько сезонов участвовали в любительской регате по Оби. У друзей увлечение переросло в бизнес — у них теперь своя верфь в Сургуте, строят катера и парусники. Так и у меня любовь к водной стихии сохранилась.

«Встреча» произошла случайно. Однажды отдыхал на море и увидел доску с парусом. У меня вновь возникла тяга к этому делу. Решил взять уроки у инструктора. Получилось. Теперь, как бываю на море, пару дней всегда посвящаю этому занятию.

### ■ Опишите ваш идеальный отпуск.

Мой идеальный отпуск должен состоять из двух частей. Первое — это,

конечно, место, где бы можно было заниматься виндсерфингом. Вторая часть — что-то посмотреть, получить новые знания о мире. В своей жизни много путешествую на автомобиле. Можно сказать, исколесил много городов нашей страны и не только.

Был период в жизни, когда я занимался автомобилями из Японии: покупка, перегон, продажа. Самая запоминающаяся поездка — это перегон автомобиля, который «не хотел» ехать и все время нам сообщал, что «здесь дороги нет». Потратили много времени, пока не обнаружили и не удалили из него систему контроля за дорогой. Вообще много интересных и курьезных случаев было, можно целую книгу написать по дорожным приключениям.

### ■ Каких принципов в жизни придерживаетесь?

Стараюсь быть честным и открытым. Я патриот своей страны. Сразу вспоминаю детское стихотворение поэта Владимира Орлова «Я узнал, что у меня есть огромная семья». В России родились и выросли мои предки. Россия — это доблестный народ, которому мы принадлежим, с богатой историей и культурой.

### ■ Как вы встретили Новый год? Какие намерения на 2022 год для себя определили?

Новый год я встретил в кругу своей семьи, планов составлено много. Главное — развитие нового направления деятельности нашей компании. Об этом мы обязательно расскажем позже.

### О чем вы любите разговаривать?

Разносторонние темы интересны, начиная от рабочих моментов, заканчивая изобразительным искусством.

### Каким вы видите себя через 10 лет?

Достойным мужем и руководителем большого холдинга.

### Ваша мечта?

Побывать в Тибете.

### Самое яркое событие в жизни?

Одно из последних — поездка в Каппадокию и полет на воздушном шаре.

### В какие города планируете поездки?

В Самару — полюбоваться Волгой и покататься на виндсерфе. А также к друзьям в Рязань.

### Какую музыку предпочитаете?

Под настроение. От классической до тяжелого рока.

### Машина мечты?

Tesla Model S.

### Как на вас повлияла пандемия?

Сильно. Встряхнула. Мир изменился, вместе с ним и я.

### Что вас мотивирует двигаться вперед, узнавать новое?

Жажда новых знаний и впечатлений.

### Есть у вас какие-то умения, про которые мало кто знает?

Метко стреляю из многих видов оружия. Есть еще, но оставим это пока в секрете.

## Путь развития

У каждой компании своя история. За плечами множество событий, из которых сплетена судьба производства. Мы разные и мы вместе — вместе развиваем полиграфическую индустрию. С чего начиналась работа коллег и как развивалась — в блиц-опросе.

**Как начиналась история компании?  
Почему именно такое название?  
Каким был путь развития?**



**Юлия Залевская, генеральный директор типографии «УРАЛТИПОГРАФ» (Екатеринбург)**

1. Наша компания начала свой путь в 2010 году с выигранных конкурсов по дизайну — мы тогда работали как дизайн-студия Grafika. В основном занимались коммерческими иллюстрациями и нестандартными дизайн-проектами. Затем мы разработали и запатентовали свой первый продукт — «рекламный каталог» и возник вопрос, где его производить.

Мы сотрудничали с ведущими типографиями нашего города. К нам стали обращаться клиенты с запросами на реализацию наших дизайн-проектов в жизнь. Так появилось рекламное агентство Grafika, но спустя время мы поняли, что и сами хотим производить полиграфическую продукцию. Этот запах свеженапечатанных журналов не сравнится ни с чем.

В конце 2012 года появилась офсетная и цифровая типография Grafika. В 2014 году к нашей команде присоединилась команда другой типографии в полном составе. Нам удалось сохранить 80% этой команды по сей день, и мы этим очень гордимся, так как это большие профессионалы офсетного дела.

2. В 2016 году мы решили сделать ребрендинг и стали называться Uraltipograf. Название, которое говорит само за себя: уральская типография. При выборе названия в ос-

новном мы исходили из того, как нас легче всего будет найти в интернете, то есть взяли регион Урал и смысл того, чем мы занимаемся. Сейчас оно является нашей зарегистрированной товарной маркой.

3. В апреле 2010 года компания состояла из одного человека, но к концу года нас стало больше: дизайнеры, иллюстраторы и пока еще один менеджер. К 2013 году мы сделали очень большой скачок в развитии, так как помимо офисных работников у нас появилось производство, следовательно, и печатники, мастера, резчики и коллектив постпечатной обработки. В 2019 году мы приобрели новую цифровую машину последнего поколения, а в марте 2020 года установили линию по изготовлению коробок.



**Василий Угленко, основатель типографии «Мастерская печати» (Екатеринбург)**

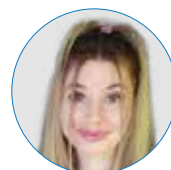
1. Типография начиналась с Б/У резака из Китая, принтера OKI 9655 и комплекта для сублимационной печати (термопресс и принтер) в 2015 году. Из команды был только я. На дворе кризис, на работе нестабильно и некомфортно. Решил открыть свое дело, чтобы зависеть только от себя и тех усилий, которые я прилагаю.

2. Ранее я часто по работе пересекался с различными рекламными агентствами и производственными компаниями. Заметил,

что названия у многих непонятны, не передают суть фирмы, а порой и отталкивают. Поэтому название «Мастерская печати» выбрал исходя из логики. Второй момент: словом «мастерская» хотелось подчеркнуть, что тут делают сами и с любовью.

3. Компания развивалась по классическому пути развития малого бизнеса — свой небольшой начальный капитал, отсутствие инвестиций, опыта и знаний в этой сфере, но желание изучать новое направление и много работать. Начинать один, со временем ко мне присоединилась супруга. На нашем пути развития было много бессонных ночей, ошибок и практического опыта. Ориентировались на лидеров рынка (местных и российских), старались брать самое лучшее. Расширялись в плане технологий. Через пару лет после начала работы взяли первого печатника.

На данный момент мы полноценная типография с широкими возможностями: цифровая печать (две современных печатных машины) и полный спектр постобработки, широкоформатная печать и плоттерная резка, шелкография, тампопечать и многое другое. Большой спектр технологий печати дает нам уникальные возможности изготовления нестандартных печатных изделий и упаковки, а полный цикл производства (препресс, производство печатных форм, печать, постобработка) и автоматизация производства позволяет делать качественную продукцию в короткие сроки.



**Зарема Мусадьянова, генеральный директор РПЦ «Запускай» (Екатеринбург)**

1. В мае 2012 года у нас появился первый клиент. Тогда не было ни офиса, ни названия, но уже сформировалась амбициозная команда.

Изначально компания позиционировалась как рекламное агентство. Поэтому ни парка оборудования, ни даже офиса не было. Ближе к осени появился офис. Три штатных единицы. Ремонт своими руками и начальный капитал порядка 100 000 рублей. Крохотный офис в цокольном помещении. Три компьютера. Самое важное на тот момент — желание. Желание сделать качественный проект. И действительно горящие глаза.

На момент открытия «Запускай» я была студенткой, работающей специалистом по рекламе в крупном автосалоне. Энергии было столько, что учебы и работы мне было недостаточно. Так появился «Запускай». Первые полгода проекта я работала ночами, вместе с собранной мной командой таких же «фанатиков» с офисной работой.

Я прошла весь этот путь с нуля и именно своими шагами, без копирования других шаблонов. Основой было два моих образования (реклама/pr и графический дизайн). Наша стратегия и подход кардинально отличаются от коллег по рынку, поэтому если клиент к нам пришел, обычно он остается с нами навсегда.

2. Несколько ночей мозговых штурмов привели нас к названию «Запускай» — агентство продающей рекламы. Изначально проект подразумевал работу с начинающим бизнесом. Нам требовалось динамичное название, которое несет в себе призыв к движению. При этом оно должно быть простое и в то же неординарное.

Визуализация бренда выразилась в виде отпечатка пальца замкнутого в значке местоположения. Таким образом мы продемонстрировали, что «уникальность — здесь!». Мягкие формы говорили о нашей дружелюбности, а яркие цвета о доступности услуг.

Но время шло, приоритеты менялись, и мы с головой ушли в производство. Безусловно, у нас остался дизайн и консультации по рекламе. Изменился не только наш ракурс, но и мир вокруг. Поэтому в 2019 году произошел ребрен-

динг. В эти непростые для бизнеса времена мы сместили акцент на стабильность и надежность.

Логотип гласит о том, что нужно попадать в цель (целевую аудиторию). Это уже история про более твердые очертания, про устойчивое положение на рынке.

3. За 10 лет происходит ежедневный постепенный рост. Изначально мы предлагали исключительно интеллектуальные услуги. Сегодня они занимают примерно 15% от общего масштаба. В большей степени силы направлены на производство.

У нас можно получить рекламную кампанию под ключ. Начиная от идей, дизайна, заканчивая собственной реализацией. Любой продукт мы стремимся сделать лучше. И зачастую клиенты, пришедшие с одними мыслями, уходят уже с другими. Наша задача не просто отпечатать и отдать, а сделать именно качественную рекламу.

Большинство наших клиентов — это бизнес, открывшийся на наших глазах. И многие из них добились уже больших успехов и остаются с нами. Мы понимаем, что сегодня это разговор не про дружбу, а про партнерство.



**Оксана Новицкая, креативный директор типографии «Универсальная» (Челябинск)**

1. Универсальная типография создана в 2005 году на базе рекламного агентства Pantograph с цифровым оборудованием. Следующим шагом стало приобретение офсетного станка Romagor 314 для производства одно-, двухкрасочной книжно-журнальной продукции. Прекрасно справляется с печатью такой полиграфической продукции как конверты, самокопирующиеся бланки, фирменные бланки, брошюры и иной полиграфии, малыми и большими тиражами. Команду возглавлял специалист в области полиграфии — Александр Новиков.

Далее был этап развития в области офсетной печати. Перспективными моделями в листовой офсетной печати мы посчитали печатные машины модели Ryobi. На этой базе сейчас и работаем. А также развиваем направление послепечатного оборудования, цифровой печати.

2. «Креативщики» придумывали различные варианты названия. Остановились на простом, понятном всем и «работающем» контекстном названии — «Универсальная».

3. За 17 лет на рынке пережили вместе со всеми предпринимателями разные состояния, но можем гордиться, что устойчиво шагаем вперед. Менеджеры и управленцы постоянно развиваются, участвуют во всевозможных конкурсах. Мы имеем титул лучшего предприятия Челябинской области, врученный лично губернатором, а также награды многих других конкурсов на базе области и города. Мы полны новых идей, сил и энтузиазма.



**Дмитрий Тетерин, руководитель компании «Печатный мастер» (Челябинск)**

1. В начале 2012 года началась деятельность нашей компании. Мы приобрели находящееся на тот момент по субъективным причинам в критической ситуации печатно-производственное предприятие. Название было решено оставить — «Печатный мастер», так как оно полностью соответствовало тем целям и задачам, которые мы поставили на будущее перед организацией.

Команда начиналась с трех человек, вновь пришедших на это предприятие. Имеющийся парк оборудования (широкоформатный SkyJet и, как заявлено, интерьерный Fenix) нам не совсем подходил, оставалось только ждать возможности приобретения новых станков.

3. Путь развития был непросто, но благодаря желанию работать и любви к своему делу и к профессии все получалось. На сегодняшний день мы изменили компанию до неузнаваемости: сменили место дислокации офиса и производства с окраины в центр города, приобрели новое широкоформатное оборудование. Кроме того, с новым оборудованием компании Mimaki нам удалось развить направление интерьерной печати и изготовления этикетки. Также открыли направление прямой печати на футболках и ткани.

В составе предприятия на всех этапах работы от приема заказа до постпечатной обработки трудятся профессионалы с многолетним опытом в нашей сфере. Останавливаться на достигнутом не собираемся, благо, что наши многолетние партнеры — компании «Мимаки-Урал» и «Смарт Т» — регулярно представляют интересные новинки для рынка печатного производства.



### **Юлия Шестакова, директор по развитию РА «Модуль» (Пермь)**

1. Началось все в 2014 году. Изначально мы стартовали как рекламное агентство, без производственной площадки. Состав команды был невелик — два человека. Один из них — руководитель и менеджер по ведению всех заказов, другой отвечал за вопросы дизайна, технических моментов. Все заказы полиграфии мы передавали коллегам из типографий. В декабре 2015 года, отработав очередной сезон, мы поняли, что рассчитывать можно только на себя. Только наличие своего оборудования позволит контролировать сроки, качество продукции. Так, 2016 год мы начали с приобретения первой цифровой машины марки Xerox. Постепенно штат сотрудников начал расти, начали расти заказы и увеличиваться парк оборудо-

вания. С каждым годом мы видим, как растет количество запросов на сувенирную продукцию. По этой причине мы постоянно расширяем парк оборудования по нанесению на сувенирную продукцию.

3. Путь развития компании был, как и у многих, наверное, со своими взлетами и падениями. 2020 год — это год проверки на стойкость и гибкость. Он, несомненно, оставил отпечаток и заставил подстроиться под новые реалии.

Если смотреть путь с начала основания компании, то, конечно, мы многократно выросли — и по размеру команды, и по количеству клиентов, которым мы искренне благодарны за выбор нас, и по размерам типографии. На данный момент мы занимаем устойчивую позицию по ведению проектов крупных градообразующих предприятий города и края, активно развиваем направление подарков и сувениров.



### **Константин Портнов, директор типография Luna-Print (Томск)**

1. Все началось в кризис 2012 года с вынужденной покупки банкротной типографии. На тот момент в штате было 5 человек. Из оборудования: БР-72 1972 года, Adast Dominant 725, пара «ромайоров», копирвальная рама, немецкая, очень хорошая. Еще был папшер, его перевозка обходилась дороже, чем он стоил. Была также «швейка», старше меня почти в два раза. На сегодняшний день из того коллектива остался один человек и ни одной «железки».

2. Объявили внутренний конкурс на нейминг и так родилось название — Luna-Print. Мы посчитали, что оно отлично запоминается.

3. Все очень сильно изменилось. Сейчас Luna-Print — полноценная типография с хорошим парком

оборудования. Более 40 сотрудников. Собственные производственные площади. Участок CtP, участок офсетной печати, оснащенный японскими офсетными машинами 52 и 75 форматов, участок цифровой печати, участок постпечатной обработки. Парк оборудования не старше 10–12 лет.

Как мы к этому пришли? Да все очень просто. Каждый день нужно что-то делать лучше, чем ты это делал вчера. Каждый день, из прошедших более чем 3000 дней, нас чему-то учил. Очень важно, чтобы день не был проведен впустую. Ну и мечты. Без них никак.



### **Мария Наседкина, генеральный директор типографии Printing House (Москва)**

1. Наша типография Printing House началась с рекламного агентства. Мы решили, что комфортнее работать на себя и так приобрели Xerox 700 и самое простое послепечатное оборудование. Команда состояла из 6 человек: трех продавцов, печатника, логиста и сотрудника послепечатного цеха.

2. Когда я начинала свой полиграфический путь, работая менеджером в типографии, я еще училась на вечернем отделении в университете. Там мне задали домашнюю работу по английскому. Выполняя ее, я листала русско-английский словарь, наткнулась на перевод слова «типография» — printing house. Именно в этот момент я решила, что если у меня будет собственное дело, то назову я его именно так.

Но сейчас я считаю, что это название плохо запоминается и сложно произносится. В связи с этим планирую сделать ренейминг — собрать креативных людей в одном месте и сделать мозговой штурм.

3. Мы шли небольшими шагами, экспериментируя и отказываясь от того, что нам не подходило. Обу-

чались через книги и тренинги по ораторскому искусству, по продажам и менеджменту. Выбирали специалистов, которые компетентно подбирали нам новое оборудование.

Сейчас мы существенно расширились (коллектив, оборудование, площадь). Планируем дальше развиваться, ждем в команде новых менеджеров по продажам, а также будем запускать качественную рекламу.



**Константин Лахнов, основатель и генеральный директор типографии «КОНСТАНТА» (Белгород)**

1. «КОНСТАНТА» открыла свои двери в феврале 2004 года. После открытия было выиграно несколько аукционов на печать книг — напечатать можно было, а вот с переплетом проблема,

поэтому в начале октября приобрели первую клеевую машину. К концу месяца склеили и собрали первую книгу. Это была книга поэзии Павла Ивановича Савина.

2. В разных науках мы используем понятие «константа» — так называемая постоянная, от лат. constans, constantis — постоянный, неизменный. Далее в соответствии с этой идеей был сформулирован слоган нашей типографии «Неизменное качество с постоянным успехом».

3. Свой первый офис мы арендовали в Пушкинской библиотеке: два кабинета. Стало тесно в 2006 году, в библиотеке тогда начался капитальный ремонт, и мы переехали в помещение около 100 «квадратов». Тогда же приобрели первую офсетную машину.

Позже еще взяли в лизинг новую клеевую японскую машину. В 2008-м вновь переехали, в Механико-технологический колледж, в новом корпусе арендовали весь 1 этаж. Купили еще одну

офсетную машину двухкрасочную. В 2012-м купили четырехкрасочную офсетную машину и листо-подборочный комплекс японского производства. А в июне 2015-го заехали в новое здание, построенное для нас в промышленном парке «Северный». Перед переездом купили пятикрасочную офсетную машину.

Чуть позже, в 2016-м, летали в Индию за лакировочной машиной, везли морем через Новороссийск, оттуда к нам на таможню в Белгород — веселое путешествие получилось.

Сегодня мы уже занимаем несколько корпусов в промпарке «Северный», активно расширяем и модернизируем производство. За 2021 год приобрели новую пятикрасочную листовую офсетную печатную машину первого формата RMGT 920ST-5, бумагорезальную машину Baumannperfecta 115SE, а также автоматический пресс для вырубki первого формата DAYUAN MHK-1050.

**Colleagues,  
поздравляем вас  
с 23 февраля  
и 8 Марта!**

**8  
Марта**

Пусть полиграфическая жизнь  
будет яркой! У вас все получится,  
главное — верить в свою команду!

Искренне Ваш,  
ЯМ Интернешнл (Урал)

**23  
февраля**

YAM  
INTERNATIONAL

## 8 вопросов о стратегической сессии



Вадим Брежнев,  
бизнес-консультант,  
эксперт в области  
построения систем  
управления и продаж,  
директор «Бренжнев  
консалтинг»  
(Екатеринбург)



Дмитрий Дмитриев,  
партнер консалтинговой  
платформы BOOSTER  
(Москва,  
Санкт-Петербург)

**Стратегическая сессия — эффективный инструмент развития бизнеса. Его можно применять в любой компании, в том числе и в полиграфии. Это не просто встреча команды, похожая на стандартное совещание. Здесь есть четкий план, формат, фасилитатор. И результаты, как правильно, в разы больше. Зачем нужна стратсессия и как правильно организовать — объясняют эксперты.**

### 1

#### Насколько актуальна и популярна сегодня стратегическая сессия?

Вадим Брежнев: Такая сессия сейчас актуальна, потому что стратегия помогает в двух вопросах:

1. способствует координации деятельности компании. Если у компании отсутствует стратегия, то в организации воцаряется хаос, и тогда менеджмент тянет бизнес в разные стороны.

2. стратегия дает уверенность и создает направление, то есть основной смысл стратегии — это указывать организации надежный курс развития в меняющихся условиях. Создать стратегию — это провести сессию стратегического планирования, где происходит «сшивка» руководителя или собственника бизнеса с командой. Команда

генерирует стратегические инициативы, создает план действий и тем самым берет ответственность за выполнение стратегических целей на себя.

Дмитрий Дмитриев: Стратегические сессии актуальны на любом этапе развития компании. Особенно сейчас, когда мы живем в условиях высокой степени неопределенности, стратегическое видение, куда необходимо двигаться несмотря на обстоятельства, актуально как никогда.

Кроме того, все больше компаний приходят к пониманию, что только совместными усилиями команды возможно выработать наиболее эффективные пути/методы достижения стратегических целей, да и в целом определить направление развития. Стратегическая

сессия как инструмент командного обсуждения и выработки решения — как нельзя лучше отвечает на этот запрос.

### 2

#### Какие цели у сессии?

В.Б.: 1. Сформировать и утвердить стратегические цели в рамках командной работы, для того чтобы эти цели были не только у руководителя, но и всей организации.

2. Достигнуть взаимопонимания между командой, собственником и руководителями.

3. Сформировать маршрутную карту пути к цели, то есть пошаговый план действий для достижения целевых показателей в достижении стратегических целей.

Д.Д.: У каждой компании своя ситуация, поэтому цели сессии определяются индивидуально.

Компания, которая переступает порог «зрелости», проявляет потребность в определении своего будущего вектора развития. Часто это может совпадать с падением объемов продаж, изменением структуры рынка. Именно в этот момент возникает необходимость по-новому посмотреть на рынок, клиентов и конкурентов и найти новые пути роста. И стратегическая сессия — это отличный инструмент для решения этой задачи.

Кроме того, стратегическая сессия — хороший инструмент в случае: когда задумались о будущем и необходимо видение стратегии компании в горизонте трех и более лет; когда команда разобщена, отсутствует понимание единой цели, общего направления и необходимо согласовать цели, определить пути их достижения и замотивировать команду.

**«Команда генерирует стратегические инициативы, создает план действий и тем самым берет ответственность за выполнение стратегических целей на себя»**



## 3

**Как проходит стратегическая сессия?**

В.Б.: Мы проводим стратегическую сессию два дня. В первый день происходит «сшивка» участников, все настраиваются на единую волну. Далее с помощью специальных техник «вытаскиваются» глубокие вопросы, находятся корневые проблемы, ограничивающие развитие компании.

Во второй день создаются проекты, стратегические инициативы, которые помогают достижению стратегической цели. Создается декомпозиция плана действий, то есть создается пошаговый план работы, в проектах с указанием ответственных лиц, четких сроков, необходимых ресурсов и ожидаемых результатов проводимой работы.

От компании принимают участие руководители, обязательно собственник или генеральный директор, руководители отделов и сотрудники-лидеры мнений. Те сотрудники, которые являются авторитетными, влияют на ситуацию, имеют серьезный опыт.

Вопросы обсуждаются по всем департаментам: финансы, продажи, маркетинг, логистика, производство, отдел персонала, то есть участвуют все подразделения компании.

Д.Д.: По нашей практике, принимают участие все ключевые сотрудники компании, плюс те, кто может внести свежие мысли. Обычно сессия длится два дня. Обсуждаются вопросы определения текущей ситуации, понимание и синхронизация целей и путей их достижения.

Сложности в процессе могут быть. Чаще всего трудности возникают не в бизнесе, а в культурных особенностях. Например, при авторитарном руководителе вам будет крайне сложно без внешних экспертов узнать точку зрения каждого участника.

В зависимости от цели и участников, в том числе от их зрелости, опытные консультанты предлагают разные форматы. Не шаблонные.



Их определяют после серии установочных интервью с ключевыми заказчиками/участниками.

Часто в этом бизнесе обсуждение идет вокруг новых продуктов и сервисов. Это актуально для меняющейся индустрии. Мы рекомендуем глубже изучать клиента, строить клиентский путь и понимать, как ваш бизнес может ему помочь.

## 4

**Какой результат стратегической сессии возможен?**

В.Б.: Результат стратсессии в понимании нашей компании:

1. Определено текущее положение компании на рынке.
2. Проведена оценка деятельности компании.
3. Составлен список приоритетных проблем.
4. Определены целевые показатели развития.
5. Составлен план их достижения с указанием сроков и ответственных сотрудников.
6. Разработан документ «Стратегия развития компании».
7. Определен порядок вовлечения сотрудников в его исполнение.
8. Достигнуто согласованное понимание собственника и команды в выполнении стратегического плана.

Д.Д.: Чаще всего это договоренность между участниками и направлениями, куда они должны идти ВМЕСТЕ. Снятие внутренних напряжений за счет профессиональной модерации. Поэтому важно приглашать внешних, не аффилированных экс-

пертов. От внешних экспертов вы также получаете экспертизу из разных индустрий, возможность выйти за рамки того, что вы и так превосходно знаете. Вы найдете конкурентное преимущество, которое позаимствуете из других сфер. При этом модерация позволит самим прийти к решению. Это будет ВАША стратегия, а не навязанная извне.

На успех сессии влияет несколько факторов: выбор качественного модератора и, конечно же, на первом месте подготовка. Без подготовки участников результат будет не лучшим. Поэтому мы начинаем подготовку за 2-3 недели до сессии.

## 5

**Как готовиться к стратсессии?**

В.Б.: Готовятся доклады для информирования всей группы и руководителя о результатах проделанной работы, для того чтобы оценить, какой статус сейчас по тем задачам, которые будут обрабатываться на сессии. Оценивается, какие проблемы сейчас стоят, что сейчас мешает в достижении цели и какие идеи есть у докладчика для решения этих вопросов. Участникам необходимо работать с трендами, им необходимо подготовиться, посмотреть текущие тренды в сфере, в отрасли. Trend watching сейчас имеет очень большое значение.

Д.Д.: Тут все индивидуально, но чаще всего это подготовка обзора своего бизнеса AS IS, то есть срез в текущем моменте.



### 6 Почему важно участие фасилитатора и как его выбрать?

В.Б.: Важно участие фасилитатора, потому что он не дает расплыться, не позволяет команде и участникам уйти в длинные дискуссии. Фасилитатор видит красную линию, корневые проблемы и направляет работу участников в результативное русло для получения конкретных результатов. Также фасилитатор имеет в своем арсенале конкретные техники фасилитации, техники и алгоритмы, технологии групповой работы для достижения результата, плюс фасилитатор выстраивает алгоритм проведения сессии в зависимости от ожиданий заказчика.

Фасилитатор имеет опыт в бизнесе. Мой опыт управления командами — 400 человек, оборот полтора миллиарда. Я провел более 15 сессий для компаний в разных сферах. Есть опыт и понимание ключевых бизнес-процессов и путей, алгоритмов достижения целей команды.

Д.Д.: Роль фасилитатора в том, чтобы дать высказаться каждому, следить за таймингом сессии. Но мы рекомендуем выбирать именно по экспертизе проведения сессий. Ведь это комплекс умений: проведение интервью, снятие потребностей, эмпатия, глубокое вникание в суть бизнеса, понимание внутренних особенностей и ресурсов компании. Все это выходит за рамки простой фасилитации или модерации.

Мы, например, на время «соединяемся» с партнером, становимся его частью. Успех клиента — это наш успех. Поэтому после сессии важно предлагать клиенту сопровождение. То есть максимизировать шанс на реализацию стратегии. Ведь конечный результат — это успех бизнеса.

### 7 Можно ли провести самостоятельно?

В.Б.: Да, можно. Правда, результат скорее будет нечеткий, потому что изнутри управлять сессией тяжело и вряд ли будут получены новые свежие инсайты. Фасилитатор выводит групповую дискуссию именно в результативное русло и видит, где могут появиться инсайты, стратегические инициативы. Он поощряет сотрудников и участников сессии на проявление инициативы и управляет дискуссией.

Руководитель должен учитывать жесткий регламент, конкретные техники и технологии для работы с командой. Необходима фиксация всех обсуждений и всех идей, необходим детальный план действий после стратегической сессии и самое главное — должны быть расставлены контрольные точки работы с этим планом и отслеживание динамики выполнения принятых решений на сессии. Также руководителю важно понимать, что одна стратегическая сессия не работает, необходимо проводить ежеквартальные промежуточные стратегические сессии, потому что сессия не статич-

ная, стратегию необходимо будет корректировать по мере появления каких-то внешних факторов и работы по стратегиям.

Д.Д.: Можно, если был хороший опыт проведения сессий раньше и у модератора есть достаточная широта взгляда. Но часто даже очень продвинутые компании приглашают экспертов извне, чтобы у всех участников была возможность поработать самостоятельно. Ведь модерация сессии — это тоже работа. Трудно и модерировать, и участвовать. К нам обращались очень опытные люди, которые сказали, что сами проводили сессии в своих компаниях, но это оказалось «не то».

### 8 Нужно ли пост-сопровождение эксперта в команде?

В.Б.: Да, необходимо. Нужно смотреть динамику исполнения принятых решений на сессии, не давать угаснуть инициативам и вовлеченности сотрудников, пропитывать стратегией всю корпоративную жизнь компании, и стратегию пропагандировать, отсылать к ней на всех внутренних мероприятиях компании.

И, конечно, самое главное — это промежуточные сессии, которые необходимо проводить раз в квартал для того, чтобы оценивать статус исполнения принятых решений, принимать корректирующие действия, оценивать актуальность принятых на стратегической сессии решений с учетом внешних факторов, внешних изменений и фасилитации промежуточных сессий.

Д.Д.: Как мы говорили раньше, сопровождение крайне желательно. Но если компания сама может держать ритм и делать регулярные (не реже чем раз в квартал) обзоры прогресса по компании, то сессии раз в год с внешними специалистами будет достаточно. Когда вы найдете «вашего» эксперта, то вы увидите, что каждый год сессии будут меняться, соответствуя темпам вашего развития. По крайней мере так делаем мы со своими постоянными клиентами.



 **maxima**

Национальная  Лизинговая  
Компания

# ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ ЛИЗИНГА

✓ Одобрение от 8 рабочих часов

✓ Аванс от 30%

✓ Удорожание от 1%

Платежи от  
**77 000**  
**рублей**  
в месяц!

**ADAST MAXIMA**

Производитель:  
CZECH REPUBLIC



Предложения носят исключительно информативный характер



г. Екатеринбург  
пер. Трактористов, 4



8 (343) 28-601-28



[www.rezaki-maxima.ru](http://www.rezaki-maxima.ru)  
[www.grs1.ru](http://www.grs1.ru)

## Коучинг в управлении



**Виктория Ручка,**  
генеральный директор типографии RUCHKA (Краснодар)

### Проявленность сотрудников

Я говорила о том, что поколение меняется и сейчас приходят ребята, у которых, помимо финансов, выходит на первый план возможность творчества, или, как сейчас модно говорить, проявленность. Возможность проявить себя как профессионала, как личность, высоко ценится. Но к чему привыкли полиграфисты?

У 90% полиграфических компаний директивная система управления. Очень жесткая подчиненная структура. Многие завязано на руководителе. Это не место для проявления себя или творчества. Такой вид управления приводит к тому, что сотрудники перестают проявлять инициативу в работе. Они больше не предлагают идеи, как улучшить производство, как сэкономить материалы или что нужно добавить в технологическую цепочку, чтобы ускорить процесс.

### Типичный руководитель

На самом деле, все ответы есть у ваших сотрудников, только им мало кто разрешает говорить. Эта директивная позиция сверху, своеобразная корона «а кто, если не я». И такой директор, как

**В прошлой статье я рассказала немного о нашем пути и о том, как мы собирали команду. Сейчас проблема кадров в полиграфии становится все острее, как я и прогнозировала. Что мы сделали или планируем сделать для того, чтобы быть интересными? Ведь интерес персонала лежит не только в финансовой сфере. А если вы, читатель, считаете, что им интересны только деньги, то вы ошибаетесь.**

Д'Артаньян, каждый раз «спасает» производство, получает признание и похвалу как единственный человек, который мог придумать решение. Эта позиция и является камнем преткновения в делегировании. Невозможно делегировать то, что только вы можете сделать, ведь другие не могут научиться, а у вас эта информация с рождения. И эта же позиция отпугивает всех молодых кадров. Как проявиться в этой структуре? Скорее, сотрудник будет жить и думать мозгами шефа.

Сотрудники типографий такие же люди, как и вы, с определенными настройками, опытом и знаниями. Если они не пользуются какими-то функциями своего мозга, нейронные связи строятся иначе. Например, если из раза в раз вы «бьете по рукам» за самостоятельность, работник перестанет делать что-то самостоятельно. Вы сами его этому научили. Все приходит к тому, что по всякому вопросу он будет бегать к вам.

### Коучинг

Помню, как в стенах типографии я проводила обучение для рекламных агентств и типографий-партнеров. Обучение длилось целый день, была теоретическая часть, экскурсия и практическая. В конце обучения один из директоров типографии спросил: «Почему к вам за все время никто не подошел из сотрудников?». Это было настолько заметно, что стоило задать вопрос.

Я не могу сказать, что было просто прийти к этому, но оно

того стоило. Когда мы разделились с Ларисой Ивановной (моей мамой), мне достался коллектив, который привык к директивному управлению. По каждой проблеме бежали ко мне, через несколько дней я поняла, что сойду с ума, если не исправлю эту ситуацию. У меня не будет времени на личную жизнь, спорт, хобби, моделинг, блогинг и путешествия.

В 2018 году я прошла обучающую программу по персональному и групповому коучингу. И решила применить техники в работе. Помню, как задала простой вопрос, по которому можно было понять — можно работать с людьми или все очень плохо.

Ко мне подошел начальник цеха с вопросом относительно технологии. На что я спросила «А как бы ты решил эту проблему? Ты профессионал, работаешь долгое время в компании». В ответ прозвучал вопрос: «В смысле?». Я повторила вопрос. И тут важно было посмотреть на телесное проявление. Начальник цеха выпрямился, грудь вперед. Выдал мне ответ, который, по большому счету, не особо отличался от моего. После этого я поняла, что с ними можно работать

«Я выстраиваю управление в своей типографии как директор-наставник. Для меня это максимально комфортно и дает возможность заниматься своими личными делами. Изначально вы вкладываете, а потом пожинаете плоды в виде свободы»

и постепенно отдать зоны ответственности, давать свободу в принятии решений.

Этот путь занял чуть больше года и стоил мне приличных денег. Потому что они, как дети, проходили путь и получали опыт. А я платила за этот опыт, ведь мне нужна была моя жизнь и моя свобода.

С помощью коучинга, а если быть точной, метода задавания вопросов, мы возвращаем человека в осознание (осознанное состояние), что он нужен, он важен, он не просто рабочие руки и у него есть право принимать решения. Более того, работник понимает, что в нем уже есть эти знания и он не пустое место.

В коучинге есть закрытые и открытые вопросы. С их помощью можно подвести к нужному ответу, но ваш сотрудник придет к нему самостоятельно — вы лишь направляете. Тут у нетерпеливых руководителей велик риск сорваться — «самому сделать, ответить быстрее», но так вы не научите мышлению и логике.

Приходит к вам работник и говорит «Ламинат после биговки отходит от изделия». Тут два варианта. В директивном методе вы говорите «Пропустите через УФ-сушку» или «Пропустите еще раз через горячие валы» (если у вас отходит ламинат, то при прохождении через горячие лампы клей расплавляется и вдавливается в поверхность, что исключает отхождение ламината). Второй вариант — задавать вопросы.

— «Скажи, за счет чего ламинат прилипает к изделию?»

— «Мы прогоняем через ламинатор, он прилипает»

— «У ламинатора валы горячие?»

— «Да»

— «Как ты считаешь, что может повлиять на прилипание (адгезию) ламината к поверхности?»

— «Температура или скорость ламинирования. Но точно, надо подогреть! Там же клей!»

— «С помощью чего мы можем дополнительно прогреть лист с уже нанесенным ламинатом?»

— «У нас есть сушка с лампами. Можно там попробовать»

— «Пробуйте».

Всё, дальше работник идет экспериментировать и получает какой-то результат. Со временем они перестанут к вам ходить и будут этот диалог строить у себя в голове самостоятельно, пробовать решить проблему и не дергать вас по каждому поводу.

Помимо вопросов, коучинг помогает выстраивать отношения в коллективе. Есть упражнение,

**«Такой бизнес комфортен, и в случае необходимости можно делать, что угодно: переехать, путешествовать, открыть другой бизнес или продать»**

в котором каждый из коллектива объясняет, что для него значит то или иное слово. Потому что, например, «подчинение» или «производственная цепочка» для каждого сотрудника будет означать разное.

С помощью этого упражнения вы выстраиваете единый понятийный аппарат, чтобы не было испорченного телефона. Как часто бывает в вашей типографии — вы сказали одно, начальник цеха понял свое, подчиненные совершенно другое?

### Директор-наставник

Я выстраиваю управление в своей типографии как директор-наставник. Для меня это максимально комфортно и дает возможность заниматься своими личными делами. Изначально вы вкладываете много времени, энергии и знаний, а потом пожинаете плоды в виде свободы. Но для такого вида управления нужно поменять свое отношение к сотрудникам.

Данный метод начала применять с января 2018 года, летом 2020 я уехала в Москву почти на год, и типография работала самостоятельно. Тогда я себе оставила небольшой список задач и занималась тем, что мне нравится, при этом бизнес приносил мне деньги. Сейчас я занимаюсь маркетингом,

дизайном и преподаю. Было ли это возможно, если бы я все завязывала на себе? Точно нет.

Я с ужасом вспоминаю время, когда только начала трансформировать сотрудников под себя. Конечно, были ошибки относительно качества продукции. Брака было достаточно, чтобы в какой-то момент все бросить и вернуться к тому, с чего начинала. Проведена огромная работа, в том числе психологическая, чтобы прийти к тому, к чему я пришла. Если спроси-

те меня, стоило ли оно того? Да, стоило. Такой бизнес комфортен (часть из вас нервно улыбнется...комфортная полиграфия, вот это да!) и в случае необходимости можно делать, что угодно: переехать, путешествовать, открыть другой бизнес или продать. Потому что если в вашем бизнесе все завязано на вас, он инвестиционно не привлекателен. И с вашим уходом все развалится.

Одним из поворотных этапов в моей жизни было изучение коучинга и метода задавания вопросов. Искренне рекомендую погрузиться в это, благо, сейчас достаточно информации в интернете и печатных книг, которые можно быстро освоить и начать применять. Не надо относиться к этому излишне серьезно. Начните с малого. С одного сотрудника. Устройте для себя эксперимент. Возможно, именно он будет первым шагом, когда вы измените свою жизнь.

Перед этим шагом для себя важно понять, что для вас бизнес. Бизнес для жизни или жизнь для бизнеса.

*Редакция и я будем очень благодарны за обратную связь и вопросы, на которые вы бы хотели получить развернутый ответ. Заранее благодарю.*

## Непростой карандаш

### Раскрываем потенциал бизнес-сувенира



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

Канцелярские принадлежности — классика сувенирной и рекламной индустрии. Однако и в этом случае есть простор для творчества. Рассмотрим, что из себя представляют карандаши в 2022 году. Записываем идеи на заметку.



#### Королевские карандаши под нанесение логотипа

Венец вашей рекламной продукции — карандаши с сияющей, как золото, или серебряной короной.

Черные цветные карандаши выглядят очень элегантно, и с помощью «королевского» карандаша вы сделаете своего клиента королем. Экспонат на столе вашего клиента с тонкой и блестящей металлической короной. Вот какими красивыми могут быть подарки!

Ваш рекламный слоган или логотип выглядит очень элегантно на черной матовой лакированной поверхности, и вместе с короной он еще более драгоценен.



#### Гламурные карандаши под нанесение логотипа

Новое творение, которое покорило сердце женской аудитории. Как следует из названия, это не просто обычный карандаш, а настоящий драгоценный камень из окрашенного в черный цвет дерева с высококачественным твердым металлическим шариком, украшенным сверкающими кристаллами. Впечатляющее сочетание материалов подчеркнет ваше рекламное сообщение гламурным способом.



#### Жемчужные карандаши под нанесение логотипа

Карандаши с кремово-белым жемчугом Swarovski — это высококачественный аксессуар для письма, который заставит ваше рекламное сообщение засиять в новом свете. С помощью этого прекрасного карандаша вы можете произвести впечатление на свою целевую группу.



## Магнитные карандаши под нанесение логотипа

Этот элегантный магнитный карандаш «прилипает» ко всем металлическим предметам и волшебным образом притягивает все металлические предметы. Черный окрашенный карандаш дополнен металлическим колпачком и встроенным магнитом. Колпачок из серебра, золота, меди, синего или зеленого цвета делает карандаш очень удобным — магнит позволяет разместить его на любой металлической поверхности: доске, рабочем месте, холодильнике...

Но самое главное, что ваша реклама, размещенная на этом карандаше, привлекает внимание. Особенно когда он расположен в необычном месте — благодаря самоклеющимся металлическим пластинам. Игровой эффект давно и эффективно используется экспертами в сфере рекламы.



## Ластик для карандашей в качестве рекламного мессенджера

Когда случаются ошибки, их легко стереть ластиком, поэтому это точно полезный и удобный сувенир. В сочетании с брендированным карандашом ластик особой формы и очень большим рекламным пространством становится настоящим помощником для вашей рекламы.



## Ювелирные карандаши с рекламной насадкой

Оригинальные карандаши высочайшего качества. Сверху располагается металлическая вставка с индивидуальным рекламным сообщением.

Такие карандаши украшают рабочий стол, переговорную, их приятно дарить даже VIP-партнерам.



## Карандаши с полной запечаткой корпуса

Рекламный эффект карандашей с печатью на 360° обусловлен почти бесконечными дизайнерскими возможностями, которые можно реализовать в большом поле для печати. Дайте волю своему творчеству и удивите своих клиентов и партнеров, разместив на карандаше достаточно много информации. Так вы превратите пишущий инструмент в эффективный инструмент рекламы.



## Вечный карандаш с нанесением логотипа

Выгодное вложение рекламного бюджета. Разместив свою рекламу на вечном карандаше, она будет длительное время «работать» на узнаваемость бренда. Вечный карандаш может использоваться многие годы. Им удобно писать, его приятно дарить и при этом владелец будет отличаться от других. Этот карандаш выполнен из комбинации металлов, в нем нет чернил и графита, но есть «Вау-эффект» от «вечной» рекламы.

# Вместе делаем мир ярче!



Сегодня в 14 российских городах функционируют 11 офисов продаж, 14 складов, 12 станций смешения, 11 колористических лабораторий и центральный производственно-складской комплекс. Плюс еще одна новая производственная площадка, которая заработала в завершившемся году. Чем еще запомнился 2021 год в работе компаний «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергруп РУС»?

### Достигли роста производства материалов для офсетной печати

Не первый год говорится о стагнации сегмента офсетной печати в России. Несмотря на это наша компания ежегодно добивается прироста производства смесевых красок для офсетной печати как в тоннах, так и в количестве заказов. В 2021 году суммарное увеличение производства по всем станциям смешения офсетных красок составило 9% к 2020 году (в тоннах). И это новый абсолютный рекорд за все годы работы компании!

### Увеличили мощности по выпуску красок для флексо-печати

В октябре компания «хубергруп РУС» совместно с материнской компанией hubergroup запустила собственное производство красок для флексопечати в Московской области. На первом этапе начат выпуск соль-вентных и водных красок, в планах — краски УФ-отверждения.

На новой производственной площадке началось изготовление смесевых красок на базе семейства Gesco® Green Line Premium производства компании hubergroup. Данные краски прошли успешную сертификацию на соответствие требованиям системы Cradle-to-Cradle® (C2C) уровня

Bronze. Европейский Институт инновационной продукции C2C оценивал не только токсичность сырья, но и пригодность красок для вторичной переработки, степень использования возобновляемой энергии, уровень выбросов CO<sub>2</sub>, надлежащее управление водными ресурсами и соответствие социальным стандартам.

### Сохранили высокие темпы роста поставок гальваники

С 2019 года в компании активно развивается направление материалов для гальванических процессов, механической обработки и гравировки. В основном это продукты для полиграфической гальваники, для производства цилиндров глубокой печати. Компания работает со всеми производителями ротогравюрных цилиндров в России. Многие поставляемые запчасти и расходные материалы Kaspar Walter, Daetwyler Graphics, Hell Gravure изготавливаются на заказ и не имеют аналогов в мире.

### Выпустили каталог трафаретных лаков

Трафаретные УФ-лаки — это продукт, который занимает особенное место в ассортименте компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС». За счет создания более дорогой и премиальной печатной продукции с необычной отделкой типографии получают возможность больше заработать. Кроме этого, такие лаки могут стать альтернативой другим способам отделки. Например, на тиражах в несколько сотен или тысяч листов металлизированный трафаретный УФ-лак является более экономичной альтернативой фольге, которая как минимум дополнительно требует изготовления недешевого клише.

«ОКТОПРИНТ СЕРВИС» совместно с компаниями «Европапир» и «Омега-Принт» выпустила каталог высококачественных УФ-лаков SENOSCREEN® для плоской трафаретной печати. В него вошли образцы лаков с особыми тактильными и визуальными свойствами. В новом каталоге можно найти лаки для решения практически любой задачи, с которой может стол-



кнуться типография, использующая в своей работе данную технологию печати.

### Расширили возможности поддержки типографий

Технологическая служба приросла еще двумя технологами: техническим специалистом по клеевому оборудованию и технологом-печатником по офсетным материалам. Это позволило оказывать не только технологическую, но и техническую поддержку по настройке клеевого и печатного оборудования.

В 2022 году планируется активное участие технологов во внешних вебинарах и семинарах. Вместе с этим необходимо развивать и внутреннюю академию, где проводятся обучающие курсы для сотрудников по зонам ответственности, технологиям и продуктам, а также направления бесспиртовой печати, лаков и новых клеевых технологий.

В 2021 году в рамках проекта «Школа Современного Полиграфиста» проведено более 20 вебинаров. За год аудитория проекта в сервисе YouTube, куда выкладываются все прошедшие вебинары в записи, выросла в два раза. Каждый направлен, в первую очередь, на снижение издержек и уменьшение простоя оборудования на производстве нашего слушателя.

### Инсталировали самый мощный плоттер Zünd в России

В 2021 году в России и СНГ был завершен целый ряд проектов по раскройным комплексам Zünd. В рамках одного из них специалисты компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» установили самый большой и производительный режущий плоттер Zünd в России.



Также торговые представители провели 143 демонстрации оборудования, и сервисные инженеры 49 раз выезжали к клиентам для выполнения регулярного технического обслуживания.

В феврале при поддержке издания SHOES Magazine был проведен первый в России обучающий мастер-класс по новому уникальному на нашем рынке программному продукту для дизайнеров и производителей обуви MindCAD от компании Mind Technology (Португалия).

Благодаря содействию компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» компания Mind Technology подписала соглашение с несколькими учебными заведениями из России и Узбекистана о внедрении ПО MindCAD в программу обучения студентов по направлению «Проектирование и производство обуви».

В 2021 году в новом формате начал работать проект «Академия Zünd». Теперь не нужно останавливать процесс производства или искать за-

мену сотруднику на время обучения в нашем демо-зале: наши сервисные инженеры приедут на производство клиента.

### Переводили типографии на бесспиртовую печать

В 2021 году наши технологи консультировали печатников и технологов по бесспиртовым добавкам, выезжали на производства для тестирования и помогали типографиям перейти на печать без спирта или с пониженным его содержанием.

Во всех типографиях перевод офсетных листовых печатных машин на работу с добавками для бесспиртовой печати уменьшил расход изопропилового спирта (ИПС). На одном из книжных производств содержание ИПС в увлажнении на тестовой машине было снижено с 15 до 4%. В ряде типографий такая значительная экономия на закупке ИПС стала причиной перевода всех листовых машин на новую технологию подготовки увлажняющего раствора.

### Работали в привычном режиме

Много положительных эмоций принесло и личное общение с партнерами и клиентами на выставке RosUpack/Printech 2021. «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергруп РУС» участвовали в выставке совместно с партнерами Н. В. Fuller (промышленные клеевые технологии), Heliograph Holding (оборудование для изготовления цилиндров глубокой печати) и Zünd Systemtechnik AG (цифровые раскройные комплексы).

2021 год завершился. И сейчас по его итогам виден значительный результат усилий всех сотрудников компаний «ОКТОПРИНТ» и «хубергруп РУС». А в планах на 2022 год — продолжать работать для типографий и ВМЕСТЕ ДЕЛАТЬ МИР ЯРЧЕ!

*По материалам компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»*





*Дорогие коллеги, друзья, партнеры!  
Поздравляем вас с 23 февраля и 8 Марта!  
Пусть все, что вы запланировали, осуществится.  
Желаем, чтобы работа приносила удовольствие.  
Счастье, здоровье, успех — вот что вас ждет.*

*Редакция журнала  
«Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»*



**УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ**

**XIV**

**Зимний Уральский  
полиграфический форум**

Предварительная дата:

**1 апреля**

ИРИТ-РтФ УрФУ, ул. Мира, 32

Регистрация — [uralprintforum@ya.ru](mailto:uralprintforum@ya.ru)



**ПЕЧАТНИК.com**  
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ



Подкаст  
**Рынок  
печати**

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

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

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

<http://pechatnik.com>



**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](mailto:709272@mail.ru)  
[www.santai-val.ru](http://www.santai-val.ru)



**printech** 

a Hyve event

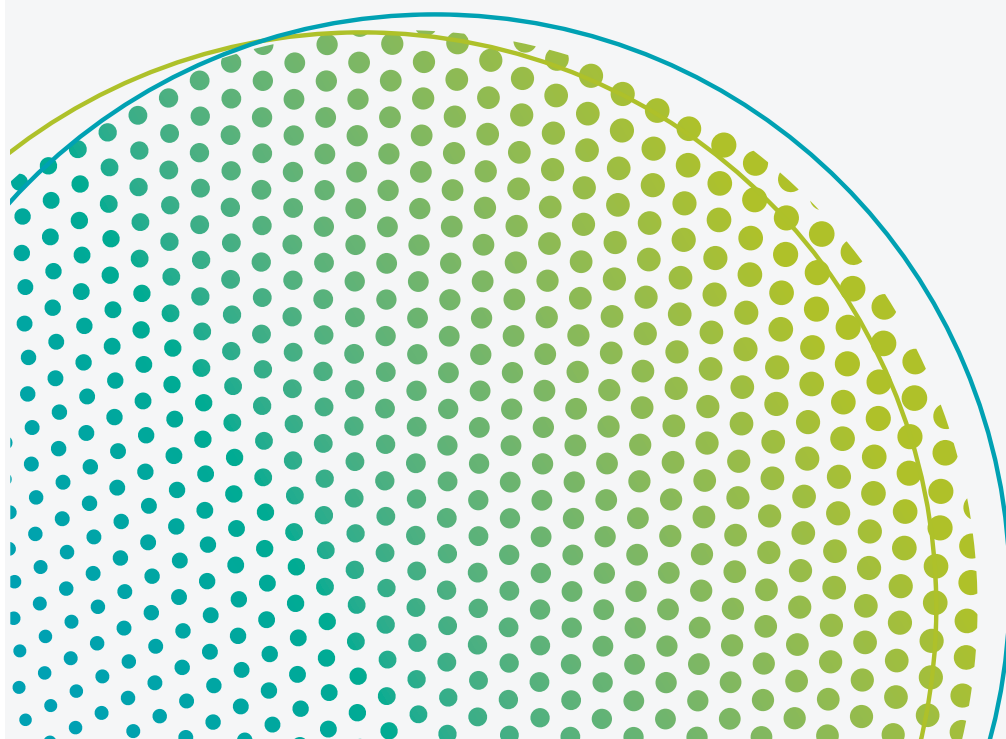


7-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

**07-10** ИЮНЯ  
**2022**

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



Забронируйте стенд  
[printech-expo.ru](http://printech-expo.ru)



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.**