

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

№3 (119) май-июнь 2018

Форум удивил

Бежать сотни км на забегах и управлять креативом. Как?

Так выглядит будущее текстильной печати

Полиграфисты продолжают учиться

printech

4-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИИ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ **ПЕЧАТНОГО**
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

26-29 ИЮНЯ
2018

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Получите билет
printech-expo.ru

Организатор



Генеральный
информационный партнер

publish
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

Всесезонные голландские краски



ЭКОНОМИЧНОСТЬ



НАДЕЖНОСТЬ



ТОЧНОСТЬ



СКОРОСТЬ



СЕРВИС

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

телефон: **+7 (343) 312 1210**



www.yam.ru



Дорогие друзья!

Чем вы измеряете успех? Мы – обратной связью. Альберт Эйнштейн говорил: «Стремись не к тому, чтобы добиться успеха, а к тому, чтобы твоя жизнь имела смысл». В нашем случае эти понятия совпадают. Получаем от вас слова благодарности и понимаем, что работаем не зря. Администрация Екатеринбурга наградила редакцию благодарственным письмом за большой вклад в развитие полиграфической отрасли. Это показатель нужности и важности. Журнал продолжает расти и меняться, мы готовы к экспериментам – высказывайте пожелания и идеи.

Главное – правильный настрой. А все остальное – новые партнеры, новые победы – придут. Ваши победы – наши победы, и мы искренне радуемся каждому вашему шагу вперед. Желаем работать с улыбкой и уверенностью в завтрашнем дне. Не ради успеха, а ради смысла. Все возвращается бумерангом.



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

Учредитель: ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л.С. **Журналист:** Семейкина М.В., Ушакова М.А. **Дизайн и верстка:** Кузнецов Г.М. **Корректур:** Власюк Т.Я., Семейкина М.В. **Адрес редакции и издателя:** 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. **Телефон редакции:** (343) 286-17-44, e-mail: ural-pb@yandex.ru, сайт: www.ural-pb.ru. Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №3 (119) май-июнь 2018. **Подписано в печать:** 15.06.2018. **Выход в свет:** 20.06.2018. **Печать:** типография «ДАММИ» (г. Курган, пр. Машиностроителей, 13А). **Тираж:** печатная версия — 1000 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. © 2018 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

16+

Читайте в номере:

- НОВОСТИ**
- 4** Семинар «Цифровая печать – курс на эффективность»
- 7** Чем удивил Уральский полиграфический форум?
- 11** Инсталляции и текущие итоги компаний
- ГОСТЬ НОМЕРА**
- 14** Анна Коротких
- АКТУАЛЬНО**
- 18** Обзор рынка печати по текстилю
- 24** 8 вопросов об FSC-сертификации
- 34** Веб-ту-принт. Лотерея или системный подход?



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

Екатеринбург		
Бригантина	ул. Шварца, 2/1	(343) 286-17-44
Гейдельберг-СНГ	ул. Блюхера, 88, оф. 304	(343) 271-24-44
Гельветика-Урал	ул. Маяковского, 2А	(343) 287-60-60
Графические системы	пер. Трактористов, 4	(343) 28-601-28
Дубль В («Мир бумаги»)	ул. Мамина-Сибиряка, 85, оф. 1	(343) 301-20-05
Европапир	ул. Хомякова, 17	(343) 376-81-41
Интернет-склад подарков	ул. Решетникова, 22А, оф. 201	(343) 247-85-76
Мега-Риф	ул. Гурзуфская, 48Е	(343) 379-26-14
ОктоПринт Сервис	ул. Цвиллинга, д. 7Ч, оф. 201	(343) 243-52-16
Папирус-Столица	ул. Чернышевского, 106	(343) 310-20-81
Прагматика	ул. Бажова, 68	(343) 253-15-76
Ремэкс-Урал	ул. Вишнева, 1 (2Д)	(343) 204-77-20
РеаЛайн	ул. Тургенева, 13, оф. 204	(343) 221-29-06
Студия Черкасова	ул. Коминтерна, 16 оф. 315	(343) 379-47-58
Урал-Минольта	ул. Азина, 55	(343) 2-377-377
ЯМ Интернешнл (Урал)	ул. Московская, 54, оф. 101	(343) 312-12-10
Челябинск		
Дубль В	Комсомольский проспект, 10	(351) 210-21-71
РЕКПОЛ	ул. Лесопарковая, 7, к. 2, оф. 301	(351) 734-98-98
Тюмень		
Полиграфмаркет	ул. Мельникайте, 106, оф. 106, 107	(3452) 61-83-05
Курган		
ДАММИ	пр. Машиностроителей, 13А	(3522) 25-55-40

ЮБИЛЕЙ

26 15 лет вместе с вами

ТОП

28 Музеи о полиграфии

БЛИЦ-ОПРОС

30 Как полиграфисты повышают квалификацию?

ОБРАЗОВАНИЕ

32 Уральский техникум «Рифей»

ОБОРУДОВАНИЕ

20 Андрей Короб: гибридная печать на тканях

22 Brother GTX: текстиль и стиль

36 Ликбез по ниткошвейным машинам SMYTH

38 Оборудование RICOH в библиотеке им. В. Г. Белинского

40 Климат-контроль

42 «LED-UV – это не для скептически настроенных полиграфистов»

44 Лучший способ переплета документов в твердую обложку

46 Главные векторы развития офсетной полиграфии

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

48 «Европапир» о тенденциях отрасли

50 «Нанохимия» от «ОктоПринт Сервис»

Double V



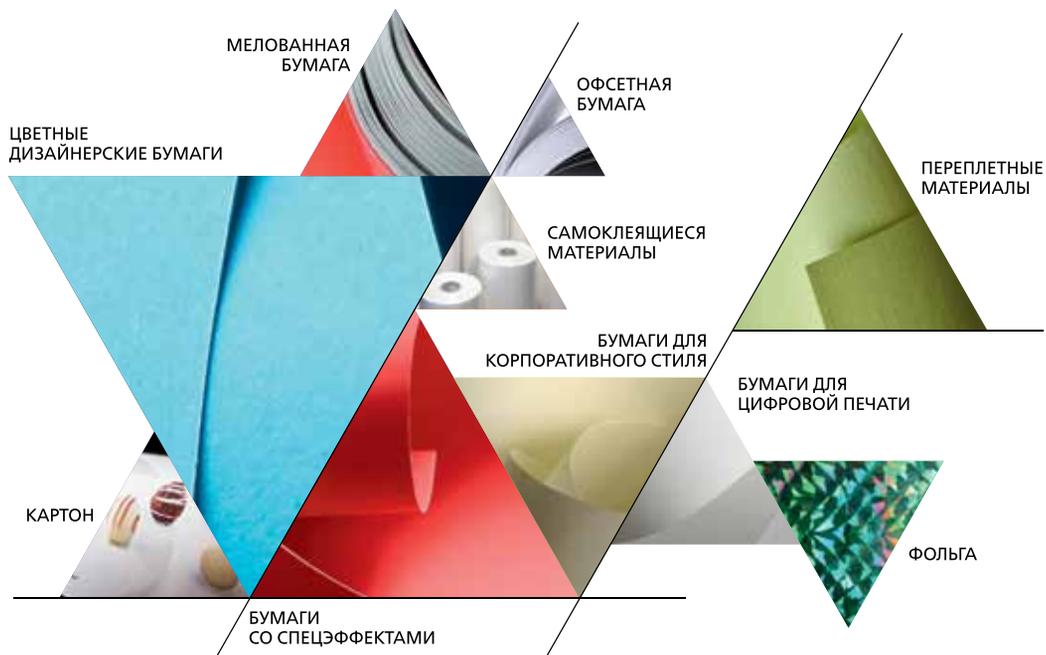
МИР БУМАГИ

ЦЕНТР РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ

Обособленное подразделение «Екатеринбург»

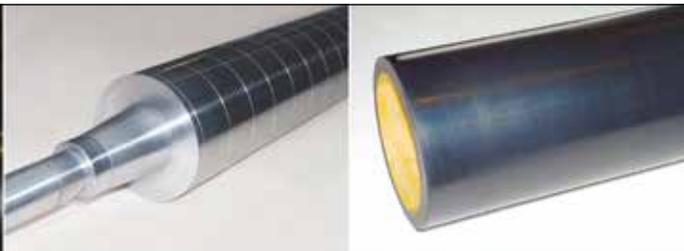
Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, 85, оф. 1

8 (343) 301-20-05 (многоканальный)
mirbumagi@ekt.doublev.ru
<http://vk.com/mirbumagiect>
www.doublev.ru



ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

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



Формный флексовал

Флексогильза Sleeves на «основе» производства «Формат»



Пассевационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками

Вал для полиграфических машин



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

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

www.formatltd.ru

КУРС НА ПРОДУКТИВНОСТЬ



В последнее время в диалоге с директорами типографий все чаще поднимаются вопросы экономики печати и проблемы реализации продукции типографий. «Именно поэтому для обсуждения данных вопросов мы пригласили ведущих специалистов, которые готовы показать пути решения», – отметил **Роман Зырянов, ведущий специалист компании «Форт Диалог – Исеть»**.

Семинары в полиграфии не редкость и проводятся чуть ли не каждый месяц. К слову, апрель не стал исключением. Семинар «Цифровая печать – курс на эффективность» состоялся 25 апреля, организаторами выступила компания «Форт Диалог – Исеть». Правда, на этот раз компания провела мероприятие в нестандартном формате: два спикера, часовые выступления, без привычной демонстрации оборудования, семинар ориентирован на обсуждение актуальных проблем. Как оказалось, полиграфисты готовы к таким экспериментам и с интересом слушали выступающих.

компании Хегох (Москва), выступил с докладом «Увеличение рентабельности в цифровой печати». Как отметили организаторы, выбор спикера для обсуждения цифровой печати и ее экономики был очевиден: Алексей Агарков сочетает в себе технические знания, инженерный и пользовательский опыт.

«Вопросы себестоимости печати сегодня являются наиболее чувствительной темой, – описал ситуацию спикер. – В результате неверного подсчета себестоимо-

репановой, директора розничного подразделения «Мир бумаги» ГК «Дубль В», в условиях снижения платежеспособного спроса типографии вынуждены компенсировать убытки повышением цен, что приводит к дальнейшему падению спроса. В этой ситуации часть игроков вынуждена реорганизовывать бизнес, снижать издержки или вообще уходить с рынка. На фоне снижения количества традиционных и крупных типографий стремительно растет количество новых форматов



Партнером организаторов выступила компания «Дубль В». В течение мероприятия участники семинара могли ознакомиться с образцами, отпечатанными на материалах компании «Дубль В», и задать все возникшие вопросы.

Как увеличить рентабельность?

В первой части мероприятия Алексей Агарков, руководитель проектов

сти и недооценки влияния разных факторов мы получаем ничем не обоснованные демпинговые цены на рынке полиграфической продукции. Как и другие участники индустрии, мы заинтересованы в формировании цивилизованного рынка и поэтому прилагаем для этого все усилия».

Полиграфический рынок России не первый год переживает нелегкие времена. По словам **Ольги Че-**

– цифровых и «гибридных» типографий, мини-типографий. Сложившаяся ситуация вынуждает полиграфистов отслеживать последние технологические новинки и модернизировать производство.

Компания Хегох в курсе технологических аспектов работы полиграфического оборудования, особенностей использования различных материалов, влияния внешних факторов на стабильность пе-



чати и появления брака. «Многие типографии, оснащенные современным и производительным промышленным оборудованием Хехо и занимающие сегодня лидирующие позиции, начинали свой путь вместе с нами много лет назад с небольших производств. Это позволяет нам понимать, какие решения являются эффективными и приводят к положительным результатам, а какие – тупиковым. Не поделиться таким опытом было бы неправильно», – добавил **Алексей Агарков**.

Эффективная модель продаж

Выбор второго спикера стал своего рода экспериментом. Ольга Понамарева, бизнес-тренер, рассказала,

Как рассказала **Ольга Понамарева**, аудитория на семинаре собралась открытая, живая, заинтересованная в развитии своего бизнеса и индустрии в целом, участников интересовали практические инструменты. «Все позна-

«продавайте полиграфию дороже» идет вразрез с позицией классического отдела продаж. Соответственно, и отзывы были различные, – пояснил **Роман Зырянов**. – Некоторые гости интересовались дополнительными материалами от Ольги

«Аудитория на семинаре собралась открытая, живая, заинтересованная в развитии своего бизнеса и индустрии в целом»

ется в сравнении, я выступала на многих семинарах в других сферах деятельности – организация этого мероприятия оказалась на высоком уровне, соблюден регламент, что очень важно для владельцев и управляющих бизнеса. Программа

Понамаревой для работы с сотрудниками».

По мнению **Ольги Черепановой**, тема этого бизнес-тренинга была очень актуальна. Многие менеджеры типографий работают «по накатанной», не отслеживая новинки и



«почему одни менеджеры продают мало, другие продают много, а третьи приносят типографии деньги». Кроме лекции спикер провела несколько практических заданий, чтобы закрепить полученные знания. «Приглашенный тренер по продажам быстро включилась в концепцию мероприятия, предложила варианты. Мы оценили ее опыт в продажах и наличие готовых курсов обучения», – объяснил **Роман Зырянов**.

не перегружена, было достаточно времени для неформального общения, где участники смогли поделиться опытом, пообщаться со спикерами и обменяться визитками», – поделилась **Ольга Понамарева**.

Разговор о продажах изначально предполагался дискуссионным. «В этом и была наша цель – оживить общение, поднять вопрос продаж, предложить продавать дороже и выгоднее. Тем более, что и тема

тренды в материалах для полиграфии, не предлагая нововведения конечным заказчикам, типографии не увеличивают объемы продаж.

«На сегодня предложение превышает спрос, для полиграфистов недостаточно иметь новую современную дорогостоящую технику, необходимо обучать сотрудников активно продавать. Клиент, придя в типографию и заказывая визитки, хочет получить не визитку, а



новых клиентов и партнеров с помощью этих визиток, и в этом случае вопрос денег не является первоочередным, – рассказала **Ольга Понамарева**. – Так как бизнес у всех находится на разном уровне развития, вопросы были различные. У некоторых возникла потребность в обучении сотрудников методами «как продавать немного, но дорого, правильно фильтровать заявки, чтобы не работать ради работы», а у кого-то обратная задача – получить только клиентов с большой тиражностью, где они могут предложить низкие цены».

кого ранга. В этот раз мы целенаправленно интересовались оборудованием Xerox, так что семинаром наше взаимодействие не закончилось. После мероприятия детально и внимательно изучили цифровую машину Xerox Versant 180 Press в демозале компании».

Максим Марьясов, коммерческий директор типографии «Малахит», комментирует: «Семинаров сейчас много, и приходится выбирать действительно нужные. Семинар компании «Форт Диалог – Исеть» оказался интересным и полезным, как и все мероприятия этого

альны: мы приобрели в 2017 году цифровое печатное оборудование Xerox, у нас накопились вопросы по печати именно цветных работ, и экономические вопросы нас, естественно, тоже волнуют».

Любовь Ямшанова, директор Интернет-склада подарков Skladgifts.ru: «Спасибо компании «Форт Диалог – Исеть» за живой семинар, встречу с коллегами и возможность узнать о проблемах и новинках отрасли.

Для новичка-полиграфиста семинар помогает понять, как формируется цена в цифровых тиражах. Опытным коллегам показали возможности машин нового поколения. Поняла, на какие параметры нужно обращать внимание при выборе нового оборудования».

«Формат общения «без железа» для нас в новинку. Семинар позволяет обсудить более широкие темы, не сосредотачиваясь на демонстрации функционала техники. Для полиграфистов это возможность взглянуть со стороны на свое производство, на бизнес, услышать мнение стороннего эксперта, коллег по цеху и затем улучшить что-то в своей системе», – подвел итог **Роман Зырянов**.

«Благодарим сотрудников компании «Форт Диалог – Исеть» за профессиональный и творческий подход к организации этого мероприятия, всегда рады сотрудничеству», – отметила **Ольга Черепанова**.

«Это возможность взглянуть со стороны на свое производство, на бизнес, услышать мнение стороннего эксперта, коллег по цеху и затем улучшить что-то в своей системе»

Есть польза

Как отметил **Роман Зырянов**, в отличие от классических выставок оборудования, после семинара отзывов было больше, их содержание разнообразнее, благодарили за возможность «перезагрузиться». Многие участники вскоре посетили демозал, где изучили некоторые технологии более детально. **Андрей Волков, директор типографии «Гардарика»**, отметил отсутствие дистанцирования докладчиков от гостей: «Мы получили ответы на узкие специфические вопросы у руководителей и специалистов высо-

поставщика. Не жалею потраченного времени. Несмотря на то что я не новичок в обеих темах, некоторые нюансы для себя отметил и структурировал то, что знал раньше».

Обсуждение актуальной темы привлекло участников не только из столицы Урала. **Светлана Шевченко, начальник отдела №11 АО «Каменск-Уральского литейного завода»**, поделилась мнением: «Такой формат мероприятия позволяет пообщаться и поделиться своим опытом решения вопросов, обменяться контактными данными. Темы семинара для нас весьма акту-

Неформальный форум Чем встреча полиграфистов удивила на этот раз?



Только представьте: первый день лета, на улице +2 градуса. В такую погоду сложно заставить себя выйти из дома, не то что решать глобальные вопросы. Именно в таких неожиданных условиях 1 июня состоялся IV летний Уральский полиграфический форум. К проверке на «прочность» не были готовы даже привыкшие к таким погодным настроениям уральцы, что говорить о гостях Екатеринбурга. Однако организаторы форума переживали напрасно – по словам полиграфистов, форум удался.

Форум в лицах

«Летний форум принес много неожиданностей. Первая – это, конечно, погода. Мы заранее знали, что будет прохладно, поэтому постарались подготовиться и утеплиться. Такого «экстремального» форума, уверен, никто никогда не видел. Впрочем, как отметили практически все гости, атмосфера была теплой», – рассказал **Дмитрий Тарасов, старший преподаватель ИРИТ-РтФ УрФУ, соорганизатор форума.**

Формат форума классический: с самого утра начинаются выступления докладчиков и дискуссии, затем спортивная программа и неформальное общение. По традиции темы выступлений сконцентрированы на одном направлении. На этот раз обсуждение касалось автоматизации – тему уже начали освещать на VIII зимнем форуме, организаторы приняли решение копать глубже и продолжить дискуссию по данному направлению.

Как отметили организаторы форума, атмосфера встречи, ее уникальный формат привлекает все новых и новых друзей. В этом году

было около 150 человек. Приятно, что каждый год на форуме можно встретить знакомые лица. Также приятно, что Уральский полиграфический форум расширяет свои границы и принимает в свои ряды новые компании. Так, например, впервые форум посетила **Ольга Пастухова, директор мастерской высокой печати Old Letter:** «Была очень теплая и дружная атмосфера. Несмотря на погоду впечатления остались положительные». Среди новичков и **Руслан Миронов, директор типографии iq press (Пермь):** «Формат и площадку форума оцениваю позитивно, приятно было пообщаться с коллегами по цеху».

«Уральский полиграфический форум в этом году получился не очень летним – погода немного подвела. Но нам это не помешало получить огромное удовольствие от события. Организаторы собрали не просто группу тех, кто «в теме», а настоящую команду единомышленников. Успели все: обсудить последние новости отрасли, бурно поdiskutировать на спорные темы, от

души повеселиться и даже пострелять», – поделился мнением **Андрей Наумов, основатель платформы для типографий web2print.pro.** – Из пожеланий к организаторам: собираться чаще, общаться дольше».

Юрий Лифанов, генеральный директор ЗАО «Прайм Принт» (Челябинск), представлял на форуме большой по объему, но немногочисленный сегмент полиграфии – газетную печать. Из всех участников только у двух в ассортименте выпускаемой продукции есть газеты и только в «Прайм Принт» печатные СМИ являются основой бизнеса. «Ролевая и листовая печать принципиально очень близки, но, тем не менее, если рассматривать технологические цепочки, далеко не все лайфхаки, применимые на «листе», пригодятся на «роле». Форум, конечно же, оказался для меня полезным с технической точки зрения, ведь на нем я познакомился с коллегами из «Итрако», «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР», снова встретился со старыми друзьями из компании «ОктоПринт Сервис», – прокомментировал **Юрий Лифанов.**





ИЗДАЛИ ПРИМЕР

Параллельно на площадке УрФУ во время форума состоялась работа секции, посвященной издательскому делу, для объединения издателей области, сотрудничества с бизнесом и профессионального роста студентов.

Живой, противоречивый, проблемный, обсуждаемый, деловой – таким запомнилась участникам форума издательская секция.

Как отметил **Дмитрий Тарасов**, приятно удивила издательская секция, которая собрала столько участников. Аудитория была воодушевлена и горячо обсуждала вопросы региональных издательств. **Ольга Климова, ведущий преподаватель кафедры издательского дела УрФУ, доцент, редактор, кандидат филологических наук:** «Темы выступлений оказались актуальными. Во-первых, обсудили проблемы издательского дела, особенно регионального. Не новость, что региональный издательский бизнес выживает не благодаря, а вопреки. Особенно острая ситуация в Свердловской области, где издатели существуют разрозненно, сами по себе. Во-вторых, форум – это налаживание тесных контактов, организация диалога между издателями и издателями, издателями и кафедрой издательского дела УрФУ (ИД) как учебной и научной площадкой, между издателями и дизайнерами, чтобы сплотиться и в будущем ре-

Участники секции «Современное издательство. Тактика и стратегия»

Александр Бисеров (издательство «Гонзо», «Рама Пабблишинг», магазин «100 000 книг»)

Марина Волкова («Издательство Марины Волковой»)

Ирина Короткова (издательство «Баско»)

Ирина Плотникова («Издательство Уральского университета»)

Юлия Подлубнова, литературный критик, заведующая музеем «Литературная жизнь Урала»

Елена Козьмина, жанролог

Андрей Якубовский, дизайнер

Виктор Филимонов, писатель

Инна Родина, заведующий кафедрой издательского дела УрФУ

Ольга Климова, доцент кафедры издательского дела и другие.

шать задачи регионального уровня уже совместными усилиями».

Как рассказала **Ирина Плотникова, начальник редакционно-издательского отдела**, интерес возник сразу, с первого выступления Елены Козьминой, доцента кафедры ИД, доктора филологических наук, победителя Международной литературной «АБС-премии». Но он не угасал и после окончания форума, когда докладчики и участники оживленно спорили, достойно отстаивая свое мнение, договаривались о продолжении обсуждения проблем.

«Разговор в нашей секции получился содержательным, живым, интересным и важным, – поделилась **Инна Родина, заведующий кафедрой ИД УрФУ.** – Участники форума обсудили проблемы книгоиздания в Екатеринбурге и области, поделились своим опытом, особенностями подготовки современных изданий, отмечали проблемы прикладного и научного характера. Для нас важно, что конструктивный разговор с ведущими издателями состоялся именно на нашей площадке и при участии студентов, потому что специальность «Издательское дело» прикладная, и студентам важно с самого начала входа в профессию «вариться» в этой профессиональ-

ной среде». Инна Родина добавила, что такие встречи способствуют развитию сотрудничества между университетом и бизнесом, повышают качество образования студентов, ставят перед преподавателями кафедры серьезные практические и научные задачи.

О важности прошедшего форума рассказала и **Ирина Короткова, генеральный директор издательства «Баско»:** «Так исторически сложилось, что екатеринбургские издатели встречаются только на церемониях подведения итогов различных книжных конкурсов. Так, инициатива кафедр полиграфии и веб-дизайна и издательского дела УрФУ была воспринята с огромным энтузиазмом. Как же было приятно увидеть знакомых коллег, партнеров, друзей, с большим вниманием и интересом слушать их сообщения. Безусловно, это полезно во всех смыслах. Надеюсь, что издательская секция станет действенным инструментом в формировании издательской политики не только Екатеринбурга, но и всего Уральского федерального округа».

Говоря об обратной связи, стоит отметить активную реакцию студентов – слушателей форума. Так прокомментировала дискуссию





Александра Трофимова, студентка третьего курса специальности ИД УрФУ: «Издательский день в рамках полиграфического форума – это не первое подобное мероприятие, которое я посещаю. IV летний Уральский полиграфический форум дал более подробное представление о ситуации на книжном рынке и о том, в каком профессиональном направлении мне нужно двигаться после университета. Интересно было слушать тех, кто полностью погружен в издательскую сферу. Самое «вкусное» – в деталях, издательских историях, мировоззрении и отношении профессионалов к своему делу».

Тот факт, что форум запомнился особой атмосферой, теплотой общения, созданной его участниками, подтвердили и **Екатерина Уткина и Марта Гудова, студентки второго курса ИД УрФУ.** «Было настолько органично и интересно, у нас сложилось ощущение, что издатели – это одна дружная семья», – отметили студентки.

Важнейшие итоги работы секции: расширение масштабов издательской секции, обмен ведущими издателями опытом ведения бизнеса и бизнес-моделями, подключение к разговору власти Свердловской области, обсуждение совместных издательских проектов. А также подключение к форуму дизайнеров с целью улучшения качества визуальной составляющей региональной литературы, проведение дальнейших исследований книжно-

Доклады секции автоматизации

Василий Дудкин, директор по производству типографии «Астер», – «АСУТП «Цветок» в типографиях «Астер»
Игорь Гальгин, сооснователь типографии «Гуд Принт», – «Внедрение АСУП в типографии»
Юрий Колмогоров, доцент кафедры полиграфии веб-дизайна УрФУ, – «Лайфхак в АСУП типографии»
Павел Иванов, главный специалист компании «Моноритм», – «Решения для АСУ от «Моноритм»
Андрей Наумов, основатель платформы для типографий web2print.pro – «Технологические решения АСУ от web2print.pro», «Технологические решения приема заказов от web2print.pro»
Дмитрий Степанов, генеральный директор типографии «Астер», – «О внедрении web-to-print в типографии «Астер». Проект СмартПринт»
Николай Сапошников, руководитель отдела продукт-менеджмента допечатного и цифрового оборудования «Гейдельберг СНГ», – «Heidelberg и автоматизация, воспоминания о будущем».

го рынка Свердловской области.

Форум дает свои плоды. Например, кафедрой издательского дела под руководством Ольги Климовой впервые проведено пилотное исследование книжного рынка Свердловской области, в будущем планируется ведение маркетинговых исследований на постоянной основе в рамках научной деятельности кафедры. На базе кафедры при участии «взрослых» издательств организовано учебное издательство, в рамках которого кафедра начала подготовку макетов изданий силами студентов (на данный момент вышли три книги).

Кроме того заявлена тема издательской секции IX зимнего Уральского полиграфического форума – «Умение издательства быть нужным».

Лайфхаки для производства

По оценкам организаторов форума, можно смело говорить, что Уральский регион находится на пике развития полиграфических АСУ, впрочем, несколько уступая по разнообразию функционала программных продуктов представителям центральной части России. «Наши ответы, как обычно, ассиметричные: мы создаем недорогие специализированные продукты, которые превосходно решают

поставленные задачи, а функционал – дело наживное. Если разработчики будут консультироваться с теоретиками автоматизации, такими как Юрий Колмогоров, доцент УрФУ, то, полагаю, это сможет существенно поднять уровень локальных разработок», – пояснил **Дмитрий Тарасов.** Как можно простыми средствами, используя минимум ресурсов, решить ту или иную технологическую задачу – этот вопрос был широко освещен на форуме.

Тема автоматизации сейчас на пике популярности. Несмотря на то что данному вопросу посвящено немало статей, в том числе автоматизация была центральной темой на VIII зимнем Уральском полиграфическом форуме, обсудить есть что. Как показала практика, интерес к вопросам автоматизации типографий не теряет своей актуальности. Организаторы форума приняли решение продолжить обсуждение вопросов в летних докладах.

«Для меня как для спикера отдельное удовольствие – выступление перед такой активной аудиторией. Это был даже не доклад, скорее, диалог. Задавали вопросы, сомневались, удивлялись. Отведенного времени, конечно, не хватило, – поделился **Андрей Наумов.** – Рад был услышать,





что тема автоматизации бизнес-процессов в типографии волнует все больше компаний. Многие коллеги представили свое видение идеальных АСУ на примерах собственных производств. Интересно было послушать доклады об опыте работы с web-to-print – технологии уже много лет, а обсуждения ее эффективности/неэффективности все никак не утихнут».

Как рассказал **Юрий Лифанов**, главными интеллектуальными приобретениями для него на секциях стали доклады, в которых демонстрировались новые подходы в работе с клиентами. Запомнились выступления Андрея Наумова, Дмитрия Степанова и, конечно же, Игоря Галыгина. «Хотел бы сказать огромное спасибо организаторам и драйверам всего этого процесса Андрею Тягунову и Дмитрию Тарасову за бесценную возможность в рамках одной площадки получать так много новых знаний», – добавил **Юрий Лифанов**.

Между выступлениями был перерыв на развлекательную часть, где полиграфисты доказали, что



Доклады в секции «Лайфхаки в полиграфии»
Ольга Черепанова, директор розничной сети «Мир бумаги» ГК «Дубль В», – «Дубль В»: комплексное решение в этикетке и упаковке»
Вячеслав Дорохин, технолог компании «ОктоПринт Сервис», – «Новые технологии от компании «ОктоПринт Сервис»»
Оксана Тарасова, технолог компании «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР», – «Особенности применения полиграфической химии»
Алексей Искростинский, технический директор компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ» (Москва), – «Преимущества LED-UV технологии в офсетной печати»
Ирина Джатиева, директор департамента ламинаторов и офисной техники компании «ДжиЭм-Пи-РуссКом» (Москва), – «Технологии ламинирования GMP для цифровой печати – удивите ваших клиентов!»
Сергей Головченко, директор по продажам направления «Печатное оборудование Mimaki» компании «РуссКом» (Москва), – «Тенденция развития технологических решений в УФ-печати»
Михаил Шахминский, региональный менеджер компании Ricoh, – «Инсталляции Ricoh в 2017-2018 гг. Почему заказчики выбирают Ricoh»
Игорь Степанов, коммерческий директор компании «Графические системы», – «Новинки Ricoh»

талантливый человек талантлив во всем, в том числе и спортивных соревнованиях. Стрельба, метание ножей, броски мяча – все оказалось полиграфистам по силу.

Вторую часть встречи посвятили расходным материалам – неотъемлемой части производственного процесса. К слову, это была не просто презентация новых продуктов, а лайфхаки от ведущих полиграфистов – как сделать работу проще.

Чувство юмора у полиграфистов, кстати, тоже на высоте. Удивила всех Снегурочка – так Елена Лесунова, руководит филиала компании «ОктоПринт Сервис», показала, что главное – правильное отношение к ситуации.

Новые победы

Помимо выступлений экспертов не обошлось и без наград. На форуме были подведены итоги конкурса «Уральский печатник», организованного Администрацией Екатеринбурга совместно с кафедрой полиграфии и веб-дизайна УрФУ. С поздравлениями выступил председатель комитета



по бытовому обслуживанию населения Администрации города Екатеринбурга Максим Афанасьев.

Компания «Дубль В» вручила своим постоянным клиентам благодарственные письма, а также главный подарок – книгу «Кто продает, что и кому?». Автор книги – Ларс Валлентин, 40 лет проработал в штаб-квартире компании Nestle в Швейцарии, возглавлял направление брендинга и дизайна.



Тема зимнего форума 18 января 2019 года – упаковка, этикетка, маркировка.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

«Пикселпро»: Speedmaster CD 102-5+L заменила четыре единицы офсетного оборудования



Эса Сааринен, генеральный директор «Гейдельберг-СНГ» (справа), вручил Александру Морозову, управляющему партнеру «Пикселпро», символический подарок, который назвал «индикатором будущего развития».

Специализация «Пикселпро» – производство разнообразных POS-материалов и рекламной продукции, сегодня компания занимает лидирующие позиции в данном сегменте. В 2007 году «Пикселпро» начала строительство здания, где сегодня находятся все производственные ресурсы компании – это большой комплекс площадью 17 500 м², расположенный недалеко от Москвы. Все помещения, в том числе цеха, склад, офис, столовая, оборудованы по современным стандартам для эффективной и комфортной работы. На мероприятии руководители «Пикселпро» провели для гостей экскурсию по всему производственному комплексу. Гости побывали в цехах офсетной, цифровой печати, допечатной и послепечатной обработки, цехе ручных операций, на производстве POS-конструкций из металла, пластика и дерева, а также в других подразделениях компании.

Рекламное агентство «Паблик Тотем» начало свою работу в 1991 году. В начале 2000-х руководство «Паблик Тотем» приняло решение построить собственный завод по изготовлению рекламных материалов. В 2013 году компания «Пикселпро» начала функционировать как самостоятельная структура.

В конце апреля 2018 года в типографии «Пикселпро» (Московская область, г. Домодедово) состоялась презентация новой офсетной печатной машины Heidelberg Speedmaster CD 102-5+L, запущенной на производстве компании в марте текущего года. На мероприятии собралось большое количество гостей, как и всегда в случае презентации новых машин, установленных «Гейдельберг-СНГ». Владельцы, руководители и сотрудники типографий, партнеры компании, редакторы отраслевых журналов – всего более 50 гостей посетили презентацию.

«Эволюционное развитие компании в офсетном производстве неразрывно связано с «Гейдельберг-СНГ», – подчеркнул в своей речи на презентации Александр Морозов, управляющий партнер «Пикселпро». – Еще недавно мы не предполагали, что на производстве появится новая машина. Однако комфортные условия сделки и беспрецедентные шаги руководства «Гейдельберг-СНГ» навстречу нашей компании во многом содействовали тому, чтобы сегодня мы могли представить вам нашу новую печатную машину. Основные цели замены ранее работавших у нас четырех машин Speedmaster разных форматов заключаются в следующем: увеличение выпуска продукции, более точное попадание в цвет и оптимизация производственного процесса по времени. И мы успешно достигаем поставленных задач. Кроме того, мы значительно снизили и затраты на обслуживание оборудования за счет сокращения количества машин».

Эса Сааринен, генеральный директор «Гейдельберг-СНГ», в ответном слове поблагодарил компанию «Пикселпро» за доверие и долгосрочное сотрудничество, а также отметил высокий уровень организации производства, его инновационность. Эса Сааринен заверил, что у «Гейдельберг-СНГ» всегда найдутся решения соответствующего уровня для будущего развития компании и вру-

чил «Пикселпро» символический подарок, который назвал «индикатором будущего развития» – модель Speedmaster XL 106, офсетной печатной машины класса Peak Performance.

Speedmaster CD 102 – это проверенная временем универсальная офсетная машина, на сегодняшний день в мире установлено более 50 000 печатных секций этой модели. Позволяет использовать широкий спектр запечатываемых материалов и быстро перенастраиваться с тонких бумаг на картоны.

Speedmaster CD 102-5+L в «Пикселпро» оснащена программным обеспечением Prinect Press Room Manager, частью которого является программная функция Prinect Analyze Point, которая позволяет получить «живые» данные о разных аспектах производства. Prinect Analyze Point анализирует работу печатной машины и демонстрирует время производства и простоя, объем выпуска и процент брака, соотношение макулатуры и годных изделий, а также другие параметры, которые не только дают реальную картину производства, но и позволяют его оптимизировать.

Машина в «Пикселпро» оснащена системой спектрофотометрического контроля качества печати Prinect Easy Control и автоматической корректировкой подачи краски.

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ»

Две HP Indigo 6800 в azimuthprint — новая и обновленная



ЦПМ HP Indigo 6600 с декабря 2013 года успешно работает в «Научно-производственном центре новых технологий «Азимут», торговая марка azimuthprint. HP Indigo позиционируется azimuthprint как оптимальное решение для малых и средних многовидавых тиражей.

Петр Лавров, собственник типографии, так прокомментировал тогда установку первой ЦПМ HP Indigo в azimuthprint: «Все чаще стала появляться потребность в коротких тиражах, оттиски, полученные на флексо и струйной машине, отличались друг от друга.

значительно расширились технологические возможности, появилась гибкость в выборе той или иной технологии, в том числе и для печати этикетки с защитой от фальсификации».

В апреле 2018 года специалисты сервисной службы «НИССА



Начали поступать заказы на текстурных, дизайнерских материалах, которые не могли быть исполнены на флексо и струйном оборудовании, а технология HP Indigo смогла решить эту задачу.

Еще один аргумент в пользу HP Indigo – расширенный цветовой охват и собственная технология многокрасочного растривания, позволяющие точно воспроизводить большинство Pantone и фирменных цветов. Появились и заказы на персонализированную этикетку, востребована оказалась и цветная персонализация: эта возможность появилась с приобретением HP.

С момента интеграции HP Indigo появилась возможность изготавливать более сложную продукцию,

Центрум» успешно завершили в azimuthprint установку второй ЦПМ HP Indigo, на этот раз 6800. Одновременно и в рамках единого контракта ЦПМ HP Indigo 6600, использующая встроенный денситометрический контроль, была подвергнута аппаратно-программному дооснащению до модели HP Indigo 6800 со встроенным колориметрическим контролем. Дооснащение позволило обеспечить колориметрическое соответствие двух печатных машин HP Indigo, используемых на предприятии с калибровкой их в единый цветовой профиль.

Петр Лавров: «Количество цифровых заказов значительно выросло, в целях снижения сроков

производства и повышения надежности выполнения заказов было принято решение об установке еще одной ЦПМ HP Indigo. Тестирование колориметрического контроля на машине модели 6800 показало его высокую эффективность, поэтому был проведен апгрейд имеющейся в парке типографии HP Indigo 6600 аналогичной системой. В результате мы обладаем двумя взаимозаменяемыми ЦПМ HP Indigo с высоким уровнем стабильности цветковых параметров печати при производстве тиража, а также их соответствия при повторных тиражах».

По материалам компании «НИССА ЦЕНТРУМ»

Кoenig & Bauer: ожидаемо хороший старт в 2018 году

Кoenig & Bauer держит курс на цели 2018 года: рост оборота примерно на 4 % и рост прибыли EBIT примерно на 7 %. Текущие итоги компании: оборот и EBIT несколько ниже значений предыдущего года из-за сосредоточения на поставках во втором квартале; прирост оборота в сервисе; величина соотношения объемов новых и выполненных заказов (book-to-bill-ratio) 1,15 благодаря росту портфеля заказов до 648,5 млн евро; доля собственного капитала выросла до 37,9%; нетто-ликвидность, включая ценные бумаги, 103,7 млн евро.

СЕО компании Клаус Больша-Шюнеманн: «Помимо расширения сервисного сегмента планируем и дальше укреплять свои позиции в области упаковочной печати. Благодаря нашим клиентоориентированным решениям мы можем увеличить поток заказов в области печати на картоне, жести, пластике и маркировки. Мы также ожидаем рост спроса на

цифровые печатные машины». В упаковочной печати доминирует сегмент листового офсетта с ростом потока заказов на 5,3 %.

Кoenig & Bauer также интенсивно работает над направлениями упаковочной, цифровой и промышленной печати, которые не входят в среднесрочные цели компании. CFO компании Маттиас Дэн: «Основное наше внимание направлено на большой и стремительно растущий рынок аналоговой прямой печати на гофрокартоне, для которого были разработаны листовые флексомашины CorruFLEX и CorruCUT с некоторыми уникальными характеристиками. Исторической вехой стал заказ первой машины CorruCUT, полученной нами от известного клиента Klingele. Машина CorruCUT, которая сейчас тестируется в нашем демонстрационном центре в Вюрцбурге, в начале 2019 года будет установлена у нашего первого клиента. Являясь лидером мирового рынка



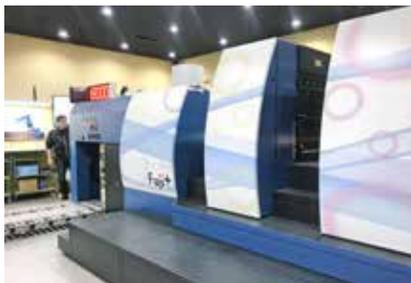
в области решений для печати жестяных банок, состоящих из трех частей, мы планируем расширение в сторону рынка изделий, состоящих из двух частей. Новая разработка – CS Metal Cap предлагает своим пользователям существенные преимущества. После заключения двух контрактов в конце прошлого года мы недавно начали активные полевые испытания с целью начать свободную продажу этого оборудования в конце 2018 года».

По материалам компании «КБА РУС»

Российские полиграфисты посетили японские типографии, в которых установлена техника КБА

В апреле 2018 года компания «КБА РУС» организовала для российских полиграфистов поездку в японские типографии, где установлены листовые офсетные машины Koenig & Bauer.

В первой типографии Fuji+ они изучили в работе восьмикрасочную листовую офсетную машину Koenig & Bauer Rapida 106, оснащенную устройством переворота для печати 4+4 и предназначенную для печати с применением технологии LED-UV. Примечательно, что все печатники, которые работают на машине и технические специалисты типографии прошли обучение на заводе «КБА» в Радебойле и имеют высокий уровень квалификации. В день посещения типографии печатником на машине работала хрупкая японская девушка, которая без проблем справлялась с выполнением всех необходимых задач. Типография печатает на бумагах различной грамматиры, и реальная



скорость печати нередко составляет 18 000 л/час. Средний тираж – около 1000 листов, типография производит от 40 до 80 заказов за 9 часовую смену. При этом машина имеет самый высокий уровень автоматизации – SPC (система одновременной смены печатных форм), QualiTronic Professional для измерения и регулировки цвета, в том числе по балансу по серому с Instrument Flight от System Brunner, Logotronic Professional для контроля всех производственных процессов, которые происходят в машине, и для двухстороннего обмена дан-

ными с MIS-системой типографии.

Вторая типография Iwakura Printing специализируется на выпуске упаковочной продукции. В типографии установлена семикрасочная листовая офсетная печатная машина Rapida 106 с лакировальной секцией и двойным удлинением приемки. Машина оснащена SPC – синхронной сменой печатных форм. Кроме того оснащена револьверной зарядкой для растровых валиков Anilox Loader, так как типографии требуется частая смена растровых валиков из-за необходимости нанесения лаковых слоев различной толщины. Для изменения и регулировки цвета используется система QualiTRonic Professional. Машина имеет систему SFC – одновременную смену лакировальных форм, когда этот процесс может выполняться параллельно другим процессам переналадки.

По материалам компании «КБА РУС»

Анна Коротких:

«Я люблю длинные дистанции»



Как метко заметил Михаил Веллер, «в жизни нужна тактика бега на длинную дистанцию». Что это за тактика? Умение расходовать силы экономично и в то же время эффективно. Умение выкладываться в нужный момент по полной программе. Способность концентрироваться на цели – и одновременно получать наслаждение от самого процесса, чувствуя себя, по выражению одной известной американской бегуньи, «живым на этой Земле». За плечами Анны Коротких, директора типографии «Си Ти Принт», 10 марафонов и тысячи километров на забегах. И она по опыту знает, что такое тактика бега на длинные дистанции – и как это помогает во всех сферах жизни.

■ **Анна, начнем немного издалека. Вы ведь закончили Академию государственной службы. Как вы попали в полиграфию?**

Можно сказать, случайно. На втором курсе, во время работы предвыборного штаба «Преобразование Урала» познакомилась с Максимом Спасским, генеральным директором издательского дома «Уралтранс» – мы заказывали у них полиграфию. Он пригласил меня на должность менеджера в издательском доме. Для меня, студентки, работа была довольно трудная. Помню, мне нужно было найти рекламодателей для справочника «Екатеринбург на ладони». Территория для пешей работы не самая комфортная: промзона от Уралмаша до железнодорожного вокзала. Весна, дороги тогда не убирали, кругом грязь... Было, повторю, тяжело, но плюсов оказалось больше: я начала знакомиться и общаться с директорами типографий, погружаться в отрасль. После меня повысили до ведущего менеджера, а вскоре стала начальником отдела.

■ **Как появилась типография «Си Ти Принт»?**

Полиграфисты говорят: если ты оказался в полиграфии, обратного пути нет. Действительно, у меня так и получилось. В издательском доме я работала 5 лет, там встретила и своего будущего супруга, Александра Барышева, который работал начальником производства. Впоследствии мы вместе с ним основали рекламное

агентство, затем работали управляющими в типографии Екатеринбургской епархии. Вполне закономерным стало и открытие типографии «Си Ти Принт». Оба были в курсе всех процессов отрасли, поэтому старт компании оказался плавным. Заключили контракт с «ЯМ Интернешнл» на поставку Kotoги, выиграли в государственном конкурсе для малого бизнеса по кредитам по минимальной процентной ставке... Так все и закрутилось. И вот – типографии «Си Ти Принт» уже двенадцать лет.



■ **Здесь очевиден ваш талант управленца. Но как и когда вы открыли в себе талант бегуна?**

Я человек абсолютно не спортивный. Seriously. То, что я начала бегать, для меня самой удивительно. До бега я, правда, десять лет занималась спортом – по совету врача. В разное время занималась плаванием, танцами, боксом, фитнесом, йогой. Но в один момент все надоело, как будто какая-то эмоциональная яма образовалась – ничего не хотелось делать, спортивные занятия вызывали от-



вращение. И тут в моей жизни произошёл крутой перелом.

В Екатеринбурге стартовал первый марафон «Европа-Азия». Это было значимое событие для города, на глаза постоянно попадались афиши, а в соцсетях – фотографии друзей с забега. В фитнес-центре, где я занималась, один из тренеров решил собрать команду на забег, и я согласилась, чтобы побороть апатию. Хотя, если честно, даже представить себе не могла, как я буду участвовать в марафоне – бег никогда не любила и больше трех километров не пробегала. Но тренер был настойчив.

Помню первую тренировку. Мы бежали 30 минут, и это было тяжело. Какие там 10 километров? Как я их пробегу? До марафона остается-то всего полтора месяца! Но все же вместе с командой я продолжала тренироваться. За неделю до марафона на очередной тренировке я пробежала эти 10 километров на стадионе. И подумала: «Вот, пробежала. Надо идти и перерегистрироваться на дистанцию 21 километр».

В результате я бежала марафон 21 километр. Не торопилась, бежала в свое удовольствие, улыбалась, фотографам позировала... Испытывала какие-то невероятные эмоции. Как сейчас помню: когда финишировала, плакала от счастья, как при рождении ребенка. Неделю была просто в эйфории.

■ И вы решили не останавливаться на достигнутом?

Да, и обстоятельства мне помогали. После марафона мы с семьей отдыхали в Испании. И тут – счастливая случайность: школа бега I love running объявила дополнительный набор в группу на забег «Коста Брава» в Испании, как раз в том же городе, в те же даты. Такую возможность нельзя было упускать. Бежать горный марафон 25 км – это с моей стороны было безумство. Но я записалась – и счастлива, что так вышло.

Благодаря школе I love running я начала заниматься с тренером Олегом Харитоновым. Это феноменальный человек, рекордсмен мира в беге

на дистанции 160 км. Представьте, в 50 лет он все еще устанавливает мировые рекорды!

В школе I love running я занимаюсь 2 года, нас усиленно готовят к ультрамарафону Comrades в Южной Африке – 90 километров. Времени на подготовку требуется много, тренируюсь утром или вечером 6 дней в неделю. Мечтаю, как любой бегун, пробежать все марафоны-мейджоры – 6 главных марафонов мира. Сколько забегов пробежала, уже не считаю. В общей сложности за 2017 год я пробежала почти 3 000 километров.

■ Как говорит Харуки Мураками, бег позволяет на время отключиться от всех средств коммуникации и побыть наедине с собой. Что дает спорт вам?

Бег для меня – как психотерапевт. Очищает мозги, успокаивает нервы, снимает стресс, умиротворяет. Когда бежишь длинные дистанции, организм начинает вырабатывать эндорфин – гормон счастья, это заряжает энергией.





Кроме того, бег помогает мне в работе. Не только тем, что я психологически отдыхаю и получаю прилив энергии – во время самих тренировок возникают идеи для работы, удачные решения и инсайты. Так что длительные тренировки – это не потерянное время для работы. Скорее, наоборот.

И еще. Именно бег помог мне пересмотреть отношение ко многим вопросам в своей жизни. Я, например, с детства люблю рисовать, даже хотела после школы поступать в художественную академию. Но погрузилась в работу и не рисовала 20 лет. А когда я занялась бегом и достигла неплохих результатов, то задумалась. Как же так: в области, мне неблизкой, я достигаю успехов, а талант, которым меня наделила природа, не

развиваю? Так что с недавнего времени я вновь взяла в руки карандаш. Мне очень нравится рисовать детские мультики и анимацию, сейчас я, кстати, занимаюсь в онлайн-школе с преподавателем, который работает в том числе и на корпорацию Disney. Конечно, рисование – это хобби, но оно приносит свои плоды. Мы сейчас внедряем иллюстраторское подразделение в типографию, разрабатываем новый проект.

■ Вы любите соревноваться?

Да, люблю. Но бегун я медленный. Длинные дистанции – это мое, беру упорством и выносливостью. Большинство бегунов после крупных марафонов долго приходят в себя, неделю все болит. Я бегу медленно, в свое удовольствие, поэтому после марафона я как огурчик и могу снова бежать.

■ Кто вас окружает и поддерживает?

Супруг и сыновья периодически участвуют в забегах вместе со мной. Дети раньше занимались карате, сейчас ходят в тренажерный зал. Спорт занимает лишь малую часть их времени. Старший сын в этом году сдает ЕГЭ, планирует стать программистом. Младшему 14 лет, сейчас ему интересно попробовать себя в качестве артиста.

Много времени я провожу с беговой «тусовкой». «Коллеги» по бегу – любители, все примерно моего возраста, состоявшиеся люди – топ-менеджеры, собственники бизнеса. Это мои люди: нам есть, о чем поговорить, у нас одни цели, мы вместе

«умираем» на дистанциях. Мне с ними очень комфортно, я в своей тарелке.

■ На что обращаете внимание в поездках?

Хотя времени на музеи, к сожалению, не хватает, местные спортсмены традиционно знакомят нас с городом и его культурой.

Один из самых любимых забегов – «Коста Брава», перед глазами сразу возникает картинка: берег моря, леса... Думала, самым запоминающимся будет Нью-Йорк, но нет. В реальности только последний километр бежали по Манхэттену, все остальные виды серые и непримечательные. Зато порадовала Москва. Во-первых, чувствуется колоссальная поддержка москвичей. Во-вторых, сама дистанция проходила по центру города, рядом с известными достопримечательностями.

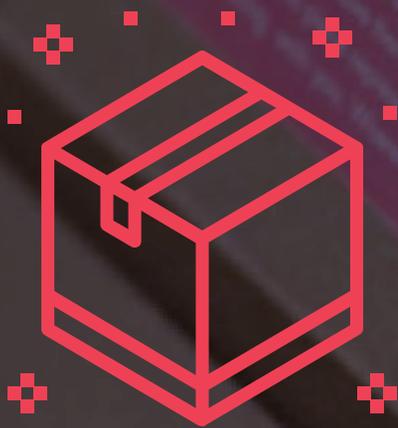
■ Как выглядят ваши выходные? Что нужно делать, чтобы запастись запасом энергии для такого насыщенного графика?

Суббота – время для семьи и рисования. Еще люблю литературу, правда, времени на это, конечно, не хватает... Спасают аудиокнижки, во время бега слушала Акунина, Довлатова, Быкова, книгу по статистике.

В воскресенье мое утро занимает длительная тренировка. Затем дневной сон, после которого ощущаю себя отдохнувшей. Со стороны кажется, будто это скучно, на самом же деле происходит мощная перезагрузка, чувствую прилив сил и желание работать.

Маргарита СЕМЕЙКИНА





ВСЕ УПАКОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ

МВЦ «Крокус Экспо»

Стенд - №A555

Павильон - 3

Зал - 14

28/06

Конференция
«ВСЕ УПАКОВОЧНЫЕ
РЕШЕНИЯ»

МВЦ «Крокус Экспо»

Павильон - 3

Этаж - 4

Электронная
регистрация

Уважаемые коллеги!

Уже скоро состоится центральное событие полиграфической отрасли – выставка **RosUpack**, которая пройдет с 26 по 29 июня 2018 года в МВЦ «Крокус Экспо». **RosUpack** – единственная в России выставка, на которой комплексно представлен процесс упаковочного производства для различных отраслей: пищевой, перерабатывающей, химической промышленности, медицины и фармацевтики, а также предприятия общественного питания, оптовой и розничной торговли, складского хозяйства, логистики и др.

Традиционно группа компаний «Дубль В» на выставке представлена стендом. Будем рады видеть вас на стенде №A555 в павильоне 3, зал 14!

В рамках выставки **RosUpack 28 июня 2018 года** состоится конференция «**ВСЕ УПАКОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ**». Будут представлены все звенья в цепи производства упаковки – от этапа брендинга и разработки до постпечатных процессов. Секции конференции – цифровые технологии в упаковке, картонная упаковка, этикетка. На каждую из секций вы можете зарегистрироваться отдельно, соответственно, указав это при электронной регистрации.

Партнерами конференции выступят ведущие компании полиграфической отрасли – производители оборудования **Konica Minolta, Bobst, Koenig & Bauer, VMG**, поставщики материалов – **Leonhard Kurz, Stora Enso, Ritrama, Treofan, Eukalin, Bilcare, Zeller + Gmelin** и другие.



KURZ



TREOFAN
Passion & Innovation

BOBST

KONICA MINOLTA

KOENIG & BAUER

VMG

EUKALIN
SPEZIAL-KLEBSTOFFE



ZELLER + GMELIN

Bilcare
Research

Как живет и чем дышит рынок печати по текстилю?

Десять лет назад одежда с нестандартными принтами удивляла, цепляла взгляд. Сегодня одежда и предметы обихода с необычным изображением доступны любому желающему. Появились новые возможности печати на синтетических и натуральных поверхностях, так печать по текстилю преобразовалась в отдельный сегмент рынка. Работать теперь можно как с большим объемом заказов, так и с единичными тиражами. В центре внимания печатников кроме одежды, в том числе детской, оказались флаги, зонты, рекламные баннеры, интерьеры, автомобили. Как обстоят дела в отрасли, делятся эксперты, которые находятся непосредственно в центре событий.



Рынок растет

За последнее десятилетие мировая полиграфия значительно поменялась: усиливается тенденция перехода на ткань. Чтобы не отрываться от возрастающего спроса на печать рекламно-оформительской продукции на ткани, полиграфическим и рекламно-производственным компаниям следует следить за тем, какие новые возможности ожидают рынок.

Как показывает практика, все больше клиентов интересуются печатью вывесок и рекламных изображений на ткани. Чем обоснован такой повышенный интерес? Одна из причин – транспортировка. В России доставка в короткие сроки возможна только самолетом. По сравнению с классическими самоклеящиеся материалами или баннерной ПВХ-тканью изделия, отпечатанные на синтетическом текстиле, имеют гораздо меньший вес, что отражается на стоимости перевозки. Кроме того при складывании такие материалы не запоминают форму и при натяжении возвращаются в первоначальное состояние. Еще одно важное преимуще-

ство – при замене рекламного изображения не требуется помощь профессиональных специалистов. Сегодня в торговых центрах сотрудники самостоятельно заменяют края новой картинке в пазы рамки.

По некоторым данным, сегодня происходит 30%-й годовой рост продаж принтеров, печатающих по ткани. В 2015 году предполагалось, что такие принтеры запечатают миллиард квадратных метров текстиля, а в каждый следующий год до 2019 года эта величина будет, согласно прогнозам, возрастать на 30%. Ожидается, что 75% прогнозируемого роста рынка цифровой печати по текстилю окажется на вывески и элементы оформления для мест продаж, а также на выставочные баннеры.

Производители полиграфического оборудования сегодня включают «текстильные» возможности в функционал своих компаний. Сегодня мы наблюдаем, как все технологии струйной печати адаптируются к печати на ткани и обеспечивают результат высокого качества. К их числу относятся сублимационная печать (прямая и

непрямая), использование сольвентных/эко-сольвентных, латексных и УФ-отверждаемых чернил. Как результат: большинство полиграфических компаний предлагает своим заказчикам решения на основе тканей.

Рынок развивается стремительно. **Ирина Пискотина, директор швейной компании «Фристайл» (Ижевск)**, комментирует: «Если говорить о широкоформатной сублимационной печати, в 2017 году в марте на выставке «ЛегПром» в Москве предложений по печати практически не было, в этом году предлагали как готовую ткань, так и услуги по запечатке практически на каждом шагу. Иногда говорят: «сублимация – это же печать на синтетике», но современные синтетические ткани используют практически во всех направлениях одежды как спортивной, так и повседневной».

Какие тренды диктуют правила?

События, которые происходят в стране и регионе, непременно сказываются на всех отраслях, в том

числе на печати по текстилю. «Сейчас открывается много детских школ футбола, в коллективах проходят различные спартакиады, и участникам нужны не просто однотонные футболки и шорты. Им нужно, чтобы форма была интересная, красивая и непохожая на других.



Именно широкоформатная сублимация позволяет удовлетворить самые невероятные запросы клиентов, – рассказала **Ирина Пискотина**. – На мой взгляд, люди стали активнее заниматься спортом и не жалеют денег на персонализацию своих клубов, коллективов, спонсоров, а такую форму можно получить только при полной запечатке. Каждый день мы изготавливаем различную спортивную форму, после ее отшиваем. По итогу я вижу счастливые глаза ребят, которые ее забирают. Вижу, как потом в ней играют и побеждают. Возникает ощущение, что мы немного причастны к этой победе».

На что сегодня делают ставку заказчики и, соответственно, производители? Фабрика рекламы «Олимп» делает ставку на водные краски, спецэффекты, сложные макеты (то, что нужно делать на дорогостоящем оборудовании). **Алексей Невзоров, директор фабрики рекламы «Олимп»**, комментирует: «Сейчас применяем совмещение технологий, например, шелкография и вышивка или сублимация. Заказчики разные: как небольшие спортивные клу-

бы, фитнес-центры, бары, рестораны, так и корпоративные клиенты и государственные корпорации. Для одних важна цена, для других качество, но тенденция сводится к тому, что больше нужна низкая цена. Часто заказчики спрашивают водные краски, это обосновано в



основном требованиями экологии». Как заметил **Эдуард Колотухин, директор компании «Сотис»**, простые цветовые решения уже перестали устраивать большинство заказчиков. Им интересны принты и яркие флуоресцентные оттенки».

Технологические перемены

В отличие от многих рынков печати, в которых существует тенденция перехода от аналоговых способов печати к цифровым, рынок тканей остается и на сегодняшний день одним из самых консервативных. И, тем не менее, развитие цифровых технологий и струйного способа нанесения рисунка позволило сделать продукцию, выпускаемую на текстиле, более дешевой и доступной. Для того чтобы начать производить, сейчас достаточно компьютера, плоттера и пресса.

Цифровые методы печати расширили традиционный текстильный список благодаря возможности производства малых тиражей. Среди предлагаемых возможностей теперь оформление мест продаж, производство вывесок, зонтов для общепита, наружная реклама и многое другое. Стоит отметить, что мировая статистика и прогноз развития рынка текстиля указывают на постепенный рост цифровой доли до 15-20% уже в ближайшее время.

На рынке текстильной печати тренд становится очевиден: цифро-

вые технологии давно выросли из экспериментального этапа и стали зрелой альтернативой традиционным «аналоговым» способам.

Правда, утверждать на счет прямой конкуренции «старой» и «новой» технологий было бы не совсем верно. Грамотнее говорить, скорее, об удачном слиянии. Оглядываясь на полиграфический рынок, полиграфисты отмечают явное преимущество «цифры» именно в тех местах, где аналоговая печать демонстрирует свои слабые стороны. А именно: короткие тиражи, сжатые сроки, отсутствие сложного допечатного процесса. Неслучайно новыми игроками на рынке текстильной печати стали производители принтеров и головок для струйной печати.

На чем работают производители сегодня? «Широкоформатное сублимационное оборудование мы приобрели 6 месяцев назад. Тогда я даже не представляла, что мы так активно начнем на нем работать. Сотрудники у нас работают практически без выходных. В нашем парке оборудования: плоттер Mimaki JV150-160, каландровый электрический термопресс Super Tex-R1735. Когда выбирали оборудование, связывалась с большим количеством компаний, консультировалась у многих специалистов по различным брендам. Сотрудники компании «Мимаки-Урал» разложили все по полочкам – сомнений не осталось, что будем приобретать только у них и именно это оборудование», – рассказала **Ирина Пискотина**.

Эдуард Колотухин, например, имеет в своем парке оборудования принтер Mimaki JV33-160 и PolyprintTexJet echo: «Пока нет новых революционных решений, которые устроили бы нас. Ежегодные незначительные улучшения производителей оборудования не вызывают желания менять оборудование и технологии».

В одной статье охватить все новости рынка невозможно, так что – продолжение следует...

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Вперед в будущее

Гибридная печать на натуральных и синтетических тканях



Не секрет, что текстильная цифровая печать на протяжении последних нескольких лет стремительно развивается не только в малотиражном направлении, она уже способна конкурировать и с серийным производством. Это стало возможным после создания гибридных полуавтоматов, где цифровая станция вмонтирована в трафаретную машину. Создание более совершенных чернил для печати и значительная модернизация цифровых печатных головок позволили не только повысить качество печати на различных материалах, но и увеличить скорость печати в несколько раз. Рассмотрим более детально совмещение цифровой и трафаретной технологии в одном станке.

Для чего были созданы гибридные машины?

Процесс печати цифрового изображения на готовой футболке – довольно сложный и трудоемкий процесс. Во-первых, нужно выбрать ткань для пошива футболок. Недорогой хлопок обычно очень ворсистый, что приводит к быстрой потере яркости изображения после нескольких стирок. Во-вторых, непростая задача – равномерно нанести праймер на футболку для последующей качественной печати как на белом,

так и на темном текстиле. При неравномерном покрытии на светлых тканях после сушки появляются желтые пятна, и изображение печатается с серьезными цветовыми провалами. При печати на темных тканях, где нужно нанести белую подложку, проблем становится еще больше, и кажущаяся простота превращается в кошмар и для исполнителя, и для заказчика.

И самая основная проблема, которая влияет на конечную стоимость работы и скорость печати одного

изделия – печать белой подложки. Обычно, для того чтобы повысить яркость, это делается в несколько проходов, что, соответственно, увеличивает время печати в несколько раз.

В трафаретной печати несколько другие проблемы: это печать многокрасочных небольших тиражей и подготовка изображения к печати. Все эти операции занимают много времени и средств, требуют участия подготовленных специалистов. Поэтому при создании гибридной машины была поставлена задача максимально сократить время на подготовку к печати, убрать такие операции, как праймирование, цветоделение, изготовление большого количества печатных форм. Для того чтобы сократить время на подготовку и запуск изделия в печать, было принято решение интегрировать цифровой печатный модуль в трафаретный полуавтомат.

Какие преимущества мы получаем от этого симбиоза?

Основной плюс данной технологии заключается в том, что подложка печатается трафаретным способом, а цвет печатает цифра. Таким образом, полностью исключен процесс нанесения праймера и печать дорогих цифровых белил. После исключения цифровых белил из печати производительность печатных головок

достигла скорости от 200 до 800 изделий в час. Программа сепарации (цветоделения) выполняется автоматически, нет потребности в услугах дорогостоящего специалиста, эта операция занимает несколько минут.

Программа сама готовит изображение и подложку, остается только вывести ее на пленку и изготовить форму для печати. Напоминаю, что для печати полноцветного изображения на черной ткани мы делаем только одну форму, цвет печатает цифровая голова, так время настройки полуавтомата сокращается в несколько раз. Количество используемых трафаретных форм также заметно сокращается, что позволяет значительно снизить себестоимость печати и выполнять небольшие заказы с приличной прибылью.

Также неоспоримое преимущество гибридной машины перед стандартным принтером – с помощью дополнительных трафаретных печатных секций можно интегрировать в изображение любой дополнительный спецэффект: глиттеры, фольгу, флок, рельефные базы. С помощью водных и вытравных трафаретных красок мы добиваемся более высокого качества подложки и, соответственно, повышаем яркость изображения.

Цифровых компонентов для создания гибридных машин на данный момент довольно много, для небольших рекламных производств выпускаются подкатные цифровые модули, позволяющие выпускать до 100 изделий в час, они могут также использоваться на ручных каруселях.

Следующий вариант – от 200 до 400 изделий ставится на скоростные круглые трафаретные полуавтоматы и, конечно, овальные машины, где цифровой модуль встроен в оборудование, что позволяет печатать до 800 изделий в час.



Мое личное мнение относительно гибридного оборудования положительное. Судя по всему, это будущее текстильной печати. Такое сочетание позволяет значительно сократить расходы современного производства за счет уменьшения арендуемых площадей, мобильности при переходе с одного дизайна на другой, сокращения обслуживающего персонала и максимального снижения влияния человеческого фактора на конечный продукт. В результате мы наблюдаем увеличение скоро-

сти и улучшение качества выпускаемой продукции. Все эти параметры значительно снижают себестоимость изделий и приносят большую прибыль. Цифровые технологии, в отличие от стандартных видов печати, очень бурно развиваются. На между-

народных выставках стенды с новинками в цифровой печати занимают 70% выставочных площадей, хотя 5 лет назад все было наоборот. Компактность и простота в управлении позволяют оперативно реагировать на любые изменения и в серийной, и модельной декорации одежды, включая выпуск лимитированных партий для знаменитых дизайнеров.

*Андрей Короб,
генеральный директор
дизайн-студии «Рея»*



Brother GTX: текстиль и стиль



26 шагов вперед

С 1992 года основная сфера деятельности группы компаний «ВЕЛЛЕС» – продажа швейного оборудования для дома и бизнеса. За 26 лет существования компания добилась многого, и сегодня продолжает открывать новые представительства, разрабатывать и запускать в производство новое оборудование. Одно из самых востребованных сегодня направлений – это принтеры для печати по текстилю. Такое оборудование позволяет заказчикам создать свой собственный бизнес или расширить сферы деятельности. С новыми принтерами Brother GTX заказчик получает неограниченные возможности для декорирования одежды. Эти возможности уже оценили известные фирмы, которые работают с текстилем, – например, компании Nike, Uniqlo, Levis.

*Подразделение DTG (direct to garment printing) компании Brother Industries (Япония) внимательно относится к обратной связи с заказчиками, что позволяет создавать оборудование достойного качества в своем сегменте. Так, в цифровом принтере для прямой печати по текстилю серии GTX были учтены все замечания и пожелания заказчиков, и это сделало компанию одним из лидеров рынка. Модели серии Brother GTX доступны для компаний по всей России благодаря партнерам и официальным дилерам: «ВЕЛЛЕС» – Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Томск. «Графические системы» – Екатеринбург.

Выгодные технологии

Для своего нового принтера компания Brother разработала промышленные печатные головы, в которых был учтен многолетний опыт в индустрии прямой печати по текстилю. В печатных головах GTX содержится 1680 дюз – это намного больше, чем в головах предыдущего поколения. Такое сочетание позволяет печатать с разре-

Пока одни считают, что новое – это хорошо забытое старое, компания «ВЕЛЛЕС» чутко держит руку на пульсе полиграфического рынка. Недавно линейку оборудования компании пополнило новое поколение принтеров. Эксперты называют данное поколение революционным, и это не просто громкие слова. С новыми принтерами прямой печати на ткани GTX можно добиваться потрясающих результатов. Высокая скорость печати, цельный дизайн и другие особенности – благодаря этим преимуществам принтер GTX вышел на новый уровень в области прямой печати на ткани.

шением 1200x1200 dpi в один проход с высокой продуктивностью и качеством. Скорость печати нового принтера Brother GTX в 2-3 раза выше, чем у предыдущей модели GT-381.

Другой существенный плюс, который позволяет новому принтеру окупить себя – возможность печатать изображения большего размера на широком спектре носителей. Площадь печати увеличена до 40,5x53,5 см, самая большая среди всех текстильных принтеров Brother. Напоминаем, что у модели Brother GT-381 область печати 40,6x35,5 см.

Кроме футболок принтер Brother GTX может быть использован для декорирования различных головных уборов, обуви, сумок, толстовок и курток. Отдельно стоит упомянуть детскую одежду. Есть все необходимые сертификаты, а также признания как производителей, так и покупателей детской одежды. Задумывались ли вы о том, как грамотно печатать на швах, карманах, застежках и других сложных изделиях с толщиной до 30 мм? Как и в предыдущих моделях Brother, печатающие головки работают на большой дистанции от материала, что позволяет с легкостью справляться с такими сложными деталями.

Белый цвет

GTX печатает до 80 темных и до 120 светлых изделий в час. Таким образом окупаемость машины происходит значительно быстрее. В новой каретке белая голова располага-

ется после головы СМЮК, благодаря чему изображение печатается в один проход, а в драйвере принтера можно задавать паузу, что позволяет белой подложке впитаться перед печатью цвета. Эта функция позволяет работать со сложными тканями, которые обладают повышенной впитываемостью.

Вы снизите затраты на обслуживание и время на прочистку дюз с белыми чернилами с новой системой циркуляции (для всех 4 белых каналов), в которой белые чернила находятся во взболтанном состоянии и в увлажненном парковочном узлом, который предотвращает засыхание чернил на пластине с дюзами.

Важно: система циркуляции белых чернил корректно функционирует, когда оборудование подключено к источнику питания. Циркуляция белых чернил запускается автоматически каждые 7 часов или в соответствии с настройками пользователя.

Чернила и не только

Вместе с принтером GTX компания Brother выпустила новые чернила. Пигментные чернила на водной основе Innobella Textile имеют более широкий цветовой охват, высокую устойчивость к стирке (подтверждено AATCC) и сертификаты Oeko-TexEco-Passport и CPSIA.

Еще один момент, на который стоит обратить внимание, – это новая жидкость для грунтовок. Поскольку чернила были разработаны заново, то и GTX жидкость для предва-

Серия BROTHER GT-3

Brother GT-341 позволяет печатать только на светлых изделиях чернилами СМΥК. Принтеры данной серии экономичны, идеально подходят для печати малых и средних тиражей изделий.

GT-361 имеет возможность печати как на светлых, так и темных тканях. В нем установлено 6 печатающих головок для печати чернилами СМΥК и 2 головки для печати белыми чернилами. Уникальная японская технология позволяет повысить скорость печати за счет распыления сначала белой краски, а затем цветной всего за 1 проход печатающей головки над изделием.

Компания предоставляет перестроечные комплекты Upgrade Kit для превращения GT-341 в GT-361, GT-341 в GT-381, GT-361 в GT-381.

рительной обработки отличается от той, что использовалась в GT3.

Для принтеров GTX введена новая жидкость: чистящий раствор. Он размещен в контейнере с левой стороны принтера и поставляется в бутылках по 1,9 л. Такой состав используется для поддержания дюз печатной головы в увлажненном состоянии для предотвращения засыхания. Ее замена производится печатником и не сложнее замены обычного картриджа.

Подключаем

Хорошая новость для тех, кто пользовался принтером GT3: все столики для GT3 могут быть использованы на принтерах GTX с помощью переходника, идущего в стартовом комплекте. Кстати, в принтере GTX имеется возможность опустить столик до 30 мм за счет снятия колец с регулирующего приспособления.

И еще один приятный бонус: в комплекте с принтером бесплатно поставляется запатентованное ПО Graphix Lab. А это значит, что у вас будет возможность импортировать изображения, добавлять текст, вращать, увеличивать, позицио-

нировать элементы и применять к ним художественные эффекты. ПО GraphixLab и драйвер принтера GTX доступен как для Windows, так и для Mac.

Принтер оснащен USB-разъемом для получения заданий напрямую с ПК с помощью кабеля. Чтение данных с USB-накопителя также доступно как и в прежних версиях текстильных принтеров. А вот формат файлов изменен.

Также доступен сетевой разъем RJ45. А сетевые настройки могут быть заданы напрямую с принтера или с помощью ПО для обслуживания. Доступ ко всем портам осуществляется с передней панели GTX. Что, несомненно, добавляет удобства пользования*.

Brother GTX получил престижную награду в номинации «Лучший принтер для прямой печати по текстилю» на выставке FESPA 2018 от ассоциации European Digital Press Association (EDP).

По материалам компании «ВЕЛЛЕС»

GTX

Принтер для прямой печати по текстилю



1 Промышленные печатающие головки Brother. Новое поколение для невероятной скорости печати.

2 Новые чернила Brother Innobella Textile для более широкого цветового охвата и яркости цветов! Экологически чистая система подачи чернил.

3 Специальная система циркуляции чернил и несколько новых функций для снижения затрат на обслуживание.



Печатает быстрее, больше возможностей и удобнее в эксплуатации



Новая технология печатающих головок Brother

4 Широкий ассортимент поставляемых столиков. область печати до 40,64 x 53,54см и много других типов столиков для различных задач.

5 Интуитивно понятный интерфейс с предварительным просмотром изображения.

6 Сетевое и USB подключение для полной интеграции в производственный процесс.



www.brother-print.ru

8 вопросов об FSC-сертификации



Александр Костенко

FSC-сертификация открывает для производителей новые рынки, на которых востребована экологичная продукция – факт довольно известный. Однако зачастую это все, что известно компаниям о данной сертификации. Всемирный фонд дикой природы (WWF) – одна из крупнейших независимых международных природоохранных организаций, объединяет более 5 миллионов постоянных сторонников и работает более чем в 100 странах мира на 6 континентах. Александр Костенко, координатор проектов лесной программы WWF России, заместитель руководителя Ассоциации экологически ответственных лесопромышленников, расставил все точки над i. Итак...

Какие существуют виды сертификации?

1.

Есть два основных вида FSC-сертификации. Первый – сертификация управления лесами или лесного хозяйства, которая подтверждает, что оно ведется с учетом экологических, социальных и экономических требований к устойчивому ведению лесного хозяйства и не наносит при этом вреда лесным экосистемам, биоразнообразию, а также способствует сохранению наиболее ценных лесов. Второй – сертификация цепочек поставок. Эта сертификация в первую очередь для учета прохождения древесины по всей цепи поставок от делянки в лесу до производителя конечной продукции, которая поступает в магазины. Цель этой сертификации – гарантировать, что продаваемая продукция изготовлена именно из той древесины, которая была заготовлена на сертифицированном лесном участке.



Как происходит FSC-сертификация типографий?

2.

В первую очередь это сертификация учета поступающего в типографию сертифицированного сырья и контроль его прохож-

дения до выпуска готовой продукции. Сертификация гарантирует, что готовая продукция изготовлена из сертифицированного сырья и к ней не было подмешано стороннее несертифицированное сырье. Это основные моменты, но в процессе сертификации проверяются и некоторые условия труда на предприятии – социальный аспект сертификации и общая политика предприятия.

3.

Какое значение имеет сертификация для типографий?

Как и любая коммерческая структура, типография заинтересована в получении прибыли. При этом, если типография позиционирует себя как современное социально ответственное предприятие, которое не допускает в своей деятельности негативного воздействия на природу и на человека, она должна отслежи-

вать сырье, которым она пользуется. Кроме того не допускать, чтобы это сырье наносило непоправимый ущерб природе, в случае с бумагой – лесам, в которых заготавливается древесина для этой бумаги.

4. Какие уверенности заказчику дает логотип FSC?

FSC-сертификат говорит о том, что продукция изготовлена из лесного сырья (древесина и не только), которое было заготовлено в лесах, в которых ведется устойчивое лесное хозяйство. При этом не был нанесен значительный ущерб лесным экосистемам, леса полностью восстанавливаются, были сохранены ценные лесные участки, не пострадали ценные и редкие виды животных и растений, было сохранено биоразнообразие лесов, при этом были учтены интересы местного населения и полностью соблюдены права работников компании. Сама компания при этом является экономически устойчивой и полностью соблюдает законодательство.

5. Каким путем обеспечивается безопасность продукции?

Безопасность продукции не является объектом FSC-сертификации – сертифицируется практика ведения лесного хозяйства, хотя некоторые аспекты безопасности эта сертификация все же охватывает. Например, радиационная безопасность, запрет на использование вредных химикатов.

6. Какова ситуация с FSC-сертификацией типографий в России?

В настоящее время сертифицировано 12 типографий, 3 из них выпускают книги и журналы. Остальные изготавливают календари, блокноты, этикетки, конверты, бумажные пакеты, сувенирную и другую продукцию, а также наносят рисунки на упаковку и обои.

7. Как изменилась ситуация по сравнению с предыдущими годами?

Первая типография в России была сертифицирована в 2010 году, а максимальное количество сертифицированных типогра-

фий одновременно достигало 15. Сертификация типографий зависит от спроса. Так, к Олимпийским играм в Сочи была сертифицирована «Сочинская типография», печатавшая материалы для Олимпиады. Спроса не стало – типография отказалась от сертификата, так как его необходимо поддерживать. Спрос на печать сертифицированных печатных изданий в настоящее время невелик, а вот на упаковку, бумажные пакеты, сувенирную продукцию выше, и эта группа производителей сейчас преобладает. Уже в этом году сертифицировались три предприятия, выпускающих обои – появился спрос.

8. Каковы перспективы развития FSC-сертификации в России?

FSC-сертификация развивается в России с 2000 года. Сегодня по этой схеме сертифицировано более четверти всех лесов в стране, переданных в аренду для заготовки древесины. Россия занимает второе место в мире по площади сертифицированных лесов. Спрос на эту продукцию растет, но в первую очередь со стороны зарубежных покупателей российской продукции из древесины. В европейских странах, Северной Америке, в восточно-азиатских странах, в том числе и в Китае спрос на такую продукцию высок. Это связано с высокой экологической образованностью потребителей, которые заботятся о том, чтобы потребляемая ими продукция не наносила ущерба окружающей среде.

В России уровень экологической образованности и ответственности потребителей ниже, но он растет. Важно также, что крупные торговые сети начинают осознавать свою ответственность за сохранение природы и берут обязательства по торговле только сертифицированной лесной продукцией, что создает возможности и для повышения экологической ответственности покупателей. Большие возможности для этого есть у типографий, при том, что большая часть производителей бумаги в нашей стране давно сертифицирована и предлагает сертифицированную продукцию на рынке.



**Вячеслав
Емельянов,
коммерческий
директор
типографии
«Полиграф
Медиа Групп» (Москва):**

«Наша типография прошла процедуру сертификации в 2010 году. Основным толчком к получению сертификации было сотрудничество с Оргкомитетом Сочи-2014. На тот момент мы были их поставщиками, и сертификация была их требованием в соответствии с международным стандартом.

Аудит в схеме FSC проводят независимые коммерческие организации, аккредитованные в системе – органы по сертификации. Сертификат выдается на 5 лет с возможностью продления, раз в год проводится контрольный аудит.

Мы имеем большой опыт работы с экоматериалами, неоднократно участвовали в мероприятиях по экопечати и продвижению данного вида продукции. Для нас как для производителя важно, на чем мы печатаем и из чего производится наша продукция. Логотип FSC дает клиентам уверенность, что источник происхождения древесины известен; используемая древесина легальна на всем протяжении цепочки – от заготовки до переработки и продажи; леса высокой природоохранной ценности охраняются; безопасность труда работников контролируется и улучшается, а права местного населения соблюдаются.

Рост узнаваемости логотипа – дерево с галочкой – не так стремительно набирает обороты, как этого хотелось бы. В сравнении с Европейскими странами, мы далеко позади. Если данный вид сертификации найдет поддержку со стороны государственных структур, перспективы будут радужными».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Дружба крепкая

Принимать поздравления всегда волнительно, особенно когда дата юбилейная и важные слова звучат из уст коллег и друзей. Непросто подобрать слова благодарности, любовь и уважение к вам не выразить, но мы искренне от души передаем ее вам через нашу работу.



Ольга Бадулина, менеджер по PR и рекламе «Гейдельберг-СНГ» (Москва):

«От имени компании «Гейдельберг-СНГ» и от себя лично поздравляю с юбилеем замечательный журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»! Всегда ждем очередной номер журнала не только потому, что среди прочей интересной информации в нем есть новости нашей компании. Открывая каждый выпуск, убеждаемся, что редакции удастся не только представить интересные события в своем регионе и в отрасли в целом, и при этом неформально подходить к подбору материалов. Рубрика «Блиц-опрос» – это актуальные, но при этом порой нестандартные вопросы к участникам рынка. Рубрика «Актуально» – это интересные факты и привлекательные иллюстрации. Эти разделы, как и другой контент, обеспечивают журналу популярность. Кроме того, издание является фактически единственным профильным СМИ в своем регионе. И этот факт дополнительно добавляет уважения и признания усилий тех, кто уже многие годы создает и выпускает «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

Журналу «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» 15 лет, компании «Гейдельберг-СНГ» исполнилось 20-ть в прошлом году. Полагаю, отличное сочетание возрастов, чтобы дружить, чтобы делиться новостями друг с другом. И тем самым обеспечивать читателей журнала информацией, содействовать развитию нашего общего любимого дела – полиграфии! Желаем журналу долгих лет жизни и новых открытий во всех смыслах этого слова!»



Андрей Наумов, основатель платформы для типографий web2print.pro (Ростов-на-Дону):

«Поздравляю журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» с 15-летием! От всей души желаю развития, процветания и вдохновения! Несмотря ни на что – подъемы, кризисы, революции – вы всегда с нами, всегда в гуще событий. Все эти годы вы держите нас в курсе последних новостей из мира полиграфии, знакомите с новинками оборудования, мотивируете успехами коллег и бодрите отзывами клиентов. «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» – настоящий бренд в нашей сфере. Успех издания был бы невозможен без сплоченного и профессионального коллектива. Именно вы делаете журнал таким популярным и авторитетным. Так держать! 15 лет – с одной стороны, значительный срок для издания, определенная веха. Но, в то же время, 15 лет – совсем еще юный возраст, возраст мечтаний и стремлений. Так что, дорогая редакция, все только начинается. Главные ваши победы – впереди!»



Наталья Крутина, директор типографии «Бригантина»:

«От всей души поздравляю не только редакцию, но и всех, кто принимал участие в издании журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» на протяжении 15 лет. Дорогая редакция и полиграфисты, пусть ваши дела идут только в гору. Желаю каждому из вас крепкого здоровья, семейного благополучия, оптимизма, бодрости, энтузиазма и удачи. Оставайтесь всегда в тонусе. Уверена, что вы добьетесь всех поставленных целей и задач, так пусть жизнь и судьба всегда поддержат вас в этом и будут радовать прекрасными возможностями и блестящими перспективами».

15 лет –
это 5479 дней



Игорь Чижов, генеральный директор компании «Прагматика»:

«Весь коллектив ГК «Прагматика» поздравляет журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» с 15-летием. Журнал – главный и единственный популяризатор полиграфии и рекламы на Урале, вы всегда на волне новинок и трендов. Вы – тот самый «клей», в котором зачастую нуждается рекламная отрасль. Умение ставить высокую планку, работать с драйвом и огнем в глазах – именно эти качества ведут за собой ваших читателей.

15 лет – тот самый возраст для печатного издания, когда вы уже завоевали свою аудиторию, показали уровень своего профессионализма и знаете, какие еще вершины хотите покорить. Именно поэтому желаем вам неизменно высокого качества материалов, новых интересных знакомств и идей. Мы с нетерпением ждем ваших новых проектов!»



Наталья Селянина, директор обособленного подразделения ГК «Дубль В»:

«Дорогие коллеги, уважаемый коллектив редакции журнала «Печатный Бизнес. Полиграфия & Реклама»! Рада предоставленной возможности поздравить вас с замечательной датой – 15-летием. Это очень важное событие в вашей жизни и жизни полиграфистов нашего региона. Не каждый коллектив в столь сложных условиях рынка может пронести такой энтузиазм и преданность своему делу! Такой долгий срок стабильных, периодичных выходов в свет еще раз подтверждает профессионализм людей, работающих в редакции. Хочется отметить основательный подход к выбору тем номеров. Анализировать тенденции на рынке непросто, и мы всегда с большим интересом перечитываем каждый номер. За время существования «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» стал не просто журналом, из которого можно узнать о новостях рынка, но и популярной площадкой для обмена мнениями, живого диалога. По праву издание можно назвать связующим мостом всех участников полиграфического рынка. Желаю вашему проекту долгой жизни! Главному редактору – свежих идей, всему коллективу – творческой плодотворности. Надеюсь, поздравления будете принимать еще с великим множеством юбилеев».



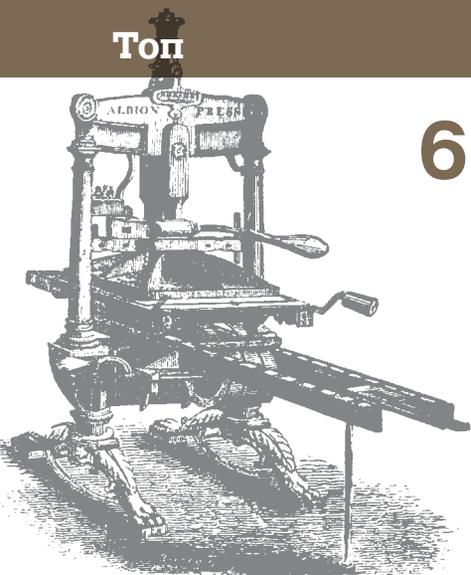
Любовь Ямшанова, директор Интернет-склада подарков Skladgifts.ru:

«Очень приятно видеть коллектив журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» на передовой. Поздравляю вас с 15-летием! Пусть все замыслы осуществляются с небывалой скоростью. Вы всегда рассказываете об изюминках нашей отрасли. Первые новинки, которые появляются у коллег, вы освещаете в ближайших выпусках. Спасибо вам за оперативность. Желаю, чтобы журнал «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» крепчал, толстел и размножался!»

348 компаний приняли участие в развитии журнала



6 музеев о полиграфии



По официальным данным, музеи страны в 2017 году посетили 125 миллионов человек. Данные показывают рост интереса к истории, культуре, саморазвитию. Одним из методов повышения квалификации для полиграфистов является изучение истории развития отрасли. Когда вы последний раз посещали музей, посвященный печатному делу? Знаете ли вы, что он находится рядом с вами? Изучайте гид, собирайте команду. Вдохновение гарантировано.

1. «Подпольная типография 1905-1906 гг.» (Москва)

В доме, где расположен музей, во время первой русской революции существовала тайная типография. Полиция находилась в соседнем здании, правда, о деятельности типографии она так и не узнала. Прикрытием подпольной деятельности служил овощной магазин. Пробраться внутрь можно было лишь через хорошо спрятанную лазейку из колодца для стока грунтовых вод в подвале. Посетители музея становятся свидетелями быта участников революционного движения. Восстановленный торговый зал с прилавком, подвал с ящиками фруктов и сыра (на дне которых подпольные листовки), типографская машина в специально вырытой пещере – интерьеры помещений в духе того времени переносят гостей в начало XX века.

2. «Музей печати» (Санкт-Петербург)

Музей функционирует с 1984 года, в то время имел название «Ленин и газета «Правда»». Именно в доме №32 по набережной реки Мойка еще в начале XX века располагались редакции газет «Русь», «Сельский вестник», а с 1917 года – популярной в СССР «Правды». В 2001 году музей переименовали, и со временем он стал одним из самых часто посещаемых музеев Санкт-Петербурга. Гости знакомят с процессом создания газеты. Интерьеры музея – воссозданные в точности помещения издательства: эксклюзивная аутентичная мебель, образцы канцелярских принадлежностей нача-

ла прошлого века. Экспозиция включает в себя старинное типографское оборудование, библиотеку из образцов печатной продукции, созданных за много лет существования типографии в стенах этого дома.

3. Музей этикетки (Екатеринбург)

Музей этикетки начал свою работу в 2000 году, его экспозиция представляет историю развития графической культуры, дизайна и полиграфии со второй половины XIX столетия до наших дней. История этикетки в музее показана как часть отечественной визуальной культуры, что позволяет изучить историю рекламы и графического дизайна с момента появления массовых тиражей. Экспонаты рассказывают об исторических вехах и стилевых направлениях, об истории оформления товаров самых разных отраслей – от парфюмерии и косметики до пищевой продукции и напитков. В собрании музея находятся уникальные образцы рекламы, упаковки, которые в разные времена создавались на Урале. Самые ранние этикетки относятся к 1880-м годам. Интересна коллекция отечественной промграфики 20-30-х годов, рекламная продукция советской эпохи. Эти коллекции с успехом были показаны в рамках Уральской индустриальной Биеннале современного искусства. Музей расположен в удаленной промышленной зоне, для того чтобы облегчить доступность, выставки часто проходят на площадках городских музеев: «Музея истории Екатеринбурга», «Литературная жизнь Урала XIX века».



Алла Кузнецова, руководитель «Музея этикетки» типографии «АСТРА»: «Мы отмечаем интерес к «Музею этикетки» со стороны полиграфистов, в большей степени – дизайнеров, специалистов в области рекламы, также студентов профильных учебных заведений. Коллекции музея актуальны, пользуются спросом и сегодня, так как

обладают историко-культурологической ценностью как необычный и очень емкий документ своей эпохи. Собрание музея представляет интерес и с точки зрения истории отрасли, ее развития. В последнее время можно отметить рост интереса к рекламе и упаковке периода СССР. Специалистов в области печати привлекает и порой удивляет упаковка, созданная на рубеже XIX – XX веков. Ведь иногда сложно представить, как была изготовлена иная изящная картонная бонбоньерка или рекламная карточка с движущимися фигурками. Экспонаты в музее рассказывают об особенностях развития отрасли, иногда раскрывают секреты печати или демонстрируют рекламные приемы своей эпохи. Мы называем нашу коллекцию энциклопедией рекламных и полиграфических знаний. Это своеобразная «копилка», к которой нужно обращаться».

4. «Подпольная типография» (Пермь)

«Подпольная типография» располагается в доме-усадьбе рабочих в районе старой Слудки. Необычный музей в этом году отмечает 50 лет. С чего началась история типографии? Хозяин по причине своего долгосрочного отсутствия сдавал дом квартирантам. Он и представить не мог, что в его доме будет кипеть тайная жизнь. Организовал подпольную типографию Яков Свердлов в мае 1906 года, который в то время возглавлял пермских социал-демократов. Типография существовала всего лишь месяц: ее совершенно случайно обнаружили жандармы в ночь с 9 на 10 июня 1906 года. Музей занимает три небольшие комнаты. Из сеней можно пройти в кухню-прихожую, затем в комнату, где воссоздан интерьер жилой комнаты рабочих-подпольщиков с оборудованием конспиративной типографии. Здесь они и жили, и работали – выпускали листовки. В подпольной типографии представлена копия типографского станка, наборные кассы со шрифтом, валик для накатки и печатания. Имеется и типографская краска, которой, по некоторым данным, почти 50 лет и которая до сих пор пригодна для работы.



5. «Музей печати» (Тобольск)

Самый молодой музей, его день рождения – 13 января 2017 года. Интересно, что экспонаты помогали собирать сами тоболяки.

Музей раскрывает историю печатного дела и связанных с ним коллизиях политической и культурной жизни города, Сибири и страны с конца XVIII века до наших дней. Посетители узнают истории судеб сибирских первопечатников – купцов Корнильевых и первых сибирских журналистов Сумароковых, узнают, о чем повествовала первая сибирская книга и первый сибирский журнал. В музее можно увидеть подлинные образцы продукции тобольской бумажной мануфактуры, познакомиться с рецептом изготовления чернил в старину, с производством при помощи образцов печатных шрифтов, подлинных клише, типографских литер и изображений типографских станков. Для погружения в различные эпохи в экспозиции представлены элементы интерьера и подлинные предметы: пишущие машины, копии и подлинники календарей, рекламных листов, афиш.

6. «Музей истории полиграфии и книгоиздания МГУП им. Ивана Федорова» (Москва)

Более 20 000 экспонатов музея – это уникальные образцы книгопечатания в оригинале, эксклюзивные печатные станки, прессы и другое оборудование, которое использовали для печатного дела на протяжении многих десятилетий. Посетитель своими глазами увидит раритетные рукописные книги, сохранившиеся со средних веков до наших дней, например, молитвенник начала XVI века, знаменитый «Апостол» Ивана Федорова и другие уникальные экземпляры. Музей много лет является базой для

фундаментальных исследований не только российских, но и иностранных ученых, а коллекция музея служит базой их исторических работ.

Светлана Морозова, директор «Музея истории полиграфии, книгоиздания МГУП имени Ивана Федорова»: «Часто музей посещают студенты профильных учебных заведений. Преподаватели, чьи дисциплины связаны с полиграфией, считают своим долгом показать ее истоки. На мастер-классах, которые здесь проводятся, школьники пишут с помощью металлического пера чернилами, лепят из глины, учатся создавать книжные обложки. Студенты разбираются, как работали печатные станки, для чего предназначалось то или иное оборудование и как развивалась полиграфия в разных странах. В музее единственное эксклюзивное собрание в стране, 70 единиц хранения техники – это самое большое хранилище. Здесь представлены подлинные печатные станки, машинки для набора текста, брошюровочно-переплетное оборудование, можно изучить антикварные книги XVI-XIX веков. Отзывы от посетителей в основном благодарственные, в том числе и от иностранных гостей. Например, ассоциация полиграфических предприятий в Латвии пожелала сохранять и преумножать традиции развития знаний по передаче информации. Также в отзыве было отмечено, что университет уже 75 лет плодотворно участвует в процессе развития полиграфической науки и книгоиздания».

Мария УШАКОВА

По материалам sovrhistory.ru
spbmuseum.ru
museum.perm.ru
tobolsk.info

Жажда знаний

1. Как вы повышаете квалификацию?
2. Какие вебинары, семинары, тренинги, курсы оказались для вас наиболее эффективными?
3. Расскажите о книгах по управлению, психологии, саморазвитию, которые повлияли на вас?



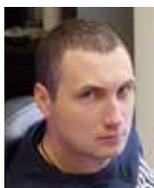
Стефан Валуцкий,
генеральный директор компании
«ТЕРРА СИСТЕМЫ»
(Москва)

В этом плане я самородок: окончив высший энергетический вуз, оказался волею судеб в полиграфии. Уже 17 лет в отрасли повышаю свою квалификацию путем проб и ошибок. На мой взгляд, это самый верный путь к постижению истины.

Я не так много участвовал в тех или иных семинарах и тренингах, поэтому выделить что-то наиболее интересное и эффективное не могу. Но по специфике своей работы я достаточно много летаю по стране и миру, регулярно общаюсь с руководителями различных компаний, в том числе полиграфических предприятий. Это, безусловно, помогает мне познавать полезную и нужную информацию намного быстрее и во многом формирует мой внутренний мир.

Раньше читал достаточно много разных книг по управлению и саморазвитию, в том числе совершенно ненужных. Из всего мною прочитанного могу выделить одну интересную работу известного экономиста и специалиста по теории управления Фредмунда Малика «Управлять, работать, жить». Автор доступно излагает системный подход к вопросам управления и представляет менеджмент как особую профессию со своей строгой системой знаний, навыков и технологий. Одним словом, рекомендую к прочтению.

Документ о получении образования получен, за плечами успешный опыт работы. А дальше что? Снова – учиться. Чтобы улучшить работу команды, нужно развиваться самому. По данным ЮНЕСКО, в XXI веке знания устаревают каждые пять лет. Для сохранения потенциала сотрудников необходимо освежать знания, как минимум, с таким же интервалом. Часть компаний создает внутрикорпоративные системы обучения сотрудников, некоторые время от времени приглашают коллектив на семинары и тренинги, а кто-то даже организовал в офисе библиотеку с книгами по личной эффективности. Новая информация, полученная только из одного источника – это лишь верхушка айсберга тех знаний, которые необходимо получать сегодня. Золотой ключ к эффективности кроется в комплексном подходе. Какие способы повышения квалификации привели полиграфистов к реальным результатам – сейчас узнаем.



Игорь Галыгин,
сооснователь
типографии
«Гуд Принт»

Обучение в ВЭШ пригодилось в систематизации бизнеса и разделении зон ответственности. Повышению квалификации способствуют регулярные поездки по России в компании с лидерами на полиграфическом рынке. Мы создаем собственную систему управления полиграфическим предприятием и подстраиваем ее под наши бизнес-процессы. Поездки несут синергетический эффект: мы рассказываем, как у нас построены те или иные процессы, коллеги делятся, как у них. Как правило, это визиты в Москву, Санкт-Петербург и регионы: Челябинск и Тюмень.

Кроме того в повышении уровня знаний мне помогает изучение профильных журналов и статей, общение с коллегами, посещение российских и международных выставок, выставочных залов производителей оборудования. Практикую просмотр видео на YouTube о технологиях отрасли. В свое время большое влияние оказал предприниматель Олег Тиньков с его программой «Бизнес секреты».

Книги, которые действительно оказались для меня эффективными: «И

ботаники делают бизнес», «Вы или Вас: профессиональная эксплуатация подчиненных», «Идеальный руководитель», «45 татуировок менеджера», «Клиенты на всю жизнь».



Андрей Максименко,
начальник производства типографии «МаксЕ»

К повышению квалификации отношусь комплексно. Мое обучение включает в себя курсы, тренинги, интернет-ресурсы, посещение форумов, а также личную консультацию более компетентных специалистов.

Наиболее эффективными для меня оказались тренинги личностного роста. Отмечу тренинг скоротечения Лидии Васильевой – это дает совершенно иной подход к управлению информационным потоком.

Пригодились вебинары «Школы Бизнеса Синергия». Кроме того смотрю вебинары таких уважаемых мной спикеров, как Игорь Манн, Роберт Кийосаки, Радислав Гандапас, Брайан Трейси, Алексей Верютин.

Книги являются неотъемлемой частью моей работы над собой. Книга Роберта Чалдини «Психология влияния» помогла мне увидеть

огромное количество автоматизмов, которые, как программы, начинают работать совершенно неосознанно. Это иногда склоняет чашу весов не в нашу пользу. Я увидел, как маркетинговые ходы работают, используя данные принципы.

В книге «К черту все, берись и делай» автор Ричард Брэнсон рассказывает биографию своей жизни, выделяя главный принцип: «Я всегда от души трудился и от души отдыхал». В книге становится понятным, почему так важно правило «сказал – сделал». А также почему важно отдыхать и жить, не фокусируя внимание на доходе, так как деньги всего лишь один из инструментов решения вопросов.

Рекомендую книгу Джоржа Клейсона «Самый богатый человек в Вавилоне». Она состоит из историй, легко и ненавязчиво выстраивает понимание, как работать с финансовым потоком.

Еще одна книга: Роберт Шарма, «Святой, серфенгист, директор». Это книга-тренинг, обнажающая, по мнению автора, три ключевых вопроса, на которые должен ответить каждый человек за свою жизнь. Книга успокаивает, очищает голову от суеты и обнажает основные ценности.

Есть такое выражение: «Прочитанная книга равна прожитой жизни». Абсолютно согласен и рекомендую всем проверить это на себе.



Виктория Ручка,
директор типографии Gamma group
(Краснодар)

Сфера полиграфии и печати развивается каждый год. По закону

Мура, информация удваивается каждые два года. Советую книгу «Бизнес в стиле фанк», которая дает широкое понимание тенденций в мире. Мне удалось попасть на онлайн-трансляцию выступления автора этой книги, и я поменяла вектор развития. Осознала, что можно держать фокус только на нужных вещах.

Однажды я прочитала книгу Аллана и Барбары Пиз «Ответ», в ней описывается принцип работы нашего мозга, что такое фокус внимания. Когда мы ставим перед собой четкие цели, участок мозга, который отве-



чает за успешность человека (ПАС), фильтрует входящую информацию, и мы улавливаем только то, что приведет нас к необходимой цели. Помните: если вы решили купить какую-то определенную марку автомобиля, начинаете видеть ее везде, хотя до этого не замечали.

Если человек хочет развиваться быстрее и достигать целей, важно понимать, как работает его мозг – это экономит массу времени и энергоресурсов. Я, например, «отлавливаю» только необходимую мне информацию. Для этого пролистываю страницы профессиональных форумов в соцсетях, посещаю форумы, выставки, open house, общаюсь с коллегами. Банально, но факт: самый лучший способ получить информацию – просто спросить. Что касается непосредственно профессиональной сферы в области полиграфии, тут на первом месте нетворкинг, личное общение с поставщиками, опыт, основанный на экспериментах. В полиграфической сфере большинство коллег открыты к общению, можно вести интересный диалог, полезный обеим сторонам. Меня часто спрашивают, почему я люблю посещать различные полиграфические форумы – там я учусь на чужих ошибках. Коллеги обсуждают различные кейсы по технической части, а я улавливаю необходимую мне информацию.

К ошибкам у меня философский подход. Каждая «проблема» – это лишь задача, которую коллектив решает совместно, иногда даже без моего присутствия. Ранее управление типографии строилось по директивному методу, сейчас я это постепенно меняю в сторону коллективной ответственности. Одна из моих целей – возможность дистанционного

управления компанией. В прошлом году мне довелось попасть на курс по коучингу, эти знания мне помогли в работе с людьми. Используя коучинговые приемы в общении, я легко включаю осознанность в человеке, в такой ситуации значительно легче строить диалог, давать и получать обратную связь, строить команду. По теме коучинга предпочитаю посещать обучающие программы в реальном времени, так можно прочувствовать энергетику группы и понимать, что ожидать от людей в реальности.

Вебинары смотрю чаще всего молодых спикеров, которые добились значительных успехов в жизни, интересуют их свежий взгляд. Они мотивируют и рассказывают такие кейсы, которые могут мне помочь в работе. Темы вебинаров разнообразны, от финансовых вопросов и маркетинга до психологии. В последнем случае это касается работы над своими страхами, негативными убеждениями – всего, что мешает двигаться вперед.

По теме управления очень советую книги «Открывая организации будущего» и «Неприятие перемен», они помогут руководителям, которые устали все контролировать. В целом рекомендую любые книги по бирюзовой модели управления.

Люди меняются вслед за вами. Если руководитель не готов к изменениям, не готов «отпустить поводья», люди никогда не возьмут на себя ответственность. Если в компании возникли трудности, честный самоанализ помогает в развитии, и если вы видите зоны роста, просто развивайте их до необходимого уровня. Главное – подать пример, быть жадным до знаний и опыта.

ГБПОУ СО «Уральский техникум «Рифей»: дело в печати



Татьяна Колузакова,
директор Уральского техникума
«Рифей»

■ Как за последние годы изменилась образовательная программа?

С начала 2000-х годов образовательный стандарт подготовки рабочих-печатников кардинально изменился: если до 2002 года в дипломе рабочего-печатника указывались две присваиваемые квалификации – «печатник высокой печати» и «печатник плоской печати», то с введением «Федерального государственного образовательного стандарта начального профессионального образования», то есть, с 2011 года «Рифей» готовит обучающихся с присвоением квалификации «печатник плоской печати».

В 2018 году планируем лицензировать образовательную программу «печатное дело», которая входит в ТОП-50 востребованных и перспективных профессий по ФГОС.

Профессиональное образование сегодня диктует реализацию ФГОС СПО по профессии «печатник плоской печати», четко обозначив рамки квалификации рабочего в сфере плоской печати. Во время обсуждений образовательного стандарта нашими педагогами-полиграфистами сложилось мнение, что стандарт можно

История подготовки специалистов полиграфической отрасли в техникуме началась в середине 1960-х годов. Подготовка полиграфистов появилась на базе художественно-профессионального училища № 42 Свердловска. Затем техникум переехал в здание, подходящее для производственных возможностей типографии, объявил набор на профессии «наборщик ручную», «печатник высокой печати», «переплетчик». Подготовка полиграфистов заняла свое особое место в техникуме, интегрировав с ранее открытыми художественными профессиями. С тех пор осталось главное – миссия учебного заведения – сохранение полиграфического образования на Урале, объединение образования и производства. Директор Уральского техникума «Рифей» Татьяна Колузакова рассказала об интересе абитуриентов к отрасли, практике студентов и развитии полиграфического направления.

читать шире – это зависит от многих факторов – можно обосновать содержательно и обучение техническим навыкам печатников цифровых машин. Педагоги нашего техникума сторонники позиции, что цифровую печать на этапах подготовки и непосредственно печати можно классифицировать как плоскую. До сих пор цифровые технологии печати – спорный вопрос: их относят как к плоским, так и к глубоким технологиям.

■ Расскажите о преподавательском составе техникума.

Сегодня в техникуме студенты могут получить профессии: «оператор электронного набора и верстки» и «печатник плоской печати». Педагоги, реализующие программы подготовки квалифицированных рабочих, служащих в сфере полиграфического производства, имеют профессиональное образование. Это выпускники Омского государственного технического университета, Самарского (Куйбышевского) Государственного издательско-полиграфического техникума. Один из преподавателей, профессионал своего дела, грамотный преподаватель – Виктория Комарова. Техни-

кум «Рифей» заинтересован в сильном преподавательском составе и готов принять специалиста для обучения печатников плоской печати.

■ Какое значение имеют практические занятия в образовательной программе?

Современный образовательный стандарт подготовки рабочих полиграфической отрасли предполагает освоение профессионального цикла теоретической части не менее 50% в практической составляющей. Техникум предлагает все условия для выполнения практических заданий.

Кроме того на базе нашего учебного заведения функционирует типография, которая имеет полный цикл выпуска печатной продукции. Типография является издателем профессионального журнала «Профессиональное образование и рынок труда», и, безусловно, площадкой для оттачивания мастерства студентов.

■ Где студенты проходят производственную практику?

Это очень важный вопрос, так как производственная практика предполагает обретение практиче-

ского опыта в условиях предприятия или в условиях, приближенных к производственным. В советский период и до 2000-х годов базовым предприятием для освоения практических навыков выступала типография «Уральский рабочий». Сегодня круг дружественных техникуму компаний расширился. Это компании различных форм собственности, с разными технологическими возможностями, требованиями, назначением и содержанием печатной продукции.

Устройство обучающихся-печатников на практику – серьезный организационный процесс. Любого практиканта или образованного выпускника необходимо стажировать под условия типографии, особенно под конкретную печатную машину, так как сегодня разные полиграфические организации работают и на полуавтоматизированном оборудовании, и на машинах, оснащенных электроникой. Проблема в том, что всем интересно в идеале получить на практику профессионально подготовленных печатников. Но я подчеркну, что вопрос технологического обеспечения типографии, профессиональное ориентирование обучающихся-печатников – не только результат, но и процесс. Практику обучающиеся проходят в типографиях Екатеринбурга и региона.

■ **В апреле «Рифей» проводил День открытых дверей. Оцените заинтересованность абитуриентов в обучении полиграфического дела в вашем учебном заведении.**

Полиграфия – достаточно узкая отрасль, поэтому в данном случае важна масштабная разъяснительная работа при профориентации поступающих на профессии полиграфического профиля. Полиграфия всегда была связана с конфиденциальностью, интеллектом, скрупулезностью, это феноменальная отрасль для подготовки рабочих. Исторически профессию печатника выбирали дети печатников, родственники. Это те, кто «дружат» с печатным словом, с архитектурой печатного издания, в прямом смысле – дружат с



книгой. Сегодня, к сожалению, не всем это понятно, но родители, которые понимают специфику профессии – тоже не случайные люди, после профориентационной и разъяснительной работы они осознанно передают своих детей в техникум на профессию печатника на базе 9 класса.

■ **Расскажите о достижениях ваших студентов в профессиональном плане.**

Уральский техникум «Рифей», безусловно, дает все образовательные и организационные возможности для участия всех студентов в научно-исследовательской, творческой и конкурсной деятельности и только поощряет студенческие и педагогические инициативы.

По профессии «печатник плоской печати» за последние 3 года студенты занимали призовые места в олимпиадах по издательскому делу, метрологии и стандартизации, информатике, информационно-коммуникационных технологиях в профессиональной деятельности и других направлениях.

■ **УрФУ – ваши коллеги, которые также готовят студентов к работе в полиграфии. Вы поддерживаете связь с учебным заведением?**

Мы несколько лет активно сотрудничаем с кафедрой полиграфии и веб-дизайна УрФУ, ведем дискуссии с Андреем Тягуновым, заведующим кафедрой и ведущим преподавателем Дмитрием Тарасовым.

Они оказывают профессионально-педагогическую поддержку техникуму по вопросам содержания образовательных программ. Кроме того, мы регулярно принимаем участие в полиграфических форумах, семинарах и других профессиональных встречах, обсуждаем актуальные вопросы образования, делимся опытом. Отмечу, что студенты, получившие диплом о среднем профессиональном образовании в нашем техникуме, продолжают успешно повышать свою квалификацию на бакалавриате и в магистратуре у наших коллег. Приятно, что техникум служит основательной и качественной базой для студентов.

■ **Вы отслеживаете судьбу ваших студентов?**

Безусловно, мы в обязательном порядке поддерживаем связь с выпускниками. На полиграфических предприятиях не остаются случайные люди. Как показывает опыт, выпускники успешно проходят адаптацию в производственных условиях. Большинство выпускников по профессии «печатник» – юноши, пригодные к службе в российской армии. После службы они, как правило, возвращаются в профессию. Сегодня среди наших выпускников есть немало состоявшихся профессионалов, достойных специалистов в сфере полиграфии.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Веб-ту-принт. Лотерея или системный подход?



Андрей Наумов,
основатель платформы для типографий
web2print.pro

Я регулярно опрашиваю коллег-полиграфистов, что мешает им использовать веб-ту-принт на «полную катушку». Ответы бывают самые разные: кто-то не может выстроить систему обработки заявок, некоторые не хотят вкладываться в реновацию сайта, многих «напрягает» необходимость отдельного учета онлайн- и офлайн-заказов в разных системах... Большинство же вариантов сводится к отсутствию веры в онлайн-привлечение и в самостоятельность заказчиков.

Культура онлайн-покупок в нашей стране пока не особо развита. Оформить заказ своими силами готовы единицы. Люди не доверяют безликим интернет-магазинам и не любят платить деньги за что-то виртуальное. А учитывая, что полиграфия – сфера непростая, разбираться в терминологии и технических нюансах согласен далеко не каждый.

Даже если у клиента есть желание оформить заказ самостоятельно, его легко могут «отбить». Дело в том, что многие типографии, заманивающие клиентов представ-

О веб-ту-принт у нас в стране говорят довольно давно, а на Западе – еще дольше. Когда-то считалось, что за ним будущее полиграфии. А сегодня? Сегодня веб-ту-принт занял место в ряду популярных, но не самых востребованных российскими типографиями инструментов. Да, есть несколько примеров его успешного внедрения. Но в большинстве случаев, если он и работает в России, то совсем не с тем эффектом, что ожидался.

кой «онлайн» и слоганом «Быстро-просто-дешево», вообще не используют веб-ту-принт. Вместо этого клиентам подсовывают менеджера на каждом шагу. Хотите прикинуть стоимость заказа? – Наш менеджер с вами свяжется. Интересуют условия доставки? – Оставьте заявку, и мы вам перезвоним.

Получается замкнутый круг. Клиенты, готовые к самообслуживанию, теряют к нему интерес, если им постоянно предлагают заполнить онлайн-форму и... снова упереться в менеджера. А типографии не видят смысла вкладываться в развитие онлайн-обслуживания, потому что клиенты его не ценят. Хотя что там ценить, если сайт становится

обычный сайт с онлайн-формами, вы сможете только масштабировать убытки. На первый взгляд все логично: самообслуживание уберет затраты на оформление, а низкую стоимость сделок перебьет их большой поток... Дальше все сложнее. Получить достаточно заказов в рамках одного города почти нереально – придется работать на всю страну. Но в России нет дешевых перевозчиков, а значит конечная стоимость будет невыгодной клиенту и вам придется демпинговать, чтобы сохранить привлекательные расценки. При этом, мелкие сделки превратятся для вас в «вводный продукт» и принесут прибыль лишь при условии повторных заказов.

«Кое-кто готов платить за персональное внимание, вот почему так важно освободить продавцов от механической работы. Автоматизация и „самостоятельность“ некоторых заказчиков вырывают менеджера из бесконечной суеты. Когда он забудет про авралы, то сможет, наконец, уделить должное внимание работе с ключевым клиентом»

лишним звеном между клиентом и отделом продаж... Да и типографиям он особого заработка не приносит: крупный заказ через онлайн не придет – клиенты, как правило, готовы рискнуть только маленькой суммой.

Так стоит ли игра свеч? Как тут заработать? Один из вариантов – обрабатывать больше онлайн-заказов. Конечно, через полноценный веб-ту-принт, ведь, используя

Другой вариант – активнее работать с подавляющим большинством (теми, кто пока не готов к самостоятельному оформлению). Выделите толковых менеджеров, которые смогут уделить этим клиентам должное внимание. Перестав быть для них «первым встречным» и добившись доверия, вы сможете рассчитывать на крупные заказы, тем более, что стоимость их доставки будет не так

критична... Постоянный клиент охотнее участвует в акциях и принимает спецпредложения, его достаточно просто перевести на самообслуживание. Плюс ко всему, он может стать бесплатной рекламной площадкой – эффективность «сарафанного радио» неоспорима.

Как видите, в любом случае важно не просто привлечь клиента, а сделать его постоянным. Это простая на первый взгляд, но далеко не тривиальная задача. Кажется бы, нет никакой хитрости: все произойдет само собой, если работать с вами удобно и выгодно, а ваш менеджер всегда готов уделить заказчику максимум внимания. Но что делать, если менеджер всегда занят, а у каждого клиента свои потребности?

Перегруженные сотрудники не будут эффективными. Ждете от них достижений – заберите пустую, рутинную работу. Если какой-то процесс не приносит вашей типографии прибыль – отдайте его тем, кому не платите зарплату. Хочет клиент узнать, во сколько обойдется комплект листовок – предоставьте ему простой онлайн-калькулятор или интерактивный прайс с его персональными ценами. Есть готовый макет – пусть загрузит на автопроверку. Хочет сам придумать дизайн – да пожалуйста! Вам же лучше. Вы получите оформленный и утвержденный заказ без лишней нервозности. Система автоматизации пусть сама выставит счет и проконтролирует оплату. Всю рутину она должна взять на себя, тогда менеджер сфокусируется на работе с клиентами: будет уделять максимум внимания тем, кто готов за него платить и приучать к самообслуживанию тех, кто хочет сэкономить.

Не рассчитывайте, что все сразу перейдут на самообслуживание. Систематизируйте продажи. Процесс оформления должен плавно перетекать из офлайна в онлайн и наоборот. Допустим, позвонил клиент – вместе с КП отправьте ему ссылку на личный кабинет, где он сможет откорректировать параметры своего заказа и даже «поправить» макет вашего дизайнера перед утверждением. Возможно, в

следующий раз он уже сам все посчитает и оплатит. Нередко клиент начинает оформлять заказ сам, но бросает на полпути. Здесь важно вовремя подключиться менеджеру и довести дело до конца. А если клиент захочет проявить свою творческую натуру и поработать самостоятельно, нужно предоставить ему такую возможность, даже если заказ изначально оформлял менеджер.

«Постоянный клиент охотнее участвует в акциях и принимает спецпредложения, его достаточно просто перевести на самообслуживание. Плюс ко всему, он может стать бесплатной рекламной площадкой – эффективность „сарафанного радио“ неоспорима»

Кое-кто готов платить за персональное внимание, вот почему так важно освободить продавцов от механической работы. Автоматизация и «самостоятельность» некоторых заказчиков вырывают менеджера из бесконечной суеты. Когда он забудет про авралы, то сможет, наконец, уделить должное внимание работе с ключевым клиентом. Узнать все его потребности, желания. И, соответственно, подстроиться под него, обеспечив высочайший уровень сервиса. Только симбиоз человека и технологии может дать подобный результат.

Все элементы вашей типографии должны работать, как единый организм. Производство – точно, как часы. Сайт – не отдельный проект, подкидывающий заявки на просчет, а помощник менеджера, разгружающий его от текучки. Менеджер – не живой автоответчик и калькулятор, а умелый продавец, который не просто оформляет сделки, а ищет новых клиентов и убажывает постоянных. Дизайнер – не банальный верстальщик, а творческий специалист, способный разработать уникальный дизайн, не отвлекаясь на мелкие правки, которые и сам клиент может сделать в личном кабинете.

Конечно, для всего этого нужен специализированный инструмент. И не один. Благо, сегодня на рын-

ке их предостаточно: веб-ту-принт для онлайн-заказов, CRM для работы с клиентами, MIS или АСУП для управления производством, Excel и календарь для планирования, 1С для выставления счетов и т.д.

Жаль, что непросто объединить эти сервисы. Скорее всего, вам придется работать в разрозненных системах.

Но есть решение проще. Предлагаю вам софт, способный объ-

единить все бизнес-процессы типографии в единую экосистему. Нам понадобилось много лет скрупулезных исследований, тестов и практических экспериментов, чтобы создать реальную инновацию. Мы развивали сервис за счет грантов, собственных средств и инвестиций, а не на деньги от продаж, поэтому нам удалось сделать его универсальным, не «заточенным» под какую-то конкретную типографию.

Учитывая специфику российского рынка, наша команда в буквальном смысле создала веб-ту-принт заново. Мы вышли за границы его функционала в привычном понимании. Сервис в 5 раз увеличивает эффективность вашего отдела продаж и поможет перевести на самообслуживание большинство текущих офлайн-клиентов. В нем соединились CRM, первоклассные калькуляторы, личные кабинеты клиентов с функционалом самообслуживания, витрина веб-ту-принт, способная превратить любой сайт в интернет-магазин и еще десяток инструментов для управления типографией.

Если вы осознаете ценность своего времени, устали экспериментировать с ПО и хотите сделать свою работу системной – возьмите на вооружение софт нового поколения: web2print.pro

ЛИКБЕЗ ПО НИТКОШВЕЙНЫМ МАШИНАМ SMYTH



Славная история началась с выпуска первой машины в далеком 1879 году в США и продолжается сегодня, на промышленном севере Италии, куда было перенесено производство. Сначала производились модели с изогнутыми иглами, а с 1928 года иглы стали прямыми, как сегодня. Современный модельный ряд Smyth охватывает потребности цифрового и офсетного производства. Он включает в себя как доступные ручные модели, так и высокопроизводительные подборочно-швейные линии. Общим для всех ниткошвейных машин Smyth является высокое качество сшитого блока – по мнению многих, лучшее на рынке в сочетании со «всеядностью» бумаг.

Разобраться в этом многообразии совсем несложно – есть несколько платформ и вариаций на каждой из них.

На потребности малотиражного производства, где на первом месте быстрота переналадки, ее простота и разнообразие форматов, ориентирована серия машин FX-30, FX-50 и DX-50. При ручной подаче эта серия позволяет сшивать блоки из тетрадей форматом до 510x550 мм. Такие параметры уникальны – можно производить, например, художественные альбомы и фотокнижки больших форматов.

Особенностью серии является пневматический привод седла – простой и надежный. Количество настроек сведено к минимуму, как и требования к квалификации оператора. FX-30 – это наиболее доступная, полностью ручная машина. В FX-50 добавлен боковой стол подачи для форматов до 510x350 мм, что ускоряет работу.

Что такое Smyth binding? Так в США называют автоматизированное шитье книг ниткой. Так же, как «Ксерокс» стал синонимом копировальных аппаратов, Дэвид Смайт, изобретатель и производитель первой ниткошвейной машины, дал имя самой экологичной технологии скрепления книг.



Smyth DX-50

DX-50 – это уже автоматическая модульная система, которая позволяет превращать запечатанные листы в сшитые блоки. Листы в машину подаются вручную, оборудование осуществляет их продольную фальцовку, формирует тетради, осуществляет шитье блоков и обрезку ниток. Сохранена возможность ручной подачи больших форматов на седло. DX-50 подходит как для цифровой печати, так и для малых тиражей офсетной печати.

Следующее семейство основано на вновь разработанном компактном автоматическом скоростном швейном модуле с механическим, а не пневматическим приводом и включает в себя модели FX-70, DX-70 и DX-70 Plus. Наиболее важные элементы привода этого семейства машин помещены в замкнутую камеру с маслом, что удлиняет их жизненный цикл.

В то время как FX-70 – это начальная машина серии с ручной подачей с бокового стола форматов до 510x360 мм, DX-70 – это полностью автоматическая система с самонакладом и продольной фальцовкой. Между швейным модулем и самонакладом размещается станция ручной подачи сфальцованных тетрадей, что позволяет использовать систему не только для цифровой печати.



Smyth DX-70 Plus

В DX-70 Plus добавлена поперечная фальцовка, что делает систему единственной в своем роде на рынке. Это воистину уникальная машина, которую обслуживает один оператор. Автоматический самонаклад позволяет загрузку листов формата B2 в портретном или альбомном положении (формат до 720x720 мм), которые в машине преобразуются в тетради, а затем в сшитые блоки. Если формат готовой книги это позволяет, можно напечатать 8 страниц на 1 листе, после чего сфальцевать поперек и вдоль и сшить на DX-70 Plus, что драматически повышает эффективность.

Следующая серия машин основана на традиционном автоматическом швейном модуле Smyth, который знаком большинству крупных типографий и прошел несколько усовершенствований.



Smyth Digiline Plus

Для нужд производительной цифровой печати предназначены оснащенные автоматическим листовым самонакладом машины Digitalline и Digitalline Plus.



Smyth FF-280

Для офсетной печати предназначены работающие с предварительно сфальцованными тетрадами машины FF-240, FF-250 4D, FF-280 4D, FF-150 XL 4D и FF-175 Magnum. Для тех полиграфистов, кто знаком с предыдущими поколениями ниткошвейных машин Smyth, можно отметить, что FF-240 – это современная, усовершенствованная реинкарнация популярной в прошлом машины F-145, то есть, это базовая машина серии. Она оснащена поворотным тачскрином, двумя верхними и двумя нижними раскрытиями на круглостапель-

ном тетрадном самонакладе. Машина FF-280 оснащена продвинутым 4D-самонакладом с каскадной подачей тетрадей, снижающей скорость их встречи с механизмом открывания. Он расположен под углом, и раскрытие осуществляется с угла тетради, что существенно повышает надежность захвата. Механизм привода раскрывателей – электронный. Машины FF-250 4D и FF-150 служат для работы с большими форматами тетрадей.



Smyth Concept

Линия Unit осуществляет горизонтальный подбор сфальцованных тетрадей и их сшивание. Она крайне компактна и обслуживается одним оператором, что снижает расходы предприятия. Линия Concept добав-

ляет возможность работы одной подборочной линии с двумя ниткошвейными машинами.

В заключение следует сказать несколько слов о ситуации на рынке. Все машины Smyth без проблем работают с самым широким спектром бумаг. Качество блока при этом многие небезосновательно считают лучшим на рынке, блоки получают более плотными. Аналогов не китайского производства у серии небольших машин (FX-30, FX-50 и DX-50) не существует. Аналогов у машин для обработки цифровых отпечатков DX-70 Plus и Digitalline Plus также не существует. К слову, ценовая политика у Smyth разумная.

«ТЕРРА ПРИНТ» – эксклюзивный поставщик Smyth в России с DRUPA 2016, работает более 20 лет, имеет обученный сервис и широкую клиентскую базу. Приглашаем посетить инсталляции Smyth в России и сам завод, находящийся в живописном местечке между Миланом и Туринном.

*Михаил Нестеренко,
ГК «ТЕРРА ПРИНТ»*

СМҮТН UNIT: ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ДЛЯ КНИЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА

- Горизонтальная листоподборка mod. 2 + швейная машина FF-280
- Эффективная подборка тетрадей и их шитье
- Изготовление книг любыми тиражами
- Компактный размер
- Возможность удвоения станций подбора в той же машине
- Возможность подключения к штабелеру

terraPrint

SMYTH

Москва, Электродный проезд, д. 6
Тел./Факс: +7 (495) 363 00 78
www.terraprint.ru, info@terraprint.ru

Оборудование RICOH в библиотеке им. В. Г. Белинского



что сотрудники библиотеки бережно хранят ее историю, создавая уникальный архив, в котором встречаются эксклюзивные документы эпохи. Библиотека – полноценный участник происходящих событий, ее хроники – это своего рода памятник, в котором отражена история города и страны.

Сегодня Белинка – в том числе место проведения образовательных и просветительских проектов с участием известных ученых, писателей, художников и артистов. Регулярно проводятся фестивали общероссийского уровня, презентации книг, научные конференции, музыкальные вечера, выставки, действуют лектории, языковые и тематические клубы.

Фонд Белинки включает и редкие, раритетные экземпляры. Например, книги с инскриптами. Инскрипт – дарственная надпись, сделанная рукой самого дарителя. Как отмечают сотрудники отдела редких книг библиотеки им. В. Г. Белинского, такие книги представляют особую ценность. В настоящее время в Белинке собран необходимый материал и начата верстка альбома инскриптов из собрания библиотеки. В этом подарочном издании в трех томах читатель увидит документы знаковых персон России.

Новое оборудование – новая страница истории

Читатели и партнеры библиотеки – студенты и научные сотрудники, екатеринбуржцы и гости города, люди бизнеса, науки и культуры, известные россияне и первые лица других стран, поэтому качество изготавливаемых полиграфических материалов должно быть на высоком уровне. Специалисты библиотеки с особым вниманием отнеслись к выбору машин. В результате остановились на линейке оборудования Ricoh, которое не один год успешно функционирует, например, в издательском центре УрФУ. Это послужило дополнительным аргументом при выборе марки.

Этап согласования поставки включал различные варианты комплектации. Представители компании Ricoh совместно с представителями библиотеки спроектировали оптимальный вариант, который соответствует актуальным потребностям и запланированным объемам. В конечном итоге парк составил: цветная промышленная печатная машина Ricoh Pro 5200S, монохромная печатная машина Ricoh MP7503SP, брошюровщик Starbind 300, КБС Bulros 60R, биговщик Cuklos и другое необходимое послепечатное оборудование.

Для производственных целей в библиотеке выделено отдельное помещение. Сотрудники освоили

Прошлое и настоящее

Библиотека им. В. Г. Белинского создавалась общественными силами Екатеринбурга. В конце XIX века местная элита пришла к выводу, что городу нужна библиотека с равным доступом к информации независимо от социального статуса. Кстати, на данный момент специалисты библиотеки ведут редакционную работу над хрониками 120-летней истории библиотеки – многостраничным изданием в мягкой обложке. Надежда Маценко, руководитель редакционно-издательского отдела библиотеки им. В. Г. Белинского, отметила,





новые машины в короткие сроки, редакционно-издательский отдел уже начинает набирать обороты. Производство печатной продукции в Белинке – это полный цикл работ, включающий в себя подготовку авторского материала, собственный дизайн и верстку, изготовление продукции.

По словам сотрудников библиотеки, оборудование Ricoh проявляет себя как удобное в эксплуатации, с отличной производительностью и, главное, вырабатывающее продукцию требуемого качества. Кроме базовых проектов ежедневно проводятся различные мероприятия, зачастую параллельно в нескольких залах. Материалы для каждого из них нужно производить оперативно и в срок.

Первые результаты

За небольшой период использования оборудования уже отпечатано 2 000 единиц печатной продукции, в том числе флаеры, афиши, буклеты, многостраничные издания. Также за время эксплуатации оборудования специалисты библиотеки успели разработать и изготовить фирменные блокноты. Такие блокноты – часть имиджа библиотеки, поэтому к подбору материала отнеслись с особым вниманием. Так, для изготовления использовали три вида бумаги различной плотности и фактуры.

На новом оборудовании освоена печать многостраничных научно-методических пособий. Пособия выполнены с полноцветной обложкой на текстурированном картоне, в каждом

изделии использована бумага двух типов. Брошюровка осуществляется автоматическим способом. Как отметила Надежда Маценко, двойная квадратная биговка корешка на новом «буклетмейкере» дает отличный результат. При таком способе брошюровки печатная продукция эстетично и аккуратно выглядит на книжной полке.

В планах Свердловской областной универсальной научной библиотеки им. В. Г. Белинского глобальные проекты. По словам Надежды Маценко, Белинка ставит перед собой действительно масштабные задачи. Модернизация оборудования – подарок не только библиотеке, но и Екатеринбургу, и Свердловской области.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

RICOH

imagine. change.

PRO C7200X

ИСКУССТВО СОЗДАВАТЬ НОВОЕ

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ

РАЗРЕШЕНИЕ 2400X4800 DPI

ПОДДЕРЖКА РАЗНООБРАЗНЫХ МАТЕРИАЛОВ

ПЕЧАТЬ БАННЕРА СИМПЛЕКС/ДУПЛЕКС: 1260/700 ММ
ПОДДЕРЖКА БЕСКАРБОНОВЫХ БУМАГ (САМОКОПИРКА)
УЛУЧШЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

РАБОТА С 5-ОЙ СТАНЦИЕЙ

ТОНЕР СКРЫТЫЙ КРАСНЫЙ
ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ + СМУК В ОДИН ПРОХОД

УДОБСТВО РАБОТЫ

АВТОКАЛИБРОВКА С ВСТРОЕННЫМИ ДАТЧИКАМИ
ОПЕРАЦИОННАЯ ПАНЕЛЬ 17" (СМАРТ-ПАНЕЛЬ)
ММТ - ИНСТРУМЕНТ НАСТРОЙКИ МАТЕРИАЛОВ
УПРОЩЕНИЕ УДАЛЕНИЯ ЗАМЯТЫЙ БУМАГИ

ВЫСОКАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

85/95 СТР/МИН НА БУМАГАХ ПЛОТНОСТЬЮ ДО 360 Г/М2

НОВЫЕ ФИНИШНЫЕ ОПЦИИ

PLOCKMATIC BANNER SHEET STACKER
BDT BANNER SHEET LCT
GBC STREAMWIRE BIND

Климат-контроль: здоровье компании



Игорь Степанов,
коммерческий директор компании
«Графические системы»

Адиабатические увлажнители воздуха

Принцип действия адиабатических увлажнителей заключается в глубоком насыщении воздуха парами воды при контакте на поверхности фильтра(ов) аппарата. Мощный вентилятор, установленный в каждом аппарате, обеспечивает равномерное перемешивание воздушной среды и достижение влажным воздухом самых отдаленных уголков помещения.

Как следует из названия, процесс увлажнения и охлаждения как сопутствующего происходит без привлечения энергии извне. Небольшое потребляемое количество электроэнергии такого увлажнителя расходуется на работу насоса и вентилятора.

Преимущества

Адиабатические увлажнители представлены стационарными и мобильными аппаратами. Вне зависимости от модели и размера все увлажнители отличаются высокой эффективностью увлажнения, крайне низким энергопотреблением, низкими требованиями к качеству воды, доступной стоимостью.

Оборудование для контроля климата в помещении – продукт на рынке известный. Первые модели появились еще в XX веке, когда к инженеру-конструктору Уиллису Кэриеру обратились владельцы крупной типографии в Нью-Йорке. Новое изобретение быстро завоевало популярность среди заводов и предприятий, которым требовалась регуляция влажности и снижение температуры. С тех пор многое изменилось. Осталось одно: на многих производствах сотрудники продолжают сталкиваться с проблемами климата в помещении, грамотным поддержанием влажности. Сегодня мы детально изучим увлажнители. Рассмотрим, какие модели оптимально подходят для поддержания благоприятных условий работы, как функционируют машины и на что обратить внимание при выборе.

Эффективность

Большая поверхность ячеистого фильтра-испарителя служит для максимального контакта воды и воздуха, вследствие которого воздух насыщается парами воды. Производительность вентиляторов адиабатических увлажнителей находится в диапазоне 1600 м³/час ÷ 30 000 м³/час, что способствует быстрому достижению однородного уровня влажности в помещении.

Энергопотребление

Энергопотребление адиабатических увлажнителей для наиболее популярных моделей составляет 100 Вт ÷ 250 Вт.

Отсутствие водоподготовки

В отличие от всех остальных типов увлажнителей, отсутствие водоподготовки у адиабатического увлажнителя не вызывает длительную остановку всего процесса увлажне-



Сегодня активно пользуются спросом модели Sabiel MB 16 и MB 30 с автоподключением к водопроводу

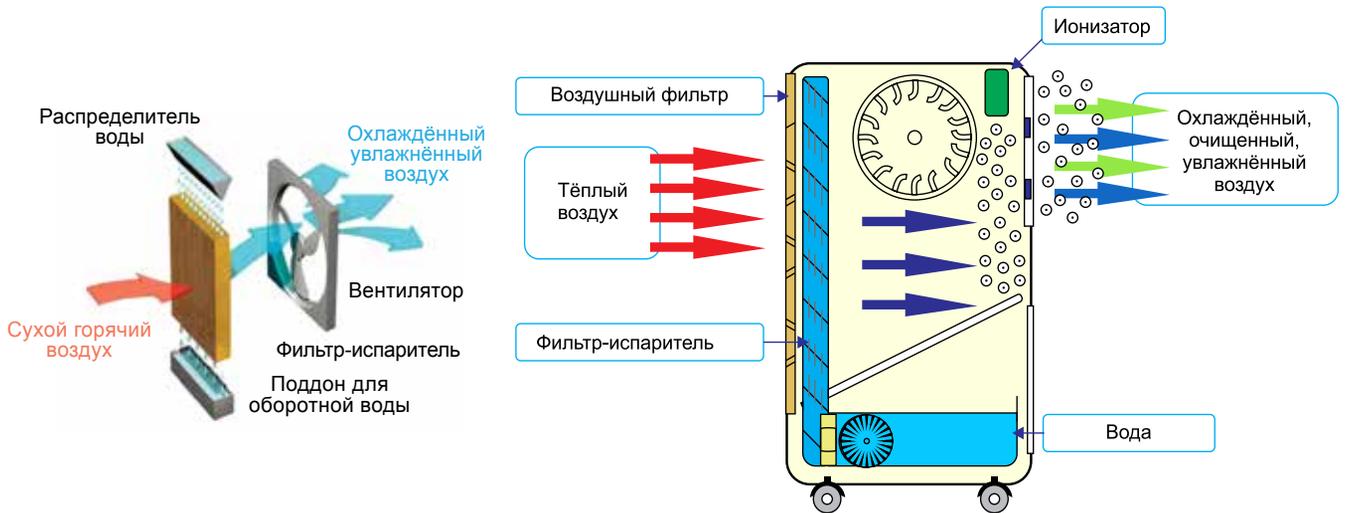


Схема работы охладителя

ния и не требует значительных финансовых и трудовых затрат на чистку и замену составляющих системы увлажнения, а также приведения в порядок помещения. На фильтре аппарата, разумеется, оседают соли кальция, магния, железа. Задача потребителя – просто соблюдать требования по профилактическим чисткам фильтров и аппарата.

Как выбрать?

На способность адиабатного увлажнителя эффективно увлажнять различные помещения влияют несколько факторов:

- поверхность фильтра-охладителя
- мощность вентилятора
- соответствие мощности вентилятора установленному фильтру

Кроме того оказывают влияние такие характеристики помещения:

- наличие источников интенсивного поглощения влаги
- наличие приточно-вытяжной вентиляции
- загруженность помещения

Охладитель-увлажнитель воздуха испарительный мобильный SABIЕL MB16

Испарительный охладитель-увлажнитель воздуха (биоклиматизатор) SABIЕL MB16 сочетает в себе функции охладителя, увлажнителя, аквафильтра, вентилятора и ионизатора воздуха. Производительность составляет 1600 м³/час. Потребление электроэнергии – 100 Вт.

Мобильность, готовность к использованию без дополнительного монтажа, низкое энергопотребление и экологичность применения делают данный охладитель воздуха отличным вариантом.

Охладитель позволяет создать комфортные условия в квартире, доме и даже вне помещения. Охладители воздуха для квартиры модели MB16 также с успехом ис-

пользуются в зимний сезон отопления в качестве эффективного увлажнителя воздуха.

Особенности устройства:

- потребляемая мощность – всего 100 Вт
- широкий угол подачи воздуха – в диапазоне 100°
- съемная легко очищаемая фильтрующая сетка
- три скорости потока
- дистанционное управление

Отметим некоторые характеристики данного оборудования. Самое главное преимущество – площадь увлажнения. У данной модели площадь составляет от 30 до 50 м². Важно учитывать и произ-



водительность – количество воды, которое оборудование испаряет за час. Так, например, MB 16 испаряет 1,5 литра воды в час. Отмечу, что для данных увлажнителей нет необходимости подготовки воды, можно использовать простую водопроводную воду. В случае, если вода плохого качества, при подключении увлажнителя необходимо установить фильтр очистки воды.

«LED-UV – это не для скептически настроенных полиграфистов»



Типография Grafilux Printing, которая находится в бельгийском городе Тюрнхаут, сделала свой выбор в пользу восьмикрасочной машины Rapida 106 с технологией LED-UV. Это первая листовая машина Rapida, которая эксплуатируется в типографии, где владельцами являются Люк Стейелайетс и Гай ван Бек. Одна из отличительных черт оборудования – данная машина работает с печатными формами без загибки. Это обязательное условие для тех, кто каждый раз меняет восемь форм, в то время как тиражи продолжают неуклонно снижаться.

Grafilux Printing была создана на фундаменте типографий Van Beeck, Paulussen и Staelaerts. Эти типографии расположены в Тюрнхауте и Лире в Северной Бельгии недалеко от границы с Нидерландами. Оба руководителя впитывали в себя полиграфию, как говорится, с молоком матери. Родители Люка владели копировальным салоном, это было их любимое место. Правда, их сын решил изучать электромеханику и стал инженером. Аналитический склад мышления и трезвость мысли пригодились ему впоследствии, когда он начал работать в полиграфии. Люк умеет искать оптимальные практические решения и вместе со своими печатниками находить варианты для наилучшего качества печати.

В типографии Grafilux Printing работает 25 сотрудников, иногда в несколько смен. В связи с развитием компании в июне 2017 года Grafilux инвестировал в Rapida 106 с восемью печатными секциями с переворотом листа для печати 4+4 и технологией LED-UV. Машина имеет очень высокий уровень автоматизации.

LED-UV

Люк Стейелайетс: «При выборе новой машины нам потребовалось время – в первую очередь, по техническим причинам. Нам нужно было выбрать такое решение, в основе которого лежит LED-UV

отверждение красок. Мы работаем с относительно маленькими тиражами и должны иметь возможность отгружать их в кратчайшие сроки. При этом клиенты требуют от нас высокого стабильного качества. Мы остановили свой выбор на машине с переворотом с восемью секциями и с очень быстрым LED-UV отверждением красок».

Гай ван Бек: «Нашей задачей было не просто произвести изменения в парке оборудования. Мы хотели принять решение на основе аналитических данных, а не просто руководствуясь чувствами. Мы выбирали машину, которая наи-

лучшим образом будет соответствовать нашим требованиям. Наши печатники провели на машине Rapida тесты с использованием специальных тестовых форм, разработанных Люком. Результаты оказались отличными. Время до первого тиражного оттиска было превосходным. Время перехода с тиража на тираж – прекрасным. Но этому противостояли другие аспекты. Мы никогда не работали с Koenig & Bauer. Что будет, если нам потребуются запасные части? Смена поставщика – причем в самом сердце производства – всегда дает некоторую неуверенность».





Будущее уже наступило

«Возможно, это прозвучит странно из уст инженера, но все-таки наши сотрудники – конечно же, вместе с нашими клиентами – это важная составляющая для здорового и хорошего будущего типографии Grafilux Printing. Здесь, в Тюрнхауте, довольно много типографий, и все печатники в курсе всех событий. Если компания устанавливает новую машину, каждый высказывает свое мнение, – рассказывает Стейелайтс. – Большинство людей не любят перемен – и печатники в этом случае не исключение. Теперь, полгода спустя, каждый из них доволен работой на Rapida, нашим решением о переходе на технологию LED-UV и удобством работы с печатными формами без загибки. Мы уверены, что уже никто не думает о возврате к прошлому».

Grafilux Printing производит большое количество коммерческой продукции и периодических изданий. Это рынок, который уже много лет находится в условиях жесткой конкуренции. И Люк, и Гай знают это, как никто другой. Ван Бек: «Многие знают наше качество как очень высокое, но

Формы без загибки

«Типография Grafilux Printing сфокусирована на эффективности и продуктивности, – рассказывает Стейелайтс. – Мне всегда казалось непонятным, что перед использованием печатных форм должна выполняться их загибка. При печати на двухкрасочной машине это еще допустимо, но если количество печатных форм существенно возрастает, это требует большого времени, особенно если тиражи составляют от 200 до 300 листов. Мы выдвинули Koenig & Vauer свои требования: нам нужно работать с печатными формами без загибки. Йохан Дэнгис, представитель компании Wlfac, дилера Koenig & Vauer в Бельгии, объяснил, что новая система синхронной смены форм SPC может работать с печатными формами без загибки и что это решение уже практически готово. Из-за этого ожидание печатной машины заняло больше времени, но это решение стало еще одним аргументом в пользу нашего решения о покупке».

Больше преимуществ, чем недостатков

Так как с момента интервью до момента выхода журнала проходит практически полгода, руководители типографии делятся своими самыми первыми впечатлениями: «Решение в пользу технологии LED-UV – это решение не для скеп-

тических печатников. Но эта технология дает множество преимуществ, которые мы и открыли для себя. Например, полностью отсутствуют какие-либо дефекты плашек и нет проблем с закреплением красок. Благодаря этому качество в целом становится существенно выше и, конечно же, выше контраст печати, в том числе на немелованных бумагах».

«Наши печатники провели на машине Rapida тесты с использованием специальных тестовых форм, разработанных Люком. Результаты оказались отличными. Время до первого тиражного оттиска было превосходным. Время перехода с тиража на тираж – прекрасным»

Ван Бек: «Этим положительным моментам противостоят некоторые отрицательные. Так, например, краскам требуется больше времени для достижения правильной производственной температуры для того, чтобы была возможность работать на тонких бумагах с высоким качеством. Также больше затрат требует достижение оптимального баланса «краска/вода». Путем нескольких экспериментов мы научились делать это в короткие строки. Мы не хотим скрывать некоторые недостатки технологии LED-UV, но подчеркиваем, что они с избытком перекрываются достоинствами этой технологии».

зачастую это дает определенную надбавку к цене. Это досадно и требует от нас внесения определенных изменений в производственный процесс».

Стейелайтс: «В нашем случае вы можете видеть здоровое предприятие. Мы не ищем приключений на рынке, мы приняли решение игнорировать массовый сегмент рынка и находим свои заказы в других областях. Вместе с нашими сотрудниками и благодаря нашим инвестициям в Rapida 106 мы уверены, что Grafilux Printing ждет успешное будущее».

*Леон ван Вельцен
Перевод: Анна Перова,
«КБА РУС»*

Metalbind: лучший способ переплета документов в твердую обложку



Metalbind в деталях

Скорость шитья Metalbind вне конкуренции. Все, что необходимо сделать для получения качественного переплета Metalbind, – ровно сложить документ вместе с обложкой, установить в переплетную систему и обжать металлический канал. Весь процесс занимает менее минуты независимо от толщины и формата книги. Нет сомнений и в надежности переплета. Посмотрите в YouTube ролики новосибирской компании «Сибирский успех»: сшитую на морозе книгу пытаются разорвать с помощью автомобилей. В результате буксируют одну машину другой через канаты, продев их через обложки и блоки брошюр, скрепленных Metalbind.

Внешний вид твердого переплета Metalbind выглядит презентабельно и практически не отличается от стандартного книжного переплета №7. За счет плотного зажатия блока в прочном металлическом канале с жесткой прямоугольной формой книга выглядит безупречно, как единое целое. Обложки не деформируются и не имеют следов после работы переплетчика.

Заказчик выбирает один из многих видов и цветов искусственного или натурального кожаного покровного материала обложки или канала. На выбор предлагаются обложки

Технология Metalbind создана и лицензирована польской компанией OPUS в 2001 году и на сегодняшний день имеет широкое распространение в мире. Печатная продукция, полученная с помощью Metalbind, не требует перфорации, механического сшивания или склеивания листов. Мощный металлический корешок (канал) спрессовывает листы с большим усилием, не касаясь при этом их поверхности, так что с помощью Metalbind можно сшивать ценные или ветхие антикварные документы.

и каналы форматов A5, A4 или A3 с покрытием «ткань» семи разных расцветок или «кожа» пяти цветов, а также необычные твердые обложки «техно», «бизнес» или «арт». Если речь идет о мягкой обложке, имеется большой выбор комплектов обложки из прозрачной, матовой, текстурной, цветной пленки, пластика, глянцевого или «кожаного» картона форматов A4 и A3. Со всеми этими обложками могут использоваться металлические каналы под книги толщиной от 5 до 32 мм, так, чтобы можно было переплести документы, содержащие от 1 до 300 листов (бумаги 80г/м²). За счет жесткости этих каналов брошюры Metalbind даже с мягкой обложкой отлично держат форму и могут храниться вертикально на полках.

Отмечу взаимозаменяемость комплектующих Metalbind. Одни и те же обложки можно использовать под книги любой толщины. С другой стороны, можно использовать один и тот же канал как для твердого, так и мягкого переплета.

Система Metalbind открывает неограниченные возможности индивидуализации как обложек, так и переплетных каналов. Сочетая их разным образом, можно получить по-настоящему дизайнерские изделия. Специально разработанные решения позволяют изготавливать на базе оборудования OPUS MULTICREASE детские картонные книги или профессиональные фотокнижки с 180 градусным раскрытием и единым изображением на разворотах.

Компания OPUS позаботилась и о тех, кому удобнее иметь неотделимые наборы «обложка-канал», и буквально недавно выпустила специальный вид расходных материалов – переплет С-Bind, который можно изготавливать на стандартных переплетчиках Metalbind.

Так же, как и переплет, на пластиковую пружину Metalbind позволяет разжимать сшитую книгу и менять листы, ее составляющие. Для этого используется специальный клин, с помощью которого можно на минуту перешить брошюру и повторить эту операцию без ущерба для качества переплета 3-4 раза.

Не могу не упомянуть об отделке продукции с помощью горячего тиснения фольгой на переплетных обложках и каналах. Для этого OPUS разработал специальные пресса для тиснения: автономные или закрепляемые в виде модулей на переплетчиках. Для работы с ними можно использовать как традиционные графические клише, так и наборные шрифты с высотой букв 3,2, 4, 5,5, 9 или 16 мм и несколькими начертаниями на русском или английском языке. Достоинства таких шрифтов и специальной оснастки для их удобного использования – возможность типографии не приобретать дорогостоящее клише, что особенно актуально при маленьких или единичных тиражах печатной продукции. В условиях учебных заведений, таким образом, например, эффективно набирать фамилии студентов на обложках курсовых и дипломных работ.

Как я пришел к этой технологии

Познакомиться с Metalbind мне удалось в 2009 году в качестве директора типографии МГУ. Типография изготавливала большой объем разнообразной печатной продукции, в том числе книги в твердом переплете огромными тиражами. В связи с необходимостью приняли решение приобрести несколько переплетчиков на пружину и Unibind, начали обслуживать запросы студентов. Тогда я впервые увидел оборудование OPUS, которое быстро скрепляло и раскрепляло брошюры на Metalbind. Особенно удивила прочность скрепления – нам с коллегой так и не удалось вырвать листы из сшитой книги.

Возможность на практике познакомиться с технологией Metalbind появилась в типографии НИУ ВШЭ. Из-за увеличения спроса на переплетные работы в парке оборудования появилось несколько машин Metalbind. Полученные издания мы дополняли вставками из материалов

под кожу, бумажными конвертами для дисков, пластиковыми файлами для вставки листов, сфальцованными чертежами. Интересной находкой для типографии также стало изготовление книг в твердом переплете с вырубным окном на лицевой обложке, через которое просматривался титульный лист с названием издания.

Подводя итог, еще раз отмечу качество и преимущества Metalbind. Прочность конструкции

книги, сохранение целостности внутренних листов, возможности различного визуального оформления делают эти твердые переплеты наиболее эффективным способом сшивания. Это универсальное решение, которое можно использовать в различных областях, что делает технологию Metalbind надежной и перспективной в будущем.

Марсель Шарифуллин,
директор типографии НИУ ВШЭ





**Оборудование
и расходные
материалы
для переплета
и термотиснения**

Техника OPUS это:

- 1 **Качество**
- 2 **Оперативность**
- 3 *Презентабельность*
- 4 **Долговечность**
- 5 **Универсальность**

ОТКРОЙТЕ ДЛЯ СЕБЯ СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРЕПЛЕТ



127015 г.Москва,
ул.Б.Новодмитровская, д.14,
корпус 2, офис 21, 22
тел: (495)730-7404, 232-0676, 232-0679
www.fortland.ru

«ТЕРРА СИСТЕМЫ» – о главных векторах развития офсетной полиграфии



Стефан Валуйский,
генеральный директор
компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ»

Компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ» не нуждается в представлении, полиграфисты знают ее не понаслышке. Компания регулярно устанавливает современное оборудование в ведущих типографиях страны. Сегодня для руководителя типографии качество оборудования выступает наравне с техническим обслуживанием. Эти критерии являются первостепенными и для «ТЕРРА СИСТЕМЫ». Когда обе стороны одинаково видят вектор развития совместной работы, результат превосходит все ожидания. Стефан Валуйский, генеральный директор компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ», – о триумфальном возвращении RYOBİ, работе с клиентами на одной волне, потенциале уральского полиграфического рынка и не только.

■ Компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ» в этом году исполнилось 5 лет. Чего вы достигли за это время?

Когда 5 лет назад мы создавали компанию, одной из основных целей было возвращение на российский рынок офсетных печатных машин RYOBİ (ныне RMGT). За эти годы нам не только удалось вернуть данный бренд на рынок, но и стать одним из лидеров продаж в сегменте B2/A1 форматов печати. Нашими клиентами в этот период времени стали уже более двадцати российских типографий фактически со всех уголков нашей страны.

При этом многие из поставленных нами конфигураций в некотором смысле являются уникальными по своей сути и не имеют аналогов на нашем рынке. В первую очередь, речь идет о машинах со светодиодными сушками производства AMS Spectral UV. И это еще одно наше очень важное достижение за эти 5 лет. Мы задали своего рода направление для всех российских полиграфистов и считаем, что печать высокорезактивными красками с применением технологии LED-UV печати является главным вектором развития офсетной полиграфии во всем мире в ближайшие годы. Ну, и конечно, последние несколько лет мы активно развиваем упаковочное направление.

■ Расскажите подробнее об этом направлении. Какие цели уже реализовали?

Компании «ТЕРРА СИСТЕМЫ» удалось сформировать достаточно широкую товарную линейку по соответствующему оборудованию и реализовать несколько очень удачных сделок. Хотя не скрою, любое развитие подобного рода проектов требует больших усилий, как морально-волевых, так и финансовых, конечно. Но, как мне кажется, нам в итоге удалось преодолеть точку невозврата (в хорошем смысле этого явления), и мы пока не собираемся останавливаться на достигнутом результате.

По моим оценкам, упаковочное направление по итогам 2018 года выйдет на показатели, сравнимые с направлением офсетных печатных машин. В этой части бизнеса в компании работают профессионалы, которые отлично знают свое дело. Автоматическая пресса для вырубki и тиснения, фальцевально-склеивающие линии, лакировальные машины и промышленные ламинаторы, трафаретная печать и производство бумажных пакетов – нам есть, что предложить уральским полиграфистам.

■ Вы являетесь партнером компании Ryobi последние несколько лет. Как бы вы охарактеризовали интерес к этому бренду со стороны типографий?

Бренд Ryobi всегда был очень популярен в нашей стране, да и во всем мире. Сначала это были в своей массе печатные машины третьего формата, затем начались поставки полуформатных печатных машин, а потом практически сразу в начале 2000-х годов компания Ryobi придумала так называемый 92 формат, который впоследствии завоевал сердца огромного количества полиграфистов по всему миру. На нашем рынке уже установлено десять печатных машин данного формата и по большому счету каких-либо серьезных альтернатив печатным машинам RMGT 920 серии я не вижу. Кстати, очень часто мы предлагаем нашим клиентам схему trade-in и принимаем у них поддержанные печатные машины Ryobi. При этом отмечу, что никаких проблем с дальнейшей реализацией у нас еще ни разу не было. Я думаю, это говорит о многом.

■ В 2016 году в одном из интервью вы говорили, что приходится с нуля знакомить российский рынок с полноформатной техникой RMGT. Как изменилась ситуация за два года?

Тут дела обстоят чуть сложнее. Изначально у Ryobi были собственные разработки и, кстати говоря, очень неплохие, но после создания единой компании с Mitsubishi Heavy Industries в товарной линейке появились решения, созданные на базе хорошо всем нам известных офсетных печатных машин Mitsubishi Diamond 3000. Мы занимаемся их продвижением, хотя и не скрою, что основную ставку в своей работе мы по-прежнему делаем именно на 92 формате и полуформатных машинах.

■ Где географически компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ» видит возможности для роста и в каких направлениях?

У нас нет любимого или приоритетного региона для развития, мы работаем по всей стране в меру своих сил и возможностей. Хотя, конечно, есть такие регионы, например, северо-запад, где наши результаты наиболее заметны. Направления развития у нас прежние: офсетная печать, светодиодная печать, картонная упаковка.

■ Как вы, поставщик полиграфического оборудования, оцениваете потенциал уральского рынка?

Мы уделяем уральскому рынку достаточно большое внимание. Визиты на Урал для нас не редкость – у многих местных типографий установлено печатное оборудование марки Ryobi. Осенью 2017 года компания «ТЕРРА СИСТЕМЫ» установила новую печатную машину RMGT 790ST-4 в екатеринбургской типографии «Артес», с чем мы ее, конечно, еще раз поздравляем. Несмотря на все объективные экономические сложности,

которые присутствует сейчас в нашей стране в целом, мы достаточно высоко оцениваем потенциал уральского рынка и надеемся, что наша работа по модернизации местных типографий внесет свой вклад в общее развитие полиграфической отрасли на Урале.

■ Какие стратегические решения вы принимаете для того, чтобы сохранить преимущество на рынке?

В первую очередь, мы развиваем нашу сервисную службу, проводим соответствующие обучения наших специалистов на заводах-производителях и так далее. Наша стратегия проста: клиенты, которые к нам приходят, должны и дальше оставаться вместе с нами. Для меня как руководителя очень важна доля повторных продаж, и она постепенно растет, что не может не радовать.

■ В начале лета в Екатеринбурге проводится полиграфический форум, в котором ваша компания впервые принимает участие. Какую роль для вашей компании несет участие в таких мероприятиях?

К сожалению, я сам не смогу присутствовать на форуме, компании будут представлять наши ведущие сотрудники. Основная тема выступления, которую мы хотели бы поднять – преимущества технологии LED-UV печати в офсетных типографиях. Надеюсь, многие уральские полиграфисты смогут присутствовать на форуме и у них будет возможность пообщаться с моими коллегами. Цель у нас одна – общее совместное развитие полиграфической отрасли в нашей стране, а без тесного общения друг с другом это просто невозможно.

■ Какой курс развития вы выбрали для себя в 2018 году?

Конечно, двигаться только вперед. Акцентируем свое внимание на развитии продаж в регионах и развитии нашей сервисной службы. Также работаем над повышением качества бизнес-процессов внутри нашей компании, где мы сейчас, кстати, внедряем собственную систему CRM. Но без этого уже никак.

Маргарита СЕМЕЙКИНА



ECO LED-UV

Светодиодные сушилки из Китая

520 mm

от 35 000\$

750 mm

от 42 500\$

920 mm

от 47 500\$

1050 mm

от 55 000\$

T

TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин

+7 (495) 120-27-82



Лофт или гламур

Компания «Европапир» не перестает радовать своих заказчиков новинками. Мы уделяем большое внимание экологии и тому, чтобы наши бумаги были FSC-сертифицированы.

Порой совершенно неожиданно на первом плане оказывается материал, который, казалось бы, давно забыт. Модные тенденции и технологии возвращают его, и, более того, выводят на первый план. Такая ситуация происходит, например, с крафт-бумагой. Теперь крафт-бумага – один из самых актуальных материалов. Нарочи-

100% состоящая из переработанного сырья.

Бумага **SH Recycling** имеет широкое применение и подходит для всех видов корреспонденции, листовок, каталогов, экологических отчетов, экоупаковки, этикеток, конвертов, рассылок, брошюр и визитных карточек. Бумага сертифицирована для контакта с пищевыми продуктами и имеет свой собственный сертификат FSC (FSC-C017326) 100%. Бумага SH Recycling в своем составе не содержит кислот и целиком подлечит последующей переработке.

на для ежедневной печати в офсетной и цифровой типографии, а также для копирования в офисе и дома.

Всем известная линейка пухлых бумаг Munken теперь стала доступна в цифровых форматах, и мы рады, что цифровые типографии оценили непревзойденное качество пухлой бумаги из линейки Munken.

В России очень популярны металлизированные бумаги, и мы решили создать свою собственную, неповторимую коллекцию металлизированных бумаг к уже существующим линейкам метал-



то грубый и плотный материал используется для изготовления пакетов, печати этикеток и рекламных материалов. В моде, во-первых, натуральность, а во-вторых, стиль лофт. Если вы, например, оформляете кафе в нарочито брутальном стиле с имитацией каменной кладки и бетонных стен, то и все остальное должно соответствовать. Например, меню печатают на плотной бумаге по структуре, похожей на крафт-бумагу или просто используют этот материал.

Наш ассортимент крафт-бумаг пополнился. Теперь вы можете выбрать бумагу SH Recycling, которая входит в коллекцию наших бумаг Color Style. **SH Recycling** – это высококачественная, немелованная, неокрашенная в массе бумага, на

В линейке бумаг, состоящих на 100% из переработанного сырья, появился SG Recycling. Это не единственная новинка, также на нашем складе доступен дизайнерский картон **WOOD GARDEN PINE**, состоящий из 100% переработанного сырья и отламинированный в фабричных условиях одной стороной ламинацией, имитирующей дерево.

Универсальная бумага, состоящая на 100% из переработанного сырья, **Nautilus Super White** производства Mondi теперь доступна и в фоллио форматах. Благодаря технологии ColorLok обеспечивается быстрое высыхание отпечатка, получается более насыщенная печать черного и равномерный живой цвет.

Экологичная офисная бумага **Nautilus Super White** оптимизирова-

лизованных бумаг, таких как Маджетик.

Специально для компании «Европапир» Андреа Фавини разработал уникальные цвета металлизированной коллекции **GLAMOUR**, все эти цвета уже доступны на наших складах. Коллекция металлизированных бумаг **GLAMOUR** от Favini – это коллекция немелованных бумаг, состоящих из первичных волокон; небеленая; в различных цветах.

Сфера применения бумаг из коллекции **GLAMOUR** весьма разнообразна, ее можно использовать в качестве материала для подарочной упаковки, современных этикеток, книжных обложек, промо материалов, визиток, открыток и многого другого.



Серия фотобумаг для цифровой печати **E-PHOTO** пополнилась новыми граммажами. Теперь **E-PHOTO LUSTER** доступна в плотности 290 грамм. И ассортимент **E-PHOTO Metallic** пополнился плотностью 280 грамм. Благодаря нашей линейке **E-PHOTO** все больше фотоальбомов печатаются в цифровых типографиях на фотобумагах, и мы рады, что помогаем сохранить людям воспоминания о лучших моментах их жизни на качественной фотобумаге.

Наша линейка самоклеящихся материалов также заметно подросла, и теперь вы можете приоб-

рести у нас самоклеящийся картон для цифровой печати **Lasergloss Board** плотностью 276 грамм, мелованную бумагу с непрозрачным оборотом **Lasergloss Opaque** плотностью 189 грамм. Бумага **Lasergloss Opaque** поможет вам скрыть устаревшую информацию или исправить ошибку, благодаря непрозрачному обороту старая информация будет надежно заклеена.

Одна из самых популярных среди самоклеящихся пленок – белая матовая пленка **PolyLaser Matt White** – стала доступна с двумя новыми клеями – экстрасостоянным и легкосъемным.

Компания «Европапир» понимает, что все больше и больше этикеток печатаются в цифровых типографиях, этикетки становятся персонализированными или каждая этикетка печатается с уникальным и неповторимым рисунком, именно поэтому наш ассортимент пополнился самоклеящейся бумагой с тиснением верхе для создания этикеток премиум качества.

И это только начало. В этом году нас ожидает еще много новинок, и мы обязательно вам о них расскажем.

По материалам компании
«Европапир»

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

Работа с заботой

На страже качества

Компания Matkim взяла за вектор развития видение и миссию, сформулированные ее основателем Салихом Энжином Йилмазом. Речь вновь идет о заботе о клиентах. Как результат: компания достигла рубежа своего полувекового юбилея. Компания Matkim имеет наибольший объем производства полиграфической химии в Турции.

В 2009 году компания Matkim вступила в членство немецкого института Fogra. В 2011-2012 годах награждена как предпочитаемый производитель химии по итогам интернет-голосования журнала «Печатная техника». Это лишь малые заслуги за 50-летнюю исто-

«С уважением и заботой о вас» – фраза, с которой обращаются к заказчикам и коллегам сотрудники «ОктоПринт Сервис», стала визитной карточкой, девизом компании. Действительно, миссия компании – желание помочь клиентам и сделать их работу эффективнее, комфортнее, безопаснее. В этом сезоне компания «ОктоПринт Сервис» открывает новые горизонты и предлагает новое решение: химию турецкой компании Matkim. Эксперты отрасли называют материалы данной марки «нанохимией». Да, звучит громко, но это название оправдано. Чем? Сейчас разберемся.

рию. Обратимся к числам, они, как известно, красноречивее слов. Общая территория в головной компании занимает 4200 м², а производственная мощность составляет 5280 тонн/год. 62 – столько точек

продаж в Турции. Вся продукция соответствует стандарту.

Компания Matkim акцентирует свое внимание на честности по отношению к заказчикам и безопасности продукции.

MRD – 300 ROLLEX – очищающее и восстанавливающее средство для валиков и полотен



Состав	Смесь углеводов и растворителей
Вид	Красновато-коричневая прозрачная жидкость
Точка воспламенения	>23°C TCC
Запах	Специфический

Применение

Rollex – уникальный продукт для полотен и валиков. Защищает от набивания бумажной пыли на полотнах и валиках, глубоко очищает и восстанавливает резиновый слой.

Область применения

ПОЛОТНА: с добавлением или без добавления воды очищают и регенерируют поверхность полотна и очищают от частиц засохшей краски и следов предыдущего тиража. ВАЛИКИ: нанесите MRD – 300 ROLLEX на верхний валик на 3-6 минут и запустите машину на низкой скорости. Промойте водой.

MRD-100 – очиститель кальциевых отложений

Состав	Смесь неорганических кислот
pH	>1 Точка воспламенения N.A.
Точка кипения	N.A.
Запах	Специфический

Применение

MRD 100 очищает отложения кальция и магния, которые образуются из остатков бумажной пыли и увлажнения в красочной и увлажняющей секциях. Помогает поддерживать баланс краска-вода. Предотвращает изменение цвета во время печати.

Область применения

После смачивания валиков растворителем Matkim нанесите MRD-100 на валики на 3-6 минут и запустите машину на низкой скорости. Спустя несколько минут очистите поверхность водой. При еженедельном применении повышается качество переноса краски.

ДОКТОР X – чистящее средство для печатных машин

Вид	Светло-желтая, прозрачная жидкость
pH	7,0 (+1,0)
Запах	Лимонный
Растворимость	Растворим в воде
Плотность	0,90 г/см ³ (+0,05)
Точка воспламенения	>60°C

Применение

Распылить ДОКТОР X на загрязненный участок и подождать до размягчения загрязнения. Затем очистите поверхность губкой, тряпкой или струей воды. Промойте водой, чтобы удалить загрязнения. Готовое к использованию средство при необходимости можно развести водой.

Область применения

Чистящее средство для всех типов поверхностей. ДОКТОР X эффективно очищает краску и масло. ДОКТОР X имеет приятный запах, очищает водорастворимые материалы, такие как гум и остатки бумаги.

ADAM – очищающее средство для валиков



Вид	Прозрачный, бесцветный гель
pH	N.A.
Запах	Специфический
Растворимость	Растворим в воде
Плотность	1,05 – 1,10 гр/см ³ (20°C)
Точка воспламенения	>60°C

Применение

После очистки валиков с помощью очистителей Matkim (SL40 или SL60) добавьте достаточное количество средства на верхний валик. Дайте средству 5-6 минут, чтобы начать действовать, запустив машину на низкой скорости. После этого опустите ракельный нож (Doctor Blade) и промойте большим количеством воды. При еженедельном применении повышает качество печати.

Область применения

ADAM раскрывает поры печатных валиков, закупоренные отложениями кальция и остатками бумаги. Помогает очистить засохшую краску. Обеспечивают лучший перенос краски. Предотвращает изменение плотности краски из-за кальция. Увеличивает срок службы валиков при регулярном применении.

С уважением и заботой о вас,
технологическая служба компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»
www.oktoprint.ru



huber
group
www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

Москва +7 (495) 789-80-81
Санкт-Петербург +7 (812) 407-38-78
Екатеринбург +7 (343) 243-52-16
Ростов-на-Дону +7 (863) 322-11-40
Новосибирск +7 (383) 383-50-58
Самара +7 (909) 370-67-89
Тверь +7 (964) 630-99-81
Нижний Новгород +7 (831) 260-14-25



ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

ПЕЧАТНИК.com – крупнейший в России портал по полиграфии и упаковке. Аудитория свыше **80.000** пользователей в месяц, более **8.000** зарегистрированных компаний

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

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
УЖЕ СЕЙЧАС!**



Сайт: <http://pechatnick.com/>
Email: info@pechatnick.com
Телефон: +7(812)702-56-15



САНТАЙ

УСЛУГИ:

- Изготовление и обрезинивание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рифлённых валов

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

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

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



Митак-Урал

- ▶ UV-ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СОЛЬВЕНТНЫЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ▶ ЗИП И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

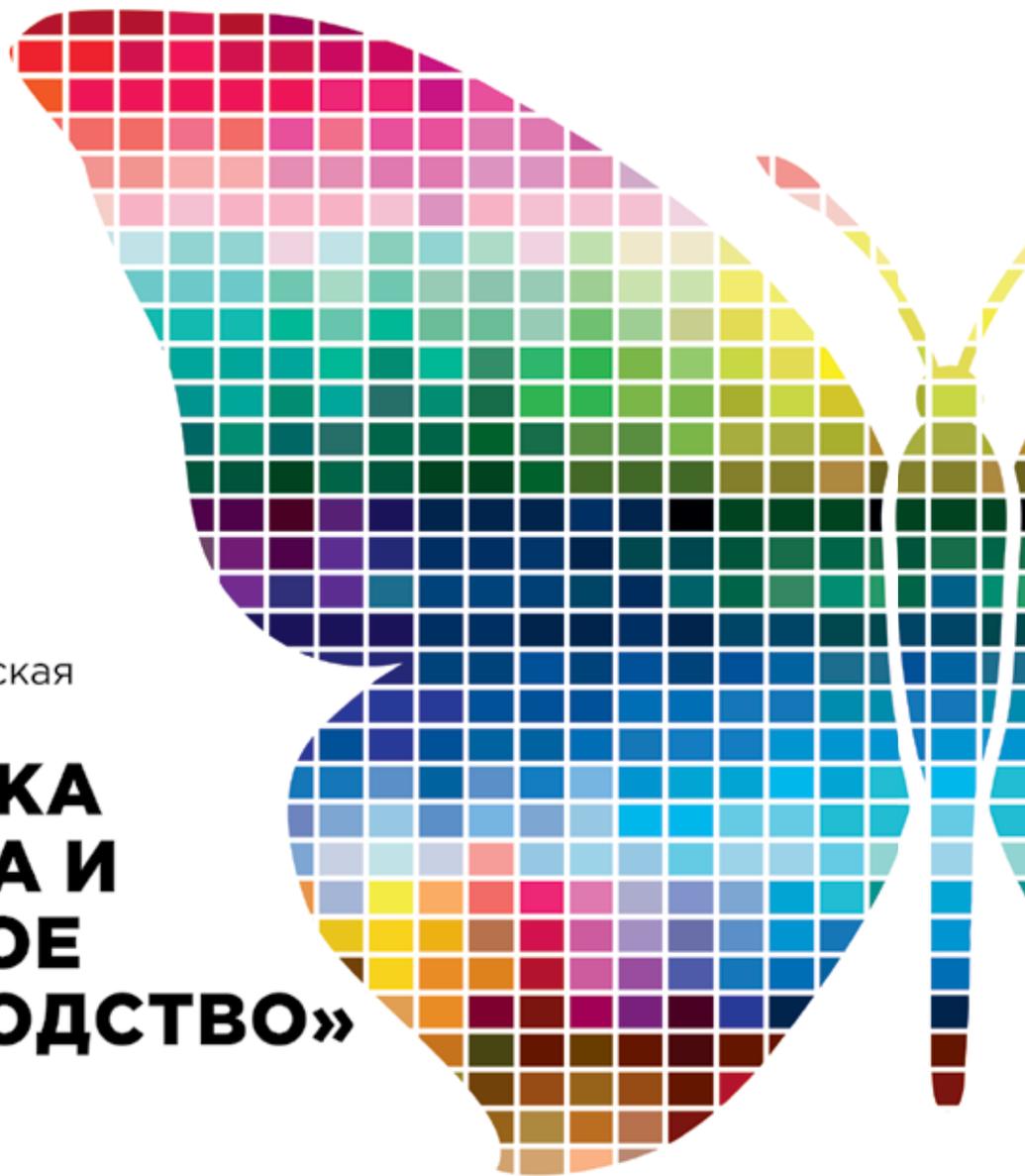
Тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: mimakiural@mimakiural.ru
www.mimakiural.ru





**20-22
сентября
2018**

**Баку, Азербайджан
Boulevard Hotel Baku**



1-я Азербайджанская
Международная

**ВЫСТАВКА
«РЕКЛАМА И
ПЕЧАТНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО»**

www.adprint.az



Организатор
Тел. : +994 12 447 47 74
Факс : +994 12 447 85 58
E-mail : adprint@ceo.az

RAPIDA

75 PRO

76

Индивидуальность для вас.

Машины формата B2 от Koenig & Bauer

Надежно, удобно и эффективно: наши машины в формате B2 полностью соответствуют Вашим потребностям. Убедитесь в универсальности применения машин Rapida половинного формата и получите свое уникальное решение для эффективного производства.

Посмотреть сейчас: b2.kba.com

1
8
200 years
Koenig & Bauer
1
1
0
2



000 «КБА РУС»
+7 495 782 13 77, kba@kba-print.ru
www.kba-print.ru

KOENIG & BAUER