

Печатный БИЗНЕС

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№1 (153) январь-февраль 2024



Итоги года и планы на 2024

Полиграфия для мероприятий

Голос полиграфии: Дмитрий Смирнов

Внутренний портрет: Екатерина Савченкова

Chembyo, «Т-Системы», «Европапир», «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

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



ПАСЕВАЦИОННЫЙ 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. КОРОЛЕВ, ПОС. ПЕРВОМАЙСКИЙ,
УЛ. СОВЕТСКАЯ, 39В
ТЕЛ/ФАКС: 8 (495) 223-64-47

WWW.FORMATLTD.RU



УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ

XVI Зимний Уральский полиграфический форум



Telegram-канал
форума



Новые горизонты офсета

12 апреля

Екатеринбург, ул. Мира, 32, конференц-зал ИРИТ-РтФ УрФУ

Регистрация — uralprintforum@ya.ru

23 ФЕВРАЛЯ

8 Марта

YAM INTERNATIONAL



Дорогие мужчины,
с 23 ФЕВРАЛЯ!
Когда вы рядом, нам море
по колено и горы по плечу

*Графические
системы*

Дорогие женщины,
с 8 Марта!
Ваша энергия
и целеустремленность
движет этот мир вперед



Дорогие полиграфисты!

«Весна! Это всего лишь пять букв,
но так много в ней надежд,
веры в лучшее, и счастья»
(Анна Ахматова)

Что ждет нас в 2024 году?

Мы всей душой живем своим делом, отдаем ему сердце. Наша профессия — важный жизненный путь, который мы проходим с достоинством, преодолевая различные трудности.

Коллеги, оставайтесь такими же светлыми, жизнерадостными людьми, которые творят чудеса, удивляют, раздвигают границы времени и труда, увеличивают количество часов в сутках и дней в году.

Пусть в вашей жизни будет как можно больше трогательных моментов, а ваши сердца наполняются нежностью и любовью. Пусть будет как можно больше моментов, ради которых стоит жить и работать. В работе остается успех и слава, душа работает на мечты и желания сердца.

Пусть реализуются все ваши желания и мечты, почувствуйте свое внутреннее цветение, свет и тепло. Желаем всегда быть в окружении любящих вас людей и преданных друзей, наслаждаться каждой секундой своей жизни.

Большое спасибо за обратную связь, нам это придает уверенность, движение идти вперед и делать для вас журнал еще лучше и качественнее.

Берегите себя и своих близких. Здоровья и мира.

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

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 2 LessPaint: снижение затрат на полиграфический тонер
- 3 «Графические системы»: режущий плоттер JDJ330
- 4 «ЯМ Интернешнл»: baumannperfecta 115SE в «Магнус», «НИССА Центр» — первая в России гибридная ЦПМ с цифровой горячей фольгой
- 5 «РУССКОМ»: ламинатор GMP QTOPIC-380F на производстве Book4Smile в Иркутске, второй ламинатор GMP серии SURELAM в типографии «Лазер-Холл» в Нижнем Новгороде
- 24 «Сантай», «Печатник», «Мимаки-Урал»

ГОЛОС ПОЛИГРАФИИ

- 6 Дмитрий Смирнов, директор уральского филиала компании «Европапир»

ВНУТРЕННИЙ ПОРТРЕТ

- 8 Екатерина Савченкова, руководитель отдела продаж компании «Графические системы»

ИТОГИ ГОДА

- 10 Завод офсетной химии Chembyo
- 12 «Т-Системы»
- 14 «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»
- 16 Редакционно-издательский отдел ИПЦ УрФУ

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

- 18 Полиграфия для мероприятий

ДЕТАЛИ

- 22 «Европапир»: тренды 2024 года

ОБЛОЖКА, ПОЗДРАВЛЕНИЯ

«Формат», Уральский полиграфический форум,
«ЯМ Интернешнл (Урал)», «Печатный бизнес.
Полиграфия & реклама», «Графические системы»,
Printech-2024
ОБЛОЖКА: Рекламно-печатный цех «Запускай», Media-prof.ru

16+



Сайт издания

Учредитель: ООО «Цифровые решения». Главный редактор: Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). Журналисты: Семейкина М.В. (semejkina.margo@mail.ru), Трошина Л.С., 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 (153) январь-февраль. Подписано в печать: 16.02.2024. Выход в свет: 21.02.2024. Печать: типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Титова, 19Б). 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. © 2024 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

Снижение затрат на полиграфический тонер



Зара Мусс, разработчик проекта LessPaint

В Екатеринбурге запустили проект LessPaint. Он направлен на решение проблемы снижения расхода тонера при печати цветной полиграфической продукции с сохранением приемлемого качества. Как следствие, полиграфисты экономят затраты на создание такой продукции. Задача снижения потребления расходных материалов в полиграфии и печати является актуальной как с экономической, так и с практической точки зрения. Она приобретает особенную важность сейчас, во время дефицита тонеров и картриджей производства компаний, прекративших поставки на российский рынок.

Авторы идеи проводят тестовый запуск софта на базе рекламно-печатного цеха «Запускай». На данный момент отпечатано 36 макетов, общая экономия краски составила 52%. Анализ результатов фиксируется измерениями денситометра и опросом фокус-группы. Результаты показывают, что выходная продукция внешне идентична той, что была отпечатана без применения авторского подхода.

Стоимость полиграфической краски значительно выросла за последние два года. LessPaint — это возможность снизить затраты на тонер в среднем на 25%. Авторы идеи стремятся к разумному потреблению и автоматизации. Комбо набор для современных типографий.

За счет уменьшения количества краски авторы проекта добились значительного снижения количества брака на послепечатном этапе. В основном дефекты были связаны со сколами краски, отслаиванием ламинации и «отмарками» в ходе сушки.

Развитие проекта также ведется в направлении автоматизации предпечатной подготовки. Команда выявляет рутинные, циклические действия специалистов и создает плагины для сокращения данных действий, в результате чего подготовка к печати листовки или визитки уже сократилась в 9,5 раз.

Проект получил значительную поддержку в ходе 18-го сезона Акселератора, который организует Инновационная инфраструктура Уральского Федерального университета. В рамках деловой программы по ускорению бизнес-проектов было подано более 100 заявок. Команда опытных экспертов на протяжении трех месяцев проверяла эффективность каждой разработки. Результатом работы нашей команды стало 1 место в категории «Стартап-проекты» 18-го сезона Акселератора УрФУ. Это стало для нас весомой мотивацией.

Я считаю, что полиграфическая отрасль требует перехода на новый, более современный уровень. Благодаря работе в отрасли на протяжении

более 10 лет я научилась автоматизировать процессы, повышая таким образом коэффициент полезного действия.

Я активно наблюдаю за работой коллег со стороны. Это называется «снимок дня». Таким образом можно выявить, что дизайнер 32 раза открыл ту или иную вкладку, нажал на одну и ту же кнопку и произвел абсолютно идентичные действия. Все эти данные собираются, и после этого запускается процесс автоматизации. К слову, мы работали над проектом более пяти лет, прежде чем решили презентовать его.

Мы получили колоссальную поддержку и одобрение от полиграфистов. Сейчас ведем переговоры по запуску пилотного проекта с РЖД и еще несколькими крупными игроками рынка. Самое главное, что получена обратная связь и мотивация для работы. За анонсами проекта можно следить в телеграм-канале.



@LESS_PAINT
Телеграм-канал проекта



Фото: РПЦ «Запускай»

Сверхмалые тиражи этикетки с рулона? Да!



Артём Рявкин, менеджер по продажам направления «Цифровые печатные машины» компании «Графические системы»

Решение есть. Мы готовы предложить вам режущий плоттер JDJ330 с системой резки из рулона в рулон (330 мм) со снятием облоя.

Оборудование уже активно работает на производстве. Первыми проверила в работе устройство цифровой высечки JDJ330 Servo типография «Бригантина» в Екатеринбурге. Одно из основных направлений деятельности компании — производство самоклеящихся этикеток. Это оперативные короткие тиражи на ПВХ пленке и бумагах. Используемое оборудование позволяет печатать как на рулонах шириной до 1,52 метра, так и на листовых материалах до формата 330x500 мм.

Как показывает обратная связь от основных потребителей продукции, типографиям необходимо изготавливать этикетку в узких рулонах, как это предлагает флексографическое производство. Но как это сделать, если нет флексографической машины или рулонной цифровой машины?

Клиенты компании «Графические системы» неоднократно интересуются техническим решением для высечки малых и сверхмалых тиражей этикетки с узкого рулона. Да так, чтобы это устройство соответствовало критериям цена-качество, имело оптимальную производительность и быструю окупаемость.



И на этот вопрос мы знаем ответ. Вам нужна печать на рулонной струйной машине на узких ролях или рулонная цифровая печатная машина, такая, как Konica Minolta AccurioLabel.

Устройство высечки со снятием облоя JDJ330 Servo — это бюджетное решение финишинга для цифровых печатных машин, в состав входит режущий плоттер с автоматическим сканированием меток позиционирования и стенд автоматической намотки и размотки со снятием облоя. Стенд имеет датчики обнаружения положения натяжки материала с регулируемой подачи.

Устройство имеет лучшую цену в своем классе по соотношениям характеристик. При этом не требует дорогих расходных материалов и имеет низкое потребление электроэнергии.



Наталья Крутина, директор типографии «Бригантина»: «Мы активно используем все возможности машины и с уверенностью можем сказать, что это отличное решение для печати этикеток небольших тиражей. JDJ330 Servo имеет сохраняемые пресеты с предварительными настройками под разный материал, запоминает задания и может повторять тиражи — это еще один плюс для нас. Также важно, что обучить работе на оборудовании можно любого сотрудника, к тому же машина практически не требует сервисного обслуживания при правильной эксплуатации».



Сергей Бакшиш, генеральный директор компании «Графические системы»: «Мы всегда внимательно относимся к обратной связи наших клиентов и готовы обсудить решения под каждый запрос. История с режущим плоттером JDJ330 является очередным подтверждением нашей позиции. Наша команда постоянно исследует рынок и тщательно тестирует возможности каждой модели, прежде чем предложить клиенту. Мы уверены в качестве данного оборудования и желаем типографии «Бригантина» успешного развития направления этикеток».

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Ширина материала	330 мм
Ширина высечки	330 мм
Скорость резки плоттера	1200 мм/сек
Моторы плоттера	Сервоприводы
Отслеживание высечки	4 метки
Точность высечки	± 0,5 мм
Интерфейс	Wi-Fi/USB-Flash/USB

Инсталляция baumannperfecta 115SE в «Магнус» (Владимир)

В декабре 2023 года компания «ЯМ Интернешнл» установила новую резальную машину baumannperfecta 115SE во владимирской типографии «Магнус». Резальное оборудование было отгружено с немецкого завода baumannperfecta во второй половине ноября, а уже в начале декабря силами сервисной службы «ЯМ Интернешнл» оборудование было запущено в «Магнусе».

Модель baumannperfecta 115SE является успешной моделью на российском рынке и обладает рядом важных достоинств для надежной и долгосрочной эксплуатации — цельнолитая станина, сплошной стол без прорези, верхнее центральное расположение привода затла, а также для удобства работы резчика модификация SE оснащена увеличенными боковыми столами.

Важной частью управления машины является полностью сенсорное управление при помощи дисплея с диагональю 18,5", позволяющее создавать, запоминать и редактировать программы реза, включая возможность регулировать величину прижима на каждый рез в отдельности.

Генеральный директор типографии «Магнус» Алексей Ишутин так прокомментировал инсталляцию: «Наш любимый город Владимир не только историко-культурное место, входящее в маршрут Золотого кольца, но и крупный промышленный центр Центральной России, где есть большой запрос от наших местных предприятий на полиграфическую продукцию и услуги.

Уже более 30 лет типография выпускает рекламную и упаковочную продукцию, обеспечивая наших клиентов



полиграфией высокого качества. Мы всегда прислушиваемся к потребностям клиента и непрерывно развиваемся, а «ЯМ Интернешнл» нам активно помогает. И теперь мы — счастливые обладатели современного немецкого оборудования, которое уже с момента инсталляции позволило увеличить производительность резального участка».

*По материалам
компании «ЯМ Интернешнл»*

Первая в России гибридная ЦПМ с цифровой горячей фольгой

Гибридные ЦПМ, способные в один проход с цифровой печатью производить цифровое облагораживание, включая выборочное нанесение фольги или цифровой лак — давняя мечта производителей этикетки. Фольга — крайне востребованный элемент дизайна, очевидным образом выделяющий этикетку с ее применением.

На LabelExpo Europe 2023 китайские компании HanGlobal и LabelSource продемонстрировали свое видение универсальной ЦПМ для цифровой печати и цифрового облагораживания в составе гибридного конвертера HanGlobal LabStar 330S Hybrid, который крайне заинтересовал российских полиграфистов.

На заводе LabelSource в Китае успешно завершились приемосдаточные испытания уникальной новинки, поставляемой в Россию. Заказчик, крупный производитель этикетки, типография «Верже» (Верхняя Пышма), остался полностью доволен работой машины.



HanGlobal LabStar 330S Hybrid по своей архитектуре является гибким модульным расширяемым гибридным конвертером. В выбранной «Верже» конфигурации суммарно три флексо-секции, возможность цифровой печати по аналоговой фольге с получением металлик и другие возможности.

Типография «Верже» была основана в 2002 году. Компания занимается производством различных видов самоклеящейся этикетки в рулонах.

Помимо самоклеящейся этикетки предлагает клиентам большое количество видов продукции: бирки промышленные, билеты на термочувствительном картоне, печать на несамоклеящихся материалах, парковочные талоны с магнитной полосой, наборы наклеек/стикеров и другое.

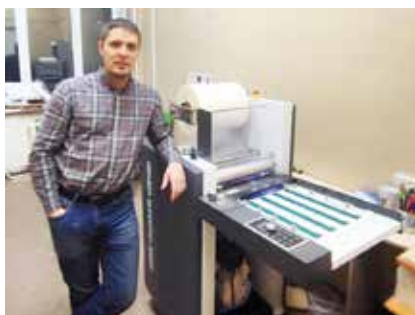
*По материалам
компании «НИССА Центрум»*

Ламинатор GMP QTOPIC-380F на производстве Book4Smile в Иркутске

Инженеры ГК «РУССКОМ» инсталлировали на производстве фотокниг Book4Smile профессиональный рулонный ламинатор GMP QTOPIC-380F.

Book4Smile — это производственная компания, занимающаяся печатью и изготовлением творческих, ярких и необычных выпускных альбомов и фотокниг, ведущая свою деятельность с 2012 года.

Процесс ламинации разворотов фотокниг на небольших рулонных ламинаторах занимал много времени, так как только низкая скорость обеспечивала достаточный уровень качества припекания пленки к цифровому отпечатку. Также маленькие ламинаторы не могли обеспечить стабильность при длительном ламинировании в течение дня. С увеличением объемов заказов требовалось решение, которое позволит ускорить этот процесс и сохранит качество



ламинирования на высоком уровне. Поэтому руководством компании было принято решение приобрести более профессиональный ламинатор GMP QTOPIC-380F.

По словам директора Book4Smile Дмитрия Богатова, выбор был сделан в пользу ламинатора GMP QTOPIC-380F, так как он скоростной (ламинирует со скоростью до 12 м/мин, что соответствует примерно 1440 листов формата A3/SRA3 в час), компактный (податочный стол складывается и регулируется угол

его наклона, максимальная ширина ламинирования — 350 мм), а также предназначен для цифровой полиграфии.

«Площади компании не позволяют размещать большое оборудование, а с учетом нашей специализации на фотокнигах и выпускных альбомах — в производстве и не требуются широкие форматы. Из узких форматов этот ламинатор наиболее оптимальный. К тому же ламинатор GMP QTOPIC-380F предназначен как раз для цифровой полиграфии, имеет полуавтоматическую подачу, автообрыв и приемный стол», — заключил Дмитрий.

Ламинатор GMP QTOPIC-380F в компании Book4Smile будет задействован для ламинирования обложек выпускных альбомов и разворотов фотокниг.

*По материалам
ГК «РУССКОМ»*

Второй ламинатор GMP серии SURELAM в типографии «Лазер-Холл» (Нижний Новгород)

Второй ламинатор GMP серии SURELAM в типографии «Лазер-Холл» (Нижний Новгород)

Цифровая типография «Лазер-Холл» работает на рынке с 2012 года, постоянно развивается и расширяет свои производственные мощности, приобретая большое количество современного оборудования.

На сегодняшний день парк оборудования типографии состоит из различных принтеров, брошюровщиков, бигговщиков, которые позволяют ускоряться и делать небольшие цифровые тиражи в очень короткие сроки. Также на производстве установлены ламинаторы GMP.

Павел Мочалин, директор «Лазер-Холл» рассказывает: «У нас были разные ламинаторы, но всегда отдавали предпочтение марке GMP. Несколько лет назад нами был приобретен ламинатор GMP SURELAM

380R. Благодаря тому, что ГК «РУССКОМ» не прекратили поставлять данное оборудование, мы решили приобрести еще один широкий ламинатор SURELAM 540R, так как возникла потребность ламинировать пакеты формата A2».

SURELAM 540R — это рулонный ламинатор формата A2 для горячего и холодного ламинирования (как двухстороннего, так и одностороннего) с дополнительной функцией для эффектов голографирования и глянцевого цифрового печати. Максимальная скорость ламинирования — 7 м/мин, есть механизм выпрямления готовой продукции (при одностороннем ламинировании) и ревайндер.

На ламинаторах GMP в типографии ламинируют визитки, каталоги, пакеты и многое другое. Благодаря наличию у ламинаторов SURELAM ревайдера есть возможность де-



лать фольгирование, которое, по словам Павла, именно на данных ламинаторах получается хорошо.

В будущем руководство типографии «Лазер-Холл» планирует еще расширение производственных возможностей и приобретение рулонного ламинатора GMP PROTOPIC III PLUS-540 и другого оборудования, поэтому нацелены на долгосрочное сотрудничество с ГК «РУССКОМ».

*По материалам
ГК «РУССКОМ»*

Дмитрий Смирнов о тенденциях, устойчивом развитии и команде



Дмитрий Смирнов,
директор уральского
филиала компании
«Европапир»

■ Дмитрий, как начиналась ваша история в «Европапир»?

Мой путь в «Европапир» начался в Москве в 2007 году в роли заместителя финансового директора. Спустя пять лет мне предложили стать директором Уральского филиала. Несмотря на то, что я коренной москвич и мои предки проживали в Москве еще с дореволюционных времен, Екатеринбург стал для меня настоящим домом. Мне ближе менталитет местных жителей и зима на Урале — настоящая зима, с морозами и снегом.

С первой минуты знакомства с уральской командой и почувствовал, что нахожусь на своем месте.

Как говорится, новая метла по-новому метет, но я считаю такой подход необоснованным в долгосрочной перспективе. Уверен, что нет людей, которые не хотят работать. Просто нужно найти подход к каждому и создать необходимые условия для развития.

■ Кому вы особенно благодарны что компания именно такая и именно в этой точке развития?

В уральском филиале «Европапир» отличная команда. Я благодарен каждому за вклад в наше общее дело, неравнодушие, инициативность и ответственность, мы ценим и до-

Компания «Европапир» — один из ведущих поставщиков бумажной продукции в Центральной и Восточной Европе и СНГ. Филиалы компании находятся в десяти городах России, в том числе на Урале. Как мыслит человек, идущий к успеху? Обсудим перспективы рынка с директором филиала в Екатеринбурге.

рожим друг другом. Это больше, чем коллектив!

За время моего руководства работа была проведена большая: мы открыли склад в Челябинске, склад в Уфе, несколько раз меняли локацию склада в Екатеринбурге, теперь он работает в новом, более удобном месте. И самое главное, вместе мы предоставляем клиентам высокий уровень сервиса.

■ Как «Европапир» проходит трансформацию в связи с новыми условиями поставок?

Новые возможности находят производители, дистрибьюторы и даже клиенты. Идет процесс как замещения, так и смещения фокуса на азиатский рынок. При этом многие производители и так были представлены в России, а теперь расширяют ассортимент поставляемых бумаг.

Сейчас каждый из российских поставщиков бумаги и картона проводит огромную работу по формированию нового ассортимента. Проводятся тесты, готовятся заключения. Происходит трансформация на нескольких уровнях: у нас как у поставщиков и у типографий.

Конечно, в первую очередь нам важно настроить бесперебойную поставку материалов и найти альтернативные варианты. На протяжении

2023 года компания «Европапир» рассказывала о новых коллекциях дизайнерских бумаг, которые стали альтернативой европейским. На данный момент процесс обновления коллекций продолжается.

Я рассматриваю кризисные события как точку роста и время новых возможностей. Все, кто хотел работать и развиваться, продолжает это делать. Типографии обновляют парк оборудования, расширяют производственные площади, открывают для себя новые направления — новые горизонты. И мы их в этом поддерживаем.

■ Компания уверенно двигается в сторону эконаправления и устойчивого развития. Почему это важно для вас?

Работать в таком биологически чувствительном секторе, как бумажная индустрия — это серьезная ответственность. «Европапир» уделяет большое внимание международным экологическим стандартам. Как у ведущего оптового поставщика бумаги в Центральной и Восточной Европе, у Европапир есть ответственность за окружающую среду, и мы с радостью принимаем этот вызов.

В последние несколько лет мы постоянно расширяем наше со-

Я рассматриваю кризисные события как точку роста и время новых возможностей. Все, кто хотел работать и развиваться, продолжает это делать. Типографии обновляют парк оборудования, расширяют производственные площади, открывают для себя новые направления — новые горизонты. И мы их в этом поддерживаем.

Компания «Европапир» расширяет свой ассортимент и запускает продажу материалов для промышленной упаковки. Мы предлагаем широкий выбор товаров, решающих вопросы транспортировки и хранения продукции: крафт-бумага, гофрокороба, микрогофрокартон, гофрокартон, клейкая лента (односторонняя и двусторонняя), стретч-пленка, термоусадочная пленка, стреппинг-лента, диспенсеры, аксессуары для упаковки и многое другое.



трудничество с сертифицированными бумажными комбинатами, поддерживаем и поощряем устойчивое развитие такого партнерства. Ассортимент компании регулярно дополняется экологичными материалами из переработанного сырья.

Каждый шаг, от транспортировки древесины из леса на фабрику и до поставки конечного продукта покупателю, соответствует требованиям сертификационного стандарта.

Конечно, все начинается с нас — мы всегда сдаем макулатуру на переработку и практикуем экологичный образ жизни. Наша ответственность — заботиться об окружающей среде.

■ Как в бизнес-процессах отражаетесь вы, ваши жизненные принципы и стиль управления?

Всю жизнь я руководствуюсь правилом: относиться так к людям, как хочешь, чтобы относились к тебе. В общении в первую очередь должно быть уважение к сотруднику любого уровня.

■ Какие ценности компания транслирует миру?

Ключевой ценностью является высокое качество, ответственность и уважение. Поддержание высоких

стандартов качества материалов и сервиса. Мы работаем над улучшением всех бизнес-процессов каждый день.

Все, что происходит — результат принятых ранее решений. Мы несем ответственность за каждое наше действие. Именно поэтому всегда должен быть план Б на случай непредвиденных ситуаций. Мы делаем все возможное, чтобы наши клиенты получили безупречное обслуживание.

Кроме того, мы придерживаемся принципа открытости и прозрачности во взаимодействии с клиентами и партнерами. Открыты к любым мнениям и предложениям.

■ Какие итоги 2023 года вы бы отметили?

2023 год — год новинок. Мы находим альтернативные варианты, чтобы сгладить «пропасть», которая возникла в связи с отсутствием бумаги для цифровой печати и бумаги для дизайнерских проектов.

Так, например, «Европапир» подписала эксклюзивное соглашение с китайской фабрикой TPG, одним из ведущих китайских производителей в своем секторе. TPG Group ведет свою историю от небольшого производства бу-

мажной продукции, основанного в 1993 году.

В марте на склады «Европапир» поступили первые партии новых коллекций дизайнерских бумаг TPG. Первые партии успешно показали себя на тестах в цифровых и офсетных типографиях. Заводские образцы доступны для демонстрации клиентам во всех филиалах.

■ На чем у вас фокус внимания в этом году?

Компания «Европапир» расширяет свой ассортимент и запускает продажу материалов для промышленной упаковки. Мы предлагаем широкий выбор товаров, решающих вопросы транспортировки и хранения продукции: крафт-бумага, гофрокороба, микрогофрокартон, гофрокартон, клейкая лента (односторонняя и двусторонняя), стретч-пленка, термоусадочная пленка, стреппинг-лента, диспенсеры, аксессуары для упаковки и многое другое.

■ Что позволяет вам оставаться стрессоустойчивым?

Позитивный настрой, общение с командой и семьей.



«Главное — быть достойным человеком»



Екатерина Савченкова,
руководитель отдела
продаж компании
«Графические системы»

■ Екатерина, какой была ваша юность? Как выбирали свой путь?

Я родилась и училась в Екатеринбурге. После школы поступила в педагогический университет РГППУ на факультет истории и культурологии. Вероятно, мне был предreshen путь в полиграфию, и именно поэтому преподавание в школе не стало моей работой.

Путь в полиграфию был не прямой, но интересный. Я благодарна судьбе за такие повороты, где мне встретились уникальные люди. Сначала

На первый взгляд разговор с Екатериной складывался о ее карьерном пути и приоритетах в жизни. На самом деле получилась история о семейных ценностях, дружбе и счастье.

я оказалась в сфере недвижимости, где училась находить подход к каждому. И только потом — в полиграфии.

Моя мама работала в химлаборатории типографии «Уральский рабочий», и я с детства бывала в типографии, мне было очень интересно посмотреть, как изготавливают книги и газеты. Печатные машины, огромные агрегаты в газетном цехе, волшебный запах офсета... Наверное уже тогда я заинтересовалась полиграфией. И когда Нина Светличная (сейчас генеральный директор компании «ЯМ Интернешнл (Урал)» предложила должность в компании «Принт Хаус Урал», я сразу согласилась. Так, в 2005 году 13 января, в День российской печати, я стала менеджером по продажам в компании «Принт Хаус Урал». Чем больше я погружалась в эту тему, тем сильнее понимала, что я здесь всерьез и надолго.

■ Кто были вашими учителями по жизни?

В моей жизни я часто встречаю замечательных людей, которые

многому меня учат и поддерживают. Так получилось, что важную роль в моей жизни сыграла моя классная руководительница. Она научила нас дружить и дорожить друг другом, мы до сих пор с одноклассниками и нашим классным руководителем встречаемся, обмениваемся новостями.

В полиграфии одной из первых в меня поверила Нина Светличная.

Мои самые главные учителя — это мои заказчики. Я очень благодарна им за открытость, доброжелательность и отзывчивость. На первых порах моей работы к кому бы я ни обращалась, все были готовы и помочь, и объяснить. Благодаря им я стала таким специалистом, каким являюсь сейчас.

■ Какую главную мудрость вам передали родители?

Мама с папой стали для меня примером трудолюбия и позитива. В жизни ничего не дается просто так, нужно работать, стараться и добиваться целей. И самое главное — нужно прожить жизнь так, чтобы потом не было стыдно за себя перед окружающими.

Мама открыла мне путь в полиграфию, за что я не устану говорить «спасибо». Мама всегда рядом. Она мой ангел — я всегда знаю, что могу на нее положиться. К сожалению, папы уже нет с нами.

У моего супруга Юрия просто замечательные родители. Мне повезло, в жизни у меня две мамы и два папы, я не перестаю молить бога за их здоровье и благополучие.

■ Расскажите историю знакомства с вашим супругом. Как вы дополняете друг друга?

Мы Юрием Третьяком, коммерческим директором компании «Мимаки-Урал», познакомились





в 2002 году, когда я работала в недвижимости и помогала найти квартиру его другу. С тех пор мы не расставались. Страшно сказать: мы вместе уже 22 года. С Юрой мы одинаково мыслим, можем заканчивать друг за другом фразы, у нас похожие вкусы на музыку, книги, путешествия, совпадают жизненные ценности.

Нам нравится проводить время вместе, будь то работа, поход, отпуск или поездка в гости. Как говорится, нам хорошо даже молчать вместе. Мы любим читать книги и с удовольствием проводим за литературой совместные вечера.

Когда я пришла в полиграфию, Юра работал в другой сфере, но вместе со мной ездил в командировки в типографии, знакомился с замечательными людьми из этой сферы. И, как следствие, сам «заболел» полиграфией.

Сейчас мы работаем вместе в группе компаний «Графические системы». Многие спрашивают: «Ребята, вы не устаете всегда быть рядом, и дома и на работе?». А мы смеемся: как можно устать от своей половинки? Он часть меня, я часть его. Нам всегда комфортно друг с другом, мы всегда рядом и на работе, и на отдыхе, у нас общие друзья, схожие вкусы в музыке и литературе, нам всегда есть о чем поговорить и о чем помолчать. В жизни случается

много, и плохое, и хорошее, но что бы ни случилось, мы все это пройдем вдвоем. Наверное, это и есть любовь...

■ С чего началась ваша история в компании «Графические системы»?

Все сложилось очень интересно. Команда «Графических систем» 10 лет назад решила открыть направление расходных материалов для полиграфии. Мне хотелось попробовать себя в развитии нового направления с нуля. Я очень ценю доверие Сергея Бакшиша и Всеволода Соломеина за веру в меня.

Этот период совпал с рождением нашего второго сына. Он фактически до года рос в офисе. В коллективе его называют сыном полка. Когда у Кузьмы спрашивают «где ты будешь работать?», он четко отвечает: в «Графических системах».

У нас прекрасный коллектив, даже больше не коллектив, а семья. Мы все общаемся семьями, вместе отдыхаем и работаем. Поддерживаем друг друга в сложных ситуациях и радостных событиях.

■ Кто идет рядом с вами по жизни?

К счастью, рядом со мной всегда есть интересные, хорошие и отзывчивые люди. У нас много друзей полиграфистов. Когда ты из года в год много работаешь с людьми, это перерастает в дружбу.

■ Как вы проводите выходные?

Мы живем за городом, но я очень люблю Екатеринбург — это город, в котором я родилась и выросла. Хочется, чтобы наши дети, как и я, знали и любили мой город. Стараемся раз в месяц выбраться куда-нибудь погулять семьей. Любим ходить в кино, стараюсь приучать детей к театрам и музеям. Очень любим гулять в лесу, благо, что живем мы за городом и лес находится рядом.

■ Как вы воспитываете детей, чтобы они выросли достойными людьми?

Мы стараемся, чтобы наши дети в первую очередь уважали себя и окружающих. Очень хочется, чтобы они выросли умными, добрыми, настоящими мужчинами. Как их отец и деды.

Мы гордимся нашими мальчишками. Сергей, Кузьма и Егор — наши три богатыря. Это солнце, которое нам светит. Они наполняют нашу жизнь смыслом и светом.

■ Что по-вашему является сердцем дома?

Сердце дома — его жители. Если в доме живет любовь и взаимоуважение, хочется туда возвращаться. И неважно, какого размера дом.

■ Какие личные итоги 2023 года вы для себя выделили?

Несмотря на то, что год был непростым, он принес для нас много интересных свершений и достижений как бизнесе, так и в семье. Я давно поняла одну простую истину: нет безвыходных ситуаций, из всех ситуаций можно выйти с гордо поднятой головой и прибылью. Главное, чтобы были желание и силы. Возможности решить и преодолеть трудности найдутся.

■ На чем будет ваш фокус внимания в 2024 году?

В 2023 году мы вновь начали развивать офсетное направление. Все складывается — мы испытываем неиссякаемый драйв, делая шаги в эту сторону, есть силы и стремления, а значит, все получится.

Chembyo: итоги 2023 года



Александр Арцимович,
генеральный директор
завода офсетной химии
Chembyo (Дубна)

Стабильное качество, новые разработки и масштабирование производства — все это результат системной работы. Завод офсетной химии Chembyo в 2023 году вышел на новую ступень развития. Самое время обсудить итоги.



■ Александр, каким был для вас 2023 год? Соотносились ли ваши амбиции с возможностями?

Год был стрессовый для отрасли. Но, несмотря ни на что, это одно-значно интересный период, когда перед нами открываются новые возможности. Я уверен, что для компаний, которые занимают проактивную позицию, 2023-й сложился очень успешно.

Для нашей компании год оказался революционным. Мы работали сразу в нескольких направлениях. Активно разрабатывали направление лаков, УФ-лаков и средств для очистки, углубились в направление флексопечати. И, конечно, запустили большой проект по переработке смывки.

Все это потребовало большого количества сил от нашей команды, и мы успешно справились с амбициозными задачами.

■ Какие сегменты и направления оказались для вас наиболее перспективными?

Мы получили рост по всем направлениям. Но самым значимым





можно назвать уникальный проект по переработке смывки.

Мы очень гордимся результатами, для нас важно делать такие амбициозные социально-значимые проекты с высоким уровнем ответственности перед окружающей средой в том числе. Проект не только делает работу полиграфистов удобнее и выгоднее, но и вносит вклад в экологию.

■ В 2021–2022 годах вашим стратегическим решением было инвестировать в отдел разработок. К каким результатам это привело и какой стратегии придерживаетесь сейчас?

Нам неинтересно повторять из года в год одно и то же — это стагнация.

Усиление отдела разработок и позволяет считать себя проактивной компанией. Мы внимательно следим за рынком и регулярно внедряем новые идеи.

В 2023 году мы выпустили 30 продуктов. И в 2024-м мы продолжим разрабатывать материалы совместно с типографиями. Учитывая обратную связь от наших клиентов, мы можем модернизировать уже существующие продукты или создать с нуля.

В этом году мы продолжим сотрудничество с маркетплейсами. Как показывает практика, это перспективное направление, которое выводит наше взаимодействие с клиентами на новый уровень.

■ Какие смыслы вы вкладываете в партнерство?

Наш главный принцип сотрудничества — прозрачность. Мы всегда готовы рассказать, объяснить, показать, как устроена наша работа и производство в целом. Нам важно быть честными и просто хорошо делать свое дело. И, конечно, мы позиционируем себя как лояльная компания, открытая к диалогу. Мы умеем слушать, слышать и не боимся экспериментов.

■ У проактивной компании должен быть проактивный управленец. Как вы для себя определяете понятие лидерства?

Лидер — это тот, для кого важна первичность. Он создает то, чего еще не было, постоянно экспериментирует и внедряет новые идеи. Именно потому за ним и следуют. Лидер идет вперед, не оглядываясь, и предлагает рынку стратегию «вин-вин».

Да, к лидерству всегда добавляются максимальный уровень ответственности и риск. Это сложное бремя, но мы способны выдержать высокую нагрузку. Своим примером Chembyo доказывает, что российское производство — лидер отрасли, для которого качество продукта в приоритете.

Маргарита Семейкина



«Т-Системы»: итоги 2023 года



Стефан Валуйский,
генеральный директор
компании «Т-Системы»
(Москва)

■ Стефан, каким был 2023 год для вашей компании?

Год был достаточно сложным, но очень активным и в итоге в целом успешным. Активно работаем и развиваемся!

■ Расскажите о недавнем ребрендинге компании. Что стало отправной точкой и к чему вы пришли?

Жизнь идет, все меняется. Ребрендинг связан с изменением состава учредителей компании и уже самостоятельным движением нашей компании на российском полиграфическом рынке.

■ На ваш взгляд, компании удалось установить полноценную коммуникацию с клиентами уже как «Т-Системы»?

Безусловно. В этом смысле все осталось, как и прежде. Все наши клиенты с нами.

■ Как за последний год изменилось ваше видение работы, ценности, задачи и формат взаимодействия с командой и клиентами?

Наша цель достаточно понятна. Мы должны быть всегда рядом с нашими клиентами, что и продолжаем делать. Если наш клиент успешен, значит успешны и мы. В этом смысле все наши ценности и задачи остались прежними.

Любые события — это возможности для роста. Для «Т-Системы» 2023 год стал знаковым и показательным. Ребрендинг прошел успешно и, однозначно, компания еще больше усилила свои позиции на рынке.

■ Как глобальные изменения в мире повлияли на планы развития компании? Насколько быстро и качественно получилось перестроиться, чтобы выполнить намеченные на этот год задачи?

Безусловно, нам потребовалось некоторое время, как и многим другим компаниям. Многие необходимые изменения и реакции приходилось внедрять прямо на ходу. Планы, в общем и целом, остались прежние — удовлетворение потребностей наших клиентов, российских полиграфических предприятий.

■ Текущий год выдался стрессовым для многих отраслей и компаний. Как преодолевали его вызовы, в чем увидели перспективы и возможности для развития бизнеса?

Думаю, что в стрессовом состоянии мы с вами теперь будем находиться достаточно долго. Это в каком-то смысле наша новая реальность. В любом случае, дорогу осилит только идущий. Тут в целом также ничего не поменялось.

■ Вашей компании 11 лет. Что вспоминается в первую очередь, оглядываясь назад? Как вы оцениваете этот путь?

Одним из основных итогов нашей работы стало заключение ряда эксклюзивных дилерских соглашений сразу с несколькими ведущими китайскими поставщиками постпечатного оборудования для производства картонной упаковки. Особенно хотел бы отметить укрепление наших партнерских отношений с компанией Dayuan Machinery, которая является безусловным лидером по производству автоматических прессов для высадки и тиснения, а также листорезальных машин.



На данном этапе все наши основные усилия мы направляем на поставку в Россию оборудования для производства картонной упаковки из Китая. Активно развиваем наш проект по поставкам б/у офсетных печатных машин из стран ЕС, США и Азии.

Оцениваю наш путь как очень интересный и, безусловно, положительный. Очень многое нам удалось сделать. Возможно, что-то можно было сделать и лучше. Но, в любом случае, это большой опыт, который уже останется с нами навсегда. Самое главное, что мы продолжаем свой путь и развиваемся.

■ Вы приняли активное участие в выставке в Шанхае. Какие итоги вы для себя отметили?

Одним из основных итогов нашей работы стало заключение ряда эксклюзивных дилерских соглашений сразу с несколькими ведущими китайскими поставщиками постпечатного оборудования для производства картонной упаковки. Особенно хотел бы отметить укрепление наших партнерских

отношений с компанией Dayuan Machinery, которая является безусловным лидером по производству автоматических прессов для высечки и тиснения, а также листо-резальных машин.

■ Какие мысли вы вкладываете в партнерство и дружбу с коллегами и клиентами? Как это отражается на работе компании?

Основное правило — нужно слушать и слышать своих коллег и партнеров, как мне кажется. Сейчас это особенно важно.

Наша цель достаточно понятна. Мы должны быть всегда рядом с нашими клиентами, что и продолжаем делать. Если наш клиент успешен, значит успешны и мы. В этом смысле все наши ценности и задачи остались прежними.

■ Какие сегменты и направления оказались для вас наиболее перспективными в 2023 году?

На данном этапе все наши основные усилия мы направляем на поставку в Россию оборудования для производства картонной упаковки из Китая. Активно развиваем наш проект по поставкам б/у офсетных печатных машин из стран ЕС, США и Азии. Все не так просто, как хотелось бы, но шаг за шагом мы решаем поставленные перед нами задачи. Все будет хорошо!

■ Вы как руководитель «Т-Системы» как для себя формулируете, кто такой лидер и какую ответственность он несет?

Лидер — это как раз тот, кто несет всю ответственность целиком за все, что делает его команда и он сам. И никак иначе.

Маргарита Семейкина, Людмила Трошина

Прессы для высечки и тиснения DAYUAN BHT-1060CE/AT



**БРЕНД №1
в Китае**

- ❶ Скорость работы до 9000 ударов/час
- ❷ Усилие высечки до 600 тонн
- ❸ Точность высечки ± 0.075 мм
- ❹ Самые тяжелые машины в своем классе
- ❺ 78 национальных патентов

T SYSTEMS

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

Dayuan 大源

Что было самым главным для компании, партнеров и клиентов в 2023 году?



Завершившийся 2023 год можно смело назвать Новым годом. Для большинства компаний, работающих на полиграфическом рынке нашей страны, это был год новых поставщиков, новых продуктов, новых услуг, новых решений и новых сегментов. Именно поэтому в 2023 году в «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» особенно много проектов, мероприятий и активностей были связаны с обучением, получением новых знаний и навыков.

В начале года представители производителей клеев для упаковки и полиграфии, офсетной резины, полиграфических лаков, офсетных и флексографских красок подробно рассказали нашим сотрудникам о каждой серии новинок. Специалисты по логистике «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» сформировали значительный складской запас расходных материалов. И при этом продолжались плановые поставки для бесперебойной работы офсетных и флексотинографий.

После введения санкций типографии начали использовать новые запечатываемые материалы, в частности, бумагу и картон. Весной 2023 года компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» совместно с компаниями «Европапир» и «КАМА» провела серию тематических вебинаров. Участники «из первых рук» получили информацию не только о продуктах «КАМА», но и об изменениях, ко-

торые произошли на российском рынке полиграфических бумаг и картона.

Поставщики, типографии и заказчики в большей или меньшей степени ощутили последствия санкций. В апреле 2023 года компания приняла участие в XV Уральском полиграфическом форуме. На мероприятии производители печатной продукции обменивались новостями и делились опытом работы в новых

Специалисты по логистике «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» сформировали значительный складской запас расходных материалов. И при этом продолжались плановые поставки для бесперебойной работы офсетных и флексотинографий.

условиях. По отзывам, одной из самых содержательных и полезных для типографий была презентация нашей компании, о подборе расходных материалов для печати на отечественных бумагах и картоне.

В 2023 году компания успешно завершила несколько проектов по поставке и установке дозирующих станций и оснащения колористических лабораторий для смешения офсетных и флексокрасок на производствах наших клиентов. Летом сотрудники компании провели несколько учебных курсов для колористов типографий по работе на новом оборудовании. Обучение проходило на красногорской станции смешения офсетных красок «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и на территории типографий. Мы уверены, что полученные знания и навыки способствуют поддержанию высокого качества выпускаемой продукции.

Осенью 2023 года компания собрала сотрудников центрального офиса и региональных филиалов на трехдневную стратегическую сессию. Продукт-специалисты и руководители направлений рассказывали коллегам, как наши материалы «работают» в типографиях, демонстрировали достижения в товарных сегментах и презентовали новинки. На данных мероприятиях насыщенность полезной информацией подкрепляется живым общением коллег разных филиалов, которых обычно разделяют сотни и тысячи километров.

В ноябре 2023 года наши технологи провели обучение для сотрудников одного из ключевых партнеров в Южном федеральном округе. Типографию настолько впечатлили результаты обучающего курса, что по его завершении команда получила запрос на продолжение.

Но все же, событием года стал 20-летний юбилей компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС». Чтобы отметить эту дату с партнерами, были проведены три полиграфических семинара «20 лет с Поли-

Цель нашей компании — помочь продуктивной бесперебойной работе российских типографий. И в новом 2024 году мы не прекращаем поиски производителей качественных расходных материалов для полиграфии.

графией»: в Твери (17 августа), в Нижнем Новгороде (7 сентября) и в Санкт-Петербурге (9 ноября). Организаторами мероприятий выступили компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС», «Европапир», «Сыктывкарский ЛПК» (бывший АО «Монди Сыктывкарский ЛПК»), «Кама» и Koenig & Bauer. Сотрудники «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» презентовали расходные материалы для офсетной и флексографской печати. В Санкт-Петербурге вместе с представителями типографий в семинаре приняли участие будущие полиграфисты, студенты кафедры «Технологии полиграфического производства» Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна. Некоторые из них выразили желание в будущем стать технологами в «ОКТОПРИНТ СЕРВИС». Постара-

емся помочь сотрудникам университета в подготовке классных полиграфистов!

Цель нашей компании — помочь продуктивной бесперебойной



работе российских типографий. И в новом 2024 году мы не прекращаем поиски производителей качественных расходных материалов для полиграфии. Наши специалисты по логистике практически в круглосуточном режиме организуют закупки и поставки. А технологи успешно помогают типографиям

даже в тех случаях, когда проблему не могут решить сервисные инженеры производителей печатного оборудования.

Благодарим всех наших партнеров: типографии, производителей и поставщиков материалов, редакции отраслевых журналов и сайтов. Спасибо, что вы с нами! Надеемся, что и для вас 2023 год был не только сложным, но и успешным. Мы при-



лагаем много усилий, чтобы сделать наше сотрудничество максимально плодотворным. Верим, что это получается!

Работайте с надежным поставщиком!

По материалам компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»

oktoprint
SERVICE
www.oktoprint.ru

**Расходные материалы
для полиграфии**

**ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ
МИР ЯРЧЕ!**



Итоги года редакционно-издательского отдела ИПЦ УрФУ (продолжение)



Ирина Плотникова, заведующий редакционно-издательским отделом Издательско-полиграфического центра УрФУ, старший преподаватель кафедры издательского дела Уральского гуманитарного института УрФУ

Ольга Климова, канд. филол. наук, доцент Института радиоэлектроники и информационных технологий — РтФ УрФУ, редактор РИО ИПЦ УрФУ

2023 год стал юбилейным годом для редакционно-издательского отдела университета: в этом году мы с размахом отметили 70 лет. В честь юбилея был организован и проведен семинар «Современный издатель: специфика работы», в котором приняли участие специалисты из вузовских и коммерческих издательств Москвы, Новосибирска, Екатеринбурга и других городов России. Также к участию в семинаре подключились студенты и преподаватели Уральского федерального университета. В рамках юбилейных мероприятий совместно с сотрудниками научной библиотеки была подготовлена выставка «История РИО: шаг в сегодня», на которой экспонировались уникальные издания университета 1920–1980-х гг. Также на выставке были представлены со-



временные издания, что наглядно продемонстрировало разнообразие изданий и трансформацию издательской деятельности в вузе в течение прошедшего столетия.

Собирая сведения о сотрудниках редакционно-издательского отдела, выяснилось, что наши ветераны и люди, преданно служившие издательскому делу в середине прошлого столетия, забыты, затеряны во времени. Новые сотрудники о них не знают, а специалисты издательства зрелого возраста многих уже не помнят. Этот факт позволил осознать, что существует острая необходимость фиксации не только ярких событий, но и людей, которые являются частью истории отдела и вуза в целом.

Осенью, в самый горячий период, когда необходимо срочно завершать план изданий на 2023 год, когда идет формирование издательского портфеля на 2024 год, когда началась подготовка к празднованию юбилея издательского подразделения, было решено подготовить и опубликовать книгу об истории нашего отдела и о сотрудниках, которые в нем работали и работают сейчас. Удалось написать и подготовить к публикации юбилейную книгу «Мастерская книги:

70 лет редакционно-издательскому отделу Уральского университета». Надеемся, эта книга станет частью истории крупнейшего вуза в Уральском регионе, сохранит память об отделе, о нас и нашей работе.

Дедлайны и цейтноты 2023 года показали, что у нас прекрасный коллектив, дружная команда. Особая гордость — наши талантливые, уже опытные, вставшие на крыло молодые сотрудники отдела, бывшие студенты кафедры издательского дела УрФУ, любимые, выпестованные, которые встали рядом на борьбу с безграмотностью, нелепостью, нелогичностью, головотяпством авторов — на борьбу с невежеством. И мы видим, как преображаются рукописи, становясь книгами, как светятся лица авторов, как устало, но радостно листают издатели еще «горячие» книги, привезенные из типографии. И это единение мыслей и душ в борьбе за лучший мир — наверное, самый важный итог уходящего года, когда ты знаешь, что рядом есть плечо, на которое можно опереться.

Одной из важнейших задач на 2024 год является завершение работы над новой книгой, создание которой осуществляется совместно с коллегами из научной библио-



теки УрФУ и преподавателями нашего университета. В ходе работы с молодыми авторами и студентами (читателями вузовской книги) выявилась острая проблема отсутствия культуры работы с информацией: ведь любой текст (и речь) является способом передачи знаний. Выявленная проблема сподвигла к созданию нового пособия об особенностях работы с информацией, которая должна научить искать и выявлять достоверные сведения, оценивать и анализировать их (подключаем критическое мышление), дать опыт переработки и создания собственной картины мира, сформировать навык продуцирования новых знаний и научить грамотно их оформлять для дальнейшего использования.

Книги, которые мы делаем, конечно, разные, но этапы их подготовки одинаковые. Делаем мы их, ну и делаем — рутина, работа. Но когда звонишь автору, чтобы в очередной раз сказать эту магическую фразу: «Книга готова к печати, ждем Вашего одобрения/согласования макета», то всплывает фраза стюар-

дессы перед взлетом: «Уважаемые пассажиры, пристегните ремни, мы готовы к взлету!» И этот миг, сколько бы он ни повторялся — прекрасен! Это миг рождения новой книги. Как сложится ее судьба? Какие отзывы

только ученым вуза, но и студентам и даже стороннему человеку, который заинтересовался научными знаниями. И сколько бы мы ни говорили о работе редактора, об авторах и качестве книги, о новых методах

Мы видим, как преобразуются рукописи, становясь книгами, как светятся лица авторов, как устало, но радостно листают издатели еще «горячие» книги, привезенные из типографии. И это единение помыслов и душ в борьбе за лучший мир — наверное, самый важный итог уходящего года, когда ты знаешь, что рядом есть плечо, на которое можно опереться.

читателей, критиков она получит? Будет ли замечена, оценена должным образом? Выиграет ли конкурсы? Как долго будет востребована?

Все эти вопросы являются частью одной большой волнующей темы, актуальной для любого издателя. И речь идет не только о качественной подготовке изданий, важной становится форма передачи информации читателям, упаковка этой информации таким образом, чтобы книгу захотелось взять в руки, чтобы материал этой книги был интересен не

работы, для каждого издателя самым важным будет именно мнение читателя, его оценка совместного труда. Востребованность книги — это и есть показатель нашего труда. Меняются читатели, тренды, мода, меняются специалисты и технологии, но задача издателя всегда будет одинаковой — сделать интересную качественную книгу. Поэтому нам всегда есть к чему стремиться, чему учиться, что улучшать и куда двигаться. Главное — выбрать правильный путь!



Полиграфия для мероприятий



Ивент-индустрия — многогранная ниша для полиграфических заказов. Мероприятия работают на имидж компаний, поэтому здесь требуются дизайн, срочность и максимальное качество печати. Эксперты разных сторон делятся опытом взаимодействия с заказчиками.



Анастасия Гуськова, куратор мастермайнд-сообщества, организатор бизнес-мероприятий, член Союза пиарщиков России (Барнаул)

Я регулярно организую конференции и нетворкинги на большую аудиторию, поэтому часто обращаюсь к услугам типографий для изготовления полиграфической продукции: от пригласительных билетов до роллапов. Для меня такие материалы — одна из граней личного бренда, поэтому я обращаю пристальное внимание на многие моменты.

1. Качество печати. Радует, что все типографии стремятся к высокому разрешению печати, четкости изображений, насыщенности цветов и поиску достойных аналогов замещения материалов и оборудования.

2. Дизайн-макет. У меня есть дизайнер, которому я доверяю изго-

товление макетов. Иногда в процессе печати возникают ситуации в стиле «ожидание и реальность». Для того, чтобы этого не происходило, я заранее обсуждаю с производством возможные проблемы и договариваюсь о печати пробного экземпляра для согласования. Очень хотелось бы, чтобы все типографии были открыты к такой практике.

3. Сроки выполнения. Я работаю в строго ограниченных сроках и требую четкого и надежного выполнения заказа без просрочек. Опыт научил, что от форс-мажоров, конечно, не застрахован никто, поэтому я, как правило, стараюсь закладывать большее количество дней и заказывать полиграфию не за день до открытия конференции.

4. Разнообразие продукции. Я люблю работать с одним поставщиком и заказывать все необходимые материалы в одном месте. Для мероприятия часто требуются различные типы полиграфической продукции. Помимо основных элементов, таких как флаеры и баннеры, мне могут понадобиться брошюры, программы, буклеты, бейджи и т.д.

Возможность получить все необходимое в одном месте — это то, на что я точно обращаю внимание при выборе типографии.

5. Стоимость и бюджет. Конечно, перед тем, как оформить заказ, я мониторя рынок и сопоставляю цифры с имеющимся бюджетом. Поставщики, которые настроены работать со мной в долгосрочной перспективе, всегда предлагают выгодные варианты сотрудничества, чтобы качество материалов не менялось в зависимости от конечной стоимости изготовления.

В 2024 году тренд на офлайн мероприятия набирает еще больший оборот. Я уверена, что все организаторы стремятся найти надежного исполнителя, который сможет предложить качественную полиграфическую продукцию по разумной цене в установленные сроки. Именно поэтому обращаю внимание полиграфистов: не гонитесь за разовыми заказами, выстраивайте долгосрочные отношения с клиентами.



Анна Махмутова, руководитель отдела брендинга и коммуникаций маркетингового агентства Demis Group (Москва)

Наша агентство заказывает большое количество разнообразной полиграфии при подготовке к конференциям и для бизнес-целей: визитки, листовки, флаера, брошюры, каталоги, бейджи, стенды и прочее.

Помимо основного набора рекламных материалов мы регулярно производим мерч в качестве подарков для потенциальных клиентов. Один из ярких примеров — настольная игра-квест с полем в виде диджитал-рынка, ходы совершались после бросания игровых костей.

При заказе стандартной полиграфии есть разработанный стандарт технического задания с указанием плотности бумаги, формата, цвета печати и т.д. Благодаря этому оформле-

ние заказа происходит быстро. Если говорить о нестандартных заказах, процесс согласования и поиска подрядчика может занимать больше времени и вызвать сложности, так как не всегда получается поставить четкое ТЗ для реализации идеи.

Ключевой момент, на который хочется обратить внимание полиграфистов — стремление к проактивности и участие в реализации идей. Так, при создании настольной игры мы обратились более, чем в 10 типографий, и нас не проконсультировали по возможностям реализации идеи. Материал предполагал не только печать, но и постпечатать, в том числе перфорацию. На создание шаблона мы потратили много времени, экспериментируя с вариантами технической реализации.

Если бы менеджеры рассказали о возможных форматах, то процесс занял бы меньше времени и стал в разы проще на этапе подготовки. Типографии ждут готового ТЗ и берутся непосредственно за реализацию, но не готовы брифовать и консультировать клиентов. Хотя именно подготовительный этап позволяет не только повышать лояльность, но и увеличивать средний чек. Менеджеры могут формировать заказ, исходя из задач бизнеса, предлагая форматы, о которых заказчик, возможно, просто не задумывался.

Еще одна проблема, с которой мы часто сталкиваемся — адаптация наших дизайн-макетов под печать. Оперативное изменение под новый размер вызывает сложности и влияет на сроки. Так, в 2023 году нам нужно было изменить размер подарочных пакетов с сохранением дизайна, но штатный специалист типографии не учел все моменты адаптации. С учетом правок срок

изготовления занял три недели.

Поэтому важный момент, который мы считаем ключевым при выборе подрядчика — это опыт взаимодействия. Помощь в разработке ТЗ, консультации, брифинг, участие в подготовке проекта заказчика.

Второй момент, на который мы всегда обращаем внимание — сроки реализации и наличие необходимых материалов.



Ксения Соловьева, pr-менеджер премиального агентства недвижимости Etagi Prime (Москва)

Агентство недвижимости очень часто нуждается в полиграфической продукции, так как напрямую продает свои услуги и коммуницирует с клиентами. Мы как агентство премиального уровня очень тщательно выбираем подрядчиков для нашего брендинга на мероприятиях.

Для мероприятий мы готовим практически полный набор полиграфии: флаеры, баннеры, открытки, пресс-волы, папки, визитки, бейджи.

При выборе исполнителя мы в первую очередь обращаем внимание на несколько критериев.

1. Наличие отзывов. Нам важно понимать, как другие заказчики оценивают компанию.

2. Сроки выполнения заказа. Иногда мероприятия организуются в сжатые сроки, поэтому условие «срочная печать» всегда пользуется спросом.

3. Примеры работ исполнителя. По портфолио и каталогам всегда можно понять, какого уровня предоставляется услуга.

4. Раскладка бумаги и цвета. У каждой компании есть свои корпоративные цвета из бренд-бука, соблюдение

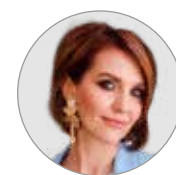
которых является обязательным. Если подрядчик предоставляет возможность сразу посмотреть возможность использовать конкретный оттенок, это в два раза экономит время.

5. Качество бумаги. Это одно из ключевых условий при выборе компании. Для нас очень важно, чтобы компания работала с качественной бумагой.

6. Составление договора оказания услуг. Предоставление документа, который носит юридическую силу, является гарантией исполнения заказа в срок.

Мы сотрудничали с разными подрядчиками по производству полиграфии для того, чтобы выбрать одного, с кем будем работать на постоянной основе. Конечно, были моменты, когда исполнители сами не понимали, что делать с нашим заказом, что мы хотим получить в конечном итоге. Некоторые не соблюдали сроки выполнения заказа. Один из ключевых факторов, который помог нам определиться — производство полного цикла. Спустя время мы выбрали своего подрядчика, с которым сотрудничаем уже полгода.

Мы бы хотели обратить внимание полиграфистов на требования к техническому заданию. Четкое составление ТЗ, которое находится в общем доступе, очень упрощает работу и исполнителю, и заказчику.



Евгения Шеболтаева, основатель ивент-студии DETALI (Новосибирск)

Мы проводим крупные корпоративные мероприятия уже 17 лет и очень часто заказываем полиграфию. В основном это элементы айдентики





конференции, спортивного события или другого мероприятия. Мы заказываем пригласительные, билеты, призовые купоны, бейджи, стикеры для брендинга подарков, сертификаты, обложки для планшетов, номера столов, меню, элементы для оформления велкома или сладкого стола в едином фирменном стиле. Для навигации чаще всего делаем указатели на бумаге с плотной ламинацией. Для фотозон часто используем элементы из пластика с накаткой полноцветной печати. Кроме того, иногда есть необходимость в брендированной одежде, печати на флагах и баннерах.

При выборе исполнителя для нас важно сделать цветопробу, чтобы на готовой продукции цвета совпадали с согласованными оттенками эмблемы мероприятия или логотипа. Также мы смотрим на качество печати, поскольку отправляем все изображения в векторе и ожидаем, что картинка не будет пикселями, а тексты будут четкими и читабельными.

Мы не работаем с компаниями, которые не выполняют работу в срок, могут забыть про наш заказ, отложить его, перепутать макет или материалы. Разумеется, на долгих дистанциях бывают ошибки, промашки, выход техники из строя — мы это понимаем, но ожидаем, что поставщик нас не подведет, и в случае форс-мажора не только сообщит нам, но и поможет решить проблему. Перед своими клиентами мы несем ответственность за каждого поставщика и не можем просто не выполнить заявленные работы. Мы обязаны сделать все, что обещано и даже больше.

Мне запомнилась одна ситуация, которая случилась много лет назад. Наша любимая типография напе-

чатала сотню бабочек для оформления сладкого стола, но забыла нарезать. В то время система курьерской службы была не так развита, как сегодня, и менеджер, допустивший ошибку, сам доставил на площадку мероприятия нарезанный декор. Я оценила готовность сотрудника исправлять ошибки, спасать ситуацию лично. В итоге еще много лет работала не только с этой компанией, но и конкретно с этим менеджером.



Юлия Сидорова, дизайнер-фрилансер (Екатеринбург)

Один из моих постоянных клиентов — организатор бизнес-мероприятий. При работе с данной категорией важно учитывать особенности ивент-полиграфии. Ключевой момент — сдача материалов точно в срок, поэтому необходимо заложить достаточное время на печать всех позиций, с учетом изготовления цветопроб и возможных перепечаток.

Брендинг мероприятия должен визуально отвечать тематике события, не отвлекать от происходящего, в то же время быть оригинальным и запоминающимся. При разработке макетов важно продумать, как и в каких ситуациях будет использоваться изделие, проработать возможные сценарии. Если это пресс-волл или главный баннер, то необходимо сделать фотомонтаж, проверить, как люди будут фотографироваться на его фоне — чтобы все важные названия остались в кадре. На бейджах необходимо сделать акцент на ключевой информации — статусе участника и его имени. При верстке программы нужно подумать об удобстве чтения и использования. Я рекомендую компактный формат, который помещается в дамскую сумочку. Навигационные таблички следует сделать достаточно контрастными и привлекающими внимание, чтобы докладчики, а также

опаздывающие участники быстро ориентировались в незнакомом помещении.

Бывает так, что материалы печатаются в разных типографиях. В этом случае важно сохранить корректную цветопередачу. Для этого делаются отсылки на цвета Pantone или RAL, а дизайн разрабатывается с учетом того, что, возможно, полиграфию нужно будет быстро подгонять по цветам. Например, в этом случае я делаю изначально фон из небольшого количества векторных деталей, которые легко перекрасить на прессе, если не будет возможности подкрутить цвет при печати.

Часто случается так, что все идет не по идеальному плану: затягиваются согласования или появляются внезапные правки и новые позиции в самый последний момент. Как показывает опыт, в таких случаях нужно расслабиться, делая со своей стороны все возможное, и позволить процессу идти естественным образом.



Юлия Василевская, директор рекламно-производственной компании «Геометрия рекламы» (Краснодар)

Одна из категорий наших клиентов — организаторы корпоративных мероприятий — выставок, форумов, конференций. В ивент-индустрии взаимодействие происходит с трех сторон — между организатором, спонсором и участником мероприятия.

Организатор мероприятия должен подготовить раздаточные материалы с информацией о спикерах, партнерах, программу мероприятия и так далее. Также он оформляет систему навигации для удобства участников.

Спонсорам мероприятия необходимо подготовить рекламно-информационные материалы о себе и своей компании. Это могут быть буклеты, роллапы, сувениры, каталоги и образцы собственной продукции.

Цель участников мероприятия — завести полезные контакты, найти потенциальных клиентов. В этом им помогут представительные визитки и буклеты.

Все три стороны обращаются к услугам полиграфических производств и для каждого нужен свой подход.

Примерно 5–10 лет назад дизайн полиграфической продукции, в том числе для мероприятий, предполагал яркие кричащие цвета, обилие информации. В небольшой буклет компании старались поместить максимум данных о себе, преимуществах, бонусах. Заказывали многостраничные каталоги продукции для раздачи на мероприятиях. Сегодня ситуация кардинально меняется.

Заказчики ограничиваются лаконичным дизайном и минимумом информации. Наиболее популярным видом раздаточной полиграфической продукции становится лифлет. Это маленький буклет с красивой картинкой, названием компании и QR-кодом, который приводит клиента либо на сайт компании, либо на скачивание электронного каталога, прайс-листа, необходимых контактов. Таким образом заказчик избавляет участника мероприятия от большого объема печатного материала, который тот вынужден носить с собой, а также снижает собственные затраты на полиграфию.

У многих потребителей, заказывающих визитки, есть запрос на качественный носитель, особенно на дизайнерскую бумагу с латексным напылением. Поэтому полиграфические производства сейчас находятся в поиске материалов, которыми смогли бы удивить своих клиентов.

Помимо качественного носителя современный потребитель ожидает от полиграфии использования современных технологий, которые открывают новые возможности. Речь как об использовании QR-кодов и минимизации печатного материала, так и о других технологиях. Например, у потребителей появляется запрос на

применение эффекта дополненной реальности в полиграфии. Этот прием позволяет «оживлять» изображение при наведении на него камеры смартфона.

Еще один тренд, который мы фиксируем в нашей компании, — креативное оформление продукции. Например, заказчику нужна такая визитка, которая бы точно не затерялась в закромах портфеля потенциального клиента. Так, по запросу металлургической компании, мы делали металлические визитки.



Анастасия Томме, менеджер по работе с клиентами рекламного-производственного агентства Zeytz (Москва)

Наше рекламное-производственное агентство может выступать организатором мероприятий для наших клиентов, в то же время иногда мы передаем эту функцию подрядчикам, отдавая мероприятия на аутсорс.

Как исполнитель могу сказать, что чаще всего для мероприятий заказывают баннеры, ролл-апы, буклеты, каталоги, сертификаты и визитки.

Если сроки и бюджет заказчика позволяют, мы можем предложить технологически более сложную реализацию — использовать дизайнерскую бумагу при печати, добавить тиснение, фольгирование, объемный лак, фигурную вырубку и многое другое. Также, вместо стандартных баннеров и роллапов можно использовать более сложные конструкции. Например, поп-ап или ростовые куклы.

В случае, если есть определенный потолок по цене и сжатые сроки, мы можем предложить более типовые изделия с оперативным изготовлением, при этом не теряя в качестве.

Крупные организации чаще всего сами предоставляют макеты с готовым дизайном, так как штат у них рассчитан на своего дизайнера,



который в курсе всех тонкостей верстки в соответствии с брендбуком. Упор делается на минимализм.

Средним и малым организациям нередко требуется помощь в верстке макетов. В отличие от крупных, они не гонятся за актуальным визуалом, у каждого заказчика свое индивидуальное видение. В этом случае мы подбираем подходящие варианты дизайна, опираясь на пожелания заказчика.

Если говорить о трудностях, с которыми мы сталкиваемся как исполнители, за последнее время можно обозначить проблему наличия многих материалов на рынке. Хорошим примером послужит дизайнерская бумага. В погоне за эксклюзивностью заказчики чаще останавливают свой выбор на интересной и фактурной дизайнерской бумаге, нежели на стандартной мелованной. На этом этапе могут возникнуть трудности: сильный рост цен на бумагу из-за проблем с логистикой, полный вывод с рынка определенных видов бумаг и прочее.

Как показывает практика, многие возможности полиграфической отрасли уже не впечатляют заказчиков. Компании ищут новые способы трансляции своего корпоративного стиля. Несколько раз к нам поступали запросы на аромаполиграфию, но, к сожалению, эта область не сильно развита и не готова предоставить большой спектр возможностей.

Для поддержания и стабильного развития рынка полиграфии необходимо искать новые способы реализации запросов, внедрять новые технологии производства и всегда находить нестандартные способы решения.

«Европапир»: тренды 2024 года



Тенденции, которые начались в 2023 году, будут прослеживаться и в первой половине 2024 года.

«Европапир» поставляет мелованную бумагу и картон из Китая. В каталог компании добавились продукты, которых не было в европейском ассортименте. Фактически в 2023 году удалось найти и успешно протестировать все новинки специальных и дизайнерских бумаг. В конце 2023 года протестировали новую самокопирующуюся бумагу. Кратко об основных направлениях расскажут наши специалисты.



Елена Родионова, менеджер по развитию дизайнерских и специальных бумаг, рассказывает о направлении, которое сильнее всего пострадало от санкций.

На рынке осталось несколько европейских марок дизайнерских бумаг (Munken, NAUTILUS® от Mondi), но в основном эта ниша теперь заполнена китайскими материалами.

Большая часть коллекций премиальных материалов теперь представлена продукцией китайской фабрики TPG. Команда «Европапир» в конце года посетила Китай, производство своих новых партне-

ров. Все привыкли, что европейские фабрики дизайнерской бумаги — это небольшие, камерные, почти ручные производства с узкой специализацией, но TPG отличается от привычного европейского формата.

Это огромное предприятие, оборудованное восемью бумагоделательными машинами. При этом в ближайших планах расширяться и ставить девятую. Производство полностью автоматизировано, отлажен контроль всех характеристик. За последние 10 лет Китай развернулся в сторону экологии, поэтому сейчас вся продукция сертифици-

Большая часть коллекций премиальных материалов теперь представлена продукцией китайской фабрики TPG. Команда «Европапир» в конце года посетила Китай, производство своих новых партнеров.

рована, налажен сбор макулатуры, из которой здесь же делают новые коллекции. О размахе китайского производства можно судить по одному факту: из восьми бумагоделательных машин одна круглый год делает только бумагу черных оттенков, а вторая — красных, очень востребованных в самом Китае.

Компания TPG на рынке уже 30 лет, она хорошо известна во

всем мире. Среди постоянных клиентов известные бренды: IKEA, Tiffany, Swarovski, Gucci, Disney, Louis Vuitton. На фабрике есть большой демозал, где представлена упаковка из материалов, производящихся TPG. Ассортимент бумаги в «Европапир» — лишь малая часть предлагаемого фабрикой, и в нагих планах его постепенно расширять. На данный момент складская программа состоит из 14 коллекций, о них мы рассказывали в предыдущих номерах.



Павел Боков, руководитель направления мелованных и специальных бумаг, рассказывает о новинках и трансформациях в нише рулонных и листовых материалов для больших печатных машин.

В свете приостановки производства илимской мелованной бумаги «Омела» в плотностях 105–115 г/м² Павел рекомендует обратить внимание на расширение линейки плотностей легкомелованной бумаги компании «КАМА»: плотности от 80 до 130 г/м² могут спасти положение.

Если говорить о новинках среди немелованных бумаг, «Европапир» продвигает новый продукт Сыктывкарского ЛПК KomiStory — книжная

бумага натурального оттенка с уникальными характеристиками в трех вариантах плотностей: 50–55–60 г/м².

В области самоклейки с нами остались «братья-словенцы»: листовая продукция компании Muflon — складская позиция «Европапир». Добавился новый производитель из Китая Davos. В поисках новых производителей мы приняли решение рас-

смотреть множество альтернативных вариантов. Остановились на Davos. У них же теперь берут самокопирку, так как больше нет индонезийского производителя.



Вячеслав Брагин, руководитель направления «Упаковка» в «Европапир», обрисовал ситуацию по картонам.

Европейские марки картона покинули Россию, Китай укрепился, но нам всем страшно повезло, что ровно перед началом небезызвестных событий и последовавших санкций «КАМА» запустила производство российского FBB-картона.

Европейских поставщиков упаковочного картона было порядка десяти, китайских брендов на самом деле не так много, доминирует здесь производитель APP, «КАМА» у нас одна, поэтому после исхода Европы ассортимент картона у всех крупных поставщиков стал пример-

но одинаковым. Выигрывает тот, кто успевает завезти партию материала по низкому курсу.

Немного о макулатурном картоне. «Старая добрая» «Нева» осталась, есть турецкий Kartonsan, «КАМА» предлагает новый продукт на стыке макулатурного и целлюлозного — картон Kama Project, благодаря его появлению многие производители



Это огромное предприятие, оборудованное восемью бумагоделательными машинами. При этом в ближайших планах расширяться и ставить девятую. Производство полностью автоматизировано, отлажен контроль всех характеристик.

перешли с макулатурного на целлюлозный картон.

СЛПК тоже делает специальный картон для упаковки: KomiPack — для молочных пачек, KomiFresh — под стаканчики, KomiBase — под пищевые лотки.

«КАМА» с 2021 года начала выдавать промышленные партии картона и только наращивает обороты. Сейчас стало понятно, что картона хватит на всех. За время кризиса

многие перешли с GC1 на GC2, да там и остались.

На данный момент ситуация следующая: многое удалось заменить, но остались позиции, по которым еще не найдены аналоги. Нам предстоит большая работа по поиску новых поставщиков. Пожелаем нам всем удачи и хорошей охоты!

По материалам компании «Европапир»

Уральский филиал
ООО «Европапир»
г. Екатеринбург,
ул. Хомякова, д.17
ural.info@europapier.ru
тел.: (343) 376-81-41
www.europapier.ru

EUROPAPIER



FIRST OF ALL EUROPAPIER — символ многообразия ассортимента, безупречного сервиса и стремления быть наиболее клиентоориентированной компанией на рынке!



Россия, 664014, г. Иркутск, ул. Толевая, 4
+7 (950) 123-78-45, +7 (3952) 709-272
e-mail: 709272@mail.ru, www.santai-val.ru



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

**Все о печати
и полиграфии
здесь**



<http://pechatnick.com>



ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: u.tretyak@grs1.ru

Мимакі-Урал

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

www.mimakiural.ru

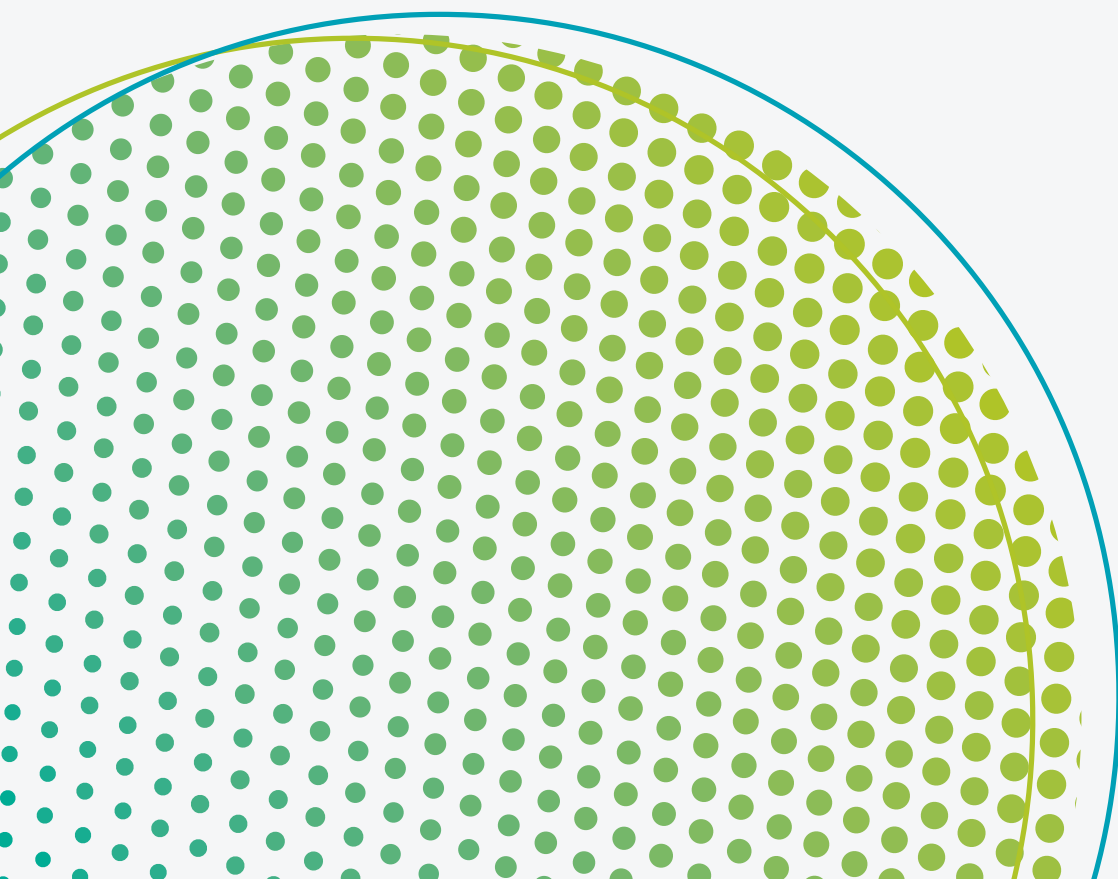
printech



9-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

18–21 ИЮНЯ
2024
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ ОБ УЧАСТИИ
printech-expo.ru



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

