

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат Nº1 (141)-2020

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА Невероятные показатели, или Печать о	сборными тиражами2
ИНТЕРВЫП	
Дмитрий Шведов и Дмитрий Мокин, Хего	у Еврапия
	лх сыразин гля ведения прибыльного бизнеса» 6
Илья Князев, российское представительс	•
7.1	гво луга ет мускулы10
Екатерина Макеичева, Олег Красноборов	, ,
Ассоциация «Экология печати»	, laibhna idinmoba,
	еляющий будущее индустрии12
Юрий Уколов, «Гейдельберг-СНГ»	еляющий оудущее индустрии 12
	ение лидерских позиций
о отрыве от колкурентов, или сохране	ние лидерских позиции
ОБОРУДОВАНИЕ	
РДПУП «Минская типография»	
, ,	х сложных видов продукции» 16
000 «Компания «БиДжи»	
Как спрогнозировать спрос, или Риски	сформировавшегося рынка22
ШИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ	
Компания АВТЕЕЛЛ	
Экспертное агентство, или Мастерская	творческих решений26
Издательство ДВГМУ	F F
	ское подразделение ДВГМУ 30
Обложка отпечатана на бумаге «Омела» (1	•
Реклама в номере:	Bobst
Реклама в номере. Альфа-Дизайн	
ВИП-Системыклапан, 21	
RMГ-Трейл 31	huberaroup 3

Agfa 11 Учредитель Издательство «Курсив»

ОктоПринт Сервис клапан

Ситипринтвкладка

Терра Системы..... клапан

Фабрика офсетной печати. вкладка

Генеральный директор А.Ч. Амангельдыев Исполнительный директор Н.В. Шапинова Ответственный секретарь Л.В. Артемова Зам. ген. директора по маркетингу и рекламе Е.А. Маслова

Журнал «Формат»:

Главный редактор А.Ч. Амангельдыев Зам. главного редактора М.Ю. Беляева Ведущий редактор Н.А. Шлыкова Корректор О.В. Улантикова

Адрес редакции:

129226, Москва, ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6 Тел.: (495) 617-66-52 E-mail: kursiv@kursiv.ru www.kursiv.ru

Koenig&Bauer 25

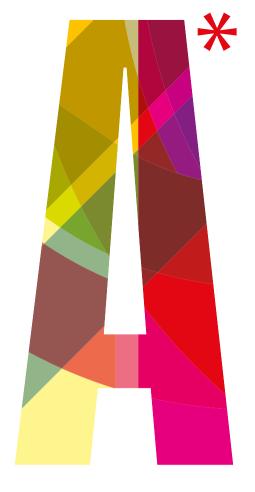
NCL клапан. 2-я обл.

© Издательство «Курсив»

Все права защищены Отпечатано в Viva-Star Тел.: (495) 780-67-05 Тираж 7000 экз.

ВНИМАНИЕ!

Воспроизведение материалов или их фрагментов без разрешения редакции запрещено. За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет



Изготовим любую рекламнокоммерческую полиграфию, книги и альбомы в твердом переплете на современном оборудовании на самом высоком уровне качества.

Красочно.

Полиграфия

Коммерческая—4+4; 5+5 on-line Hi-End—10+лак on-line

Переплетно.

Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;
Фальцовка—«оконный фальц», микрокассеты;
ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;
Шитье нитью—корешок до 52 см,
альбомный спуск, шитье «на марлю»
для объемных изданий;
Переплеты—№ 5, № 7, «французский»,
переплет с кругленным углом.





силу своей профессиональной деятельности у нас есть возможность посещать типографии в самых разных городах и странах, знакомиться с их опытом работы. Довольно часто после посещения зарубежных типографий остаются вопросы, связанные с организацией их бизнеса, а озвученные руководством компаний экономические показатели зачастую кажутся недостижимыми.

В декабре прошлого года нам довелось побывать в типографии FlyerAlarm, объединяющей под общим брендом 10 типографий по всей Германии. Представителям российской делегации в компании рассказали о приемах и методах своей работы и предоставили цифры, связанные с бизнесом. Однако у отечественных полиграфистов эти показатели вызвали некоторое недоверие.

Мы решили вникнуть в специфику бизнеса данной типографии и убедиться, насколько предоставленные цифры реальны и возможно ли в принципе выстроить работу полиграфического предприятия так, чтобы добиваться высоких показателей печати.

Впечатляющие цифры

Под торговой маркой FlyerAlarm скрывается сервис по сбору и исполнению полиграфических заказов. Компания уверяет, что обрабатывает за один рабочий день до 17 тыс. заказов!

Реально ли офсетной типографии выполнять по 600 заказов в день на каждой машине? Опыт зарубежных полиграфических предприятий показывает, что в этом нет ничего сложного. Главное — правильно организовать работу по сбору заказов, их комплектованию, администрированию, производству и дальнейшей логистике

Цифра не просто впечатляющая — она кажется абсолютно нереальной. Даже с учетом того, что в группу FlyerAlarm входит 10 типографий (чтобы удобнее было распределять заказы на печать как можно ближе к получателю), выходит, что каждая типография должна выполнять до 1700 заказов в день. В это верится с трудом. Поэтому попробуем разобраться в вопросе подробнее.

Для нашей оценки возьмем часть информации, которую нам предоставили на предприятии. В 10 типографиях FlyerAlarm работают 29 печатных машин (к слову, в типографии, которую мы посетили, установлено 5 печатных машин большого и сверхбольшого формата). Общий годовой объем производства в деньгах всех типографий группы составляет 160 млн евро. Компания специализируется на выполнении простых заказов – визиток, бланков и, в первую очередь, флаеров - малоформатных листовок для массового распространения (что следует из названия группы типографий). Средний тираж продукции — 250-500 экз., хотя немало тиражей в районе 100 шт. Например, вся группа типографий печатает в день до 4 млн визитных карточек, а общий объем достигает, как уже было сказано выше, 17 тыс. заказов в день.

В процессе посещения типографии сформировался ряд вопросов, которые вызывали, на первый взгляд, сомнения в достоверности. Попытаемся их сформулировать, а затем на них и ответить.

- Как удается обработать за день такое большое количество заказов, используя всего 29 печатных машин? Получается, что на одну машину приходится около 600 заказов в день. И это при том, что при посещении типографии мы не обнаружили суеты и спешки, работа шла вполне спокойно, если не сказать лениво.
- Сколько же бумаги нужно переработать, принять и отгрузить? К типографии должны непрерывно подъезжать и отгружаться трейлеры с бумагой и продукцией. А этого мы не заметили: за время нашего посещения во дворе стоял всего один трейлер, с которого сгружали бумагу.
- За какое время нужно выполнить печать заказа, чтобы успеть за день изготовить те самые 600 заказов, которые приходятся на одну печатную машину? Если считать «в лоб», то при 24-часовой работе на один заказ нужно тратить не более 2,5 мин. И это на машинах большого формата!
- Насколько реально получить годовой оборот в 160 млн евро на дешевой малоформатной продукции?

Формат №1-20

■ Как доставить клиентам такое количество заказов в день и как это администрировать?

Сборный тираж

И все же попробуем углубиться в вопрос. Способ, которым типография пользуется для изготовления продукции, называется «печать сборными тиражами». Один флаер – продукция малоформатная, на обычном офисном листе А4 их может разместиться от 1 до 4 шт в зависимости от типа. А на листе печатной машины большого формата – до 30 шт. При этом в типографии, в которой мы побывали, из пяти машин три были сверхбольшого формата 140х164 см, и на листе такой машины успешно размещается уже до 120 флаеров. Смысл печати сборными тиражами состоит в том, что на одном листе размещаются до 120 разных флаеров, то есть до 120 разных заказов (!). А при совмещении печати флаеров и визитных карточек на одном листе может быть и больше разных заказов. В типографии нам сказали, что считается вполне нормальным, когда на одном листе размещается около 60-80 заказов, а в ряде случаев их число может доходить до 150 на одном листе при среднем тираже 300 экз.

В результате ситуация меняется кардинально. Типографии на одной машине нужно отпечатать вместо 600 разных заказов всего 10–15 сборных листов в день, каждый из них с двух сторон, средним тиражом 300 экз., что не составляет большого труда. На это способна практически любая типография, в том числе и в России. Именно поэтому в FlyerAlarm работали вполне спокойно.

На предприятии работают самые современные печатные машины, оснащенные системами автоматической приладки и настройки краскопереноса первые 35-50 листов. В итоге 50-й и далее лист считается продаваемым. Разумеется, в типографии много и других заказов, когда на одном листе размещается существенно меньше разных заказов. Более того, есть и многостраничная продукция, которая требует спуска полос в один или даже несколько печатных листов. Но даже в этом случае большой проблемы с исполнением заказов не будет. Полностью автоматизированная приладка на машине большого формата требует не более 10 мин, печать 300 экз. – еще пару минут. Таким образом, за час можно легко отпечатать 4 листа, то есть 2 полноценных больших спуска с двух сторон. Впрочем, в типографии есть и восьмикрасочные машины, что еще больше упрощает задачу. За восемь рабочих часов печатник способен на одной машине отпечатать до 16 полных листов, на которых может быть размещено до 1200 типовых заказов, а на пяти увиденных нами печатных машинах - до 6 тыс. заказов за это же время. На всех машинах группы FlyerAlarm - до 35 тыс. за-

казов (!). Так что до предельно возможной производительности группе типографий еще очень далеко. Они могут отпечатать весь свой дневной объем заказов (17 тыс.) за полсмены.

Теперь попробуем разобраться, сколько на это нужно бумаги? Тираж типового флаера в 300 экз. на бумаге 150 г/м² весит около 1 кг. Если распределить все заказы поровну, то типографии нужно печатать на пяти машинах около 3000 заказов в рабочий день. Проще говоря, переработать 3 т бумаги. С учетом приладки и возможного брака возьмем 4 т бумаги. По меркам многих типографий, даже российских, это очень скромный объем материала.





ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

www.hubergroup.ru

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 ЭКОНОМИКА

Весь объем бумаги легко перевезет один средних размеров грузовик или три «газели». Поэтому большого количества транспорта мы там и не видели.

Далее попробуем посчитать самую сложную часть финансовую. При обороте типографии в 160 млн евро за год на один рабочий день приходится около 440 тыс. евро. А если разнести это на число заказов, то на каждый типовой заказ приходится по 22-25 евро. То есть условный комплект флаеров тиражом 300 экз. должен стоить заказчику не более 25 евро. Кажется, что это не очень много, и при изучении цен на полиграфическую продукцию в Германии аналогичное изделие окажется несколько дороже, примерно 35-40 евро. Средняя цена по России за аналогичный продукт также окажется несколько выше 25 евро (беглый анализ показывает цену примерно в 35-45 евро). Впрочем, и у нас есть типографии, которые могут уложиться в те самые 23-25 евро, хотя есть и те, которые готовы запросить и около 100 евро. Что же получается: типография в Германии работает себе в убыток? Отнюдь. Использование технологии печати сборными тиражами позволяет снизить себестоимость продукции в разы. Подробнее в справке ниже. Мы точно не можем знать, какова себестоимость изготовления флаера в типографиях FlyerAlarm, но если руководствоваться рассуждениями, приведенными в справке, то себестоимость составляет примерно 10-15 евро при типовом тираже. Еще какую-то сумму нужно заложить на резку и упаковку (около 2-3 евро). Таким образом, общая себестоимость комплекта флаеров вряд ли превысит 17-19 евро. Так что у типографии очень неплохая норма прибыли (больше 20%). Конечно, нужно еще часть денег добавить на фиксированные затраты, доставку тиража и т. д. Тем не менее расклад вполне правдоподобен. Типография может уверенно работать на низкой себестоимости, выдавая на рынок продукцию в среднем на 20-30% дешевле других типографий. Это обеспечивает большой поток заказов.

Наконец, последний вопрос — как доставлять и администрировать такой объем заказов? Все предельно просто: заказчик, присылая заказ в типографию, сам вводит адрес доставки. Его нужно лишь распечатать и разместить на упаковке тиража. Два-три раза в день приезжает грузовичок из «Почта Германии» и забирает



Это фотография одного из печатных листов сборного тиража флаеров. Наглядно видно, что на одном листе умещается примерно 30—32 разных заказа. Некоторые из них размещены на листе по 2, 3, а какие-то и 5 раз. Таким образом, регулируется тиражность. Отпечатав типовые 200 листов, можно получить тиражи продукции в 200, 400, 600, 800 и 1000 экз. Белое поле в середине листа означает, что продукция односторонняя (изображение расположено на обороте)

продукцию. Дальше ответственность по доставке тиража лежит на транспортно-логистической компании.

Таким образом, ничего принципиально сложного и фантастического в типографии нам не показали. Самое интересное находится в головной компании FlyerAlarm, которая собирает многие тысячи заказов в день, формирует спусковые листы большого формата и отправляет их по типографиям своей группы. Все это делается при помощи мощной системы web-to-print, автоматической системы формирования спусков, развитой системы учета и администрирования и других ІТ-технологий. Плюс к этому используется ряд интересных технологических решений, упрощающих работу печатников и специалистов по послепечатным процессам. Всего этого нам, к сожалению, не показали, но некоторые зачатки процесса автоматизированного сбора заказов и подготовки их к производству довелось видеть в других типографиях, кое-что удалось выяснить в частной беседе. Попробуем поговорить об этом в следующих номерах журнала.

Ч.

Себестоимость печати при сборных тиражах

Для примера возьмем печать на машинах формата 70х100 см. Такие машины в России существуют в большом количестве, имеется опыт их использования, а финансовые вопросы их эксплуатации вполне понятны. В настоящее время стоимость приладки на такой машине составляет в районе 120-150 евро, а один листопрогон стоит около 2 евроцентов. Для двусторонней печати нужно две приладки (или «одна с небольшим», если печатать «своим оборотом»). Так что, если печатать флаеры по одному, разложив их на листе, продукция окажется очень дорогой. На листе формата 70х100 см разместится около 16-20 типовых флаеров, то есть указанный в статье тираж в 300 экз. можно отпечатать, используя 15 листов бумаги и две приладки. Плюс, не менее 60 листов на приладку и выход на цвет. Стоимость такого тиража окажется никак не меньше 300 евро (или 160-180 евро при «своем обороте»), что можно считать запредельной ценой.

Другое дело, если все 20 флаеров на листе будут разными. Понадобится несколько больше бумаги (300 листов на тираж плюс 60–70 на приладку) и чуть больше денег на листопрогоны (15 евро). В результате каждый флаер обойдется всего в 16–17 евро. Несоизмеримо с традиционной технологией печати! При использовании «своего оборота» удастся напечатать 10 флаеров, и они окажутся чуть дороже 17–19 евро.

При уменьшении формата печатной машины падает и стоимость приладки, но не линейно. К тому же усложняется размещение флаеров на листе. На листе формата 36x52 см удастся разместить лишь 4 типовых флаера, а приладка будет стоить около 40–50 евро. То есть флаер даже при печати сборным тиражом окажется дороже того, который отпечатали на машине большого формата. Аналогичная зависимость существует и при увеличении формата печати. Чем больше лист, тем больше разных флаеров можно на нем разместить, и тем дешевле они получатся. При удвоенном листе 70x100 см (то есть 100x140 см) уже уместится не 2x20, а 44 флаера. Именно поэтому типографии, входящие в группу FlyerAlarm, используют машины сверхбольшого формата.

#SmartPrintShop*





ZERO DEFECT PACKAGING **

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

- * "Умная типография"
- ** Произволство упаковки без лефектов
- *** Просто. Умно





000 «Гейдельберг-СНГ» 125493 Москва, ул. Смольная, д. 14 Тел. +7 495 995 04 90, Факс +7 495 995 04 91 HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru интервью

«Мы готовы дать рынку инструменты для ведения прибыльного бизнеса»



Дмитрий Шведов, руководитель отдела продаж промышленного оборудования Хегох Евразия



Дмитрий Мокин, менеджер по отраслевому маркетингу, Хегох Евразия

компании Хегох Евразия отмечают по итогам 2019 г. высокий уровень интереса со стороны полиграфического рынка к промышленным решениям компании в области цифровой печати. Это нашло отражение в десятках новых инсталляций и послужило началом развития новых направлений работы компании, нацеленных на поддержание и сопровождение успешных продаж оборудования.

Ф: Почти год прошел с момента нашей предыдущей встречи. Тогда речь шла о пересмотре тактики ведения бизнеса компании Хегох на российском рынке, в том числе о новом позиционировании линейки цифровых машин. Как вы оцениваете сегодня результаты проделанной работы?

ДШ: Надо сказать, что все озвученные нами тогда планы материализовались. Итоги прошедшего 2019 г. оказались даже более оптимистичными, чем мы ожидали. В классе тяжелых машин — Xerox Iridesse Production Press и Xerox Versant 3100 Press — мы превзошли план и по количеству инсталляций, и по финансовым показателям. В общей сложности с момента запуска продаж в конце 2018 г. Xerox Iridesse Production Press в России и СНГ установлено уже более 15 таких машин. За 2019 г. также продано более 10 машин Xerox Versant 3100 Press. Успех продаж мы связываем

прежде всего с тем, что нам удалось детально проанализировать возможности оборудования и проработать целевые группы, которым данное оборудование может быть интересно. Например, по-

Выстроенная инфраструктура бизнеса, наличие технологических решений и грамотное позиционирование оборудования позволили Хегох Евразия добиться высоких результатов по итогам года

мимо коммерческого сегмента, машина Xerox Versant 3100 Press прекрасно встает в типографиях высших учебных заведений. Машина справляется с любыми нагрузками и уровнем сложности полиграфических работ, при этом по финансовым условиям приобретения является выгодным решением по сравнению с более «тяжелой» цифрой.

Открытием прошлого года стали для нас и возможности Xerox Iridesse Production Press, которые в полной мере раскрылись после того, как машина попала в реальные производственные условия. Благодаря этой машине мы приобрели новых для себя заказчиков, которые раньше не работали на обору-

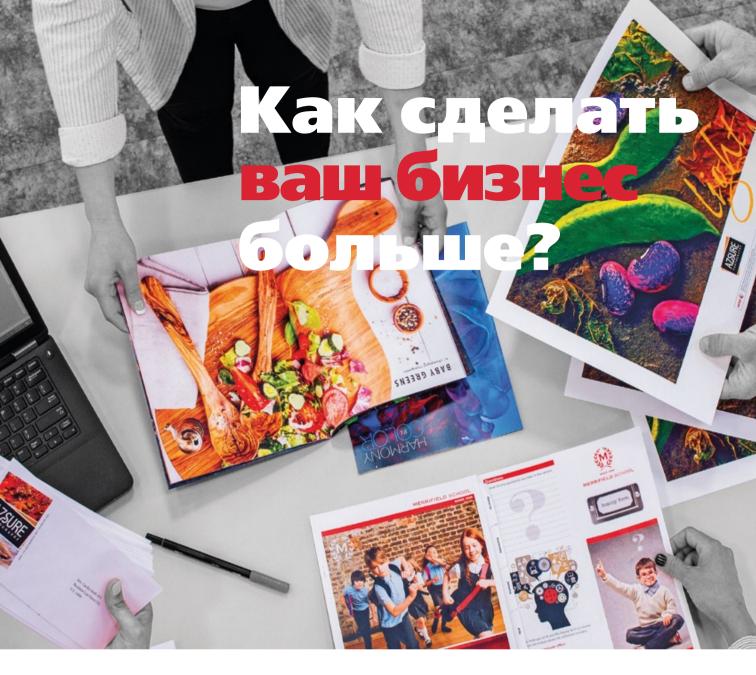
довании Хегох. Более того, в числе этих клиентов оказались типографии, которые умеют интенсивно загружать оборудование. В этой связи мы теперь можем смело позиционировать Xerox Iridesse Production Press как машину, которая не только имеет уникальные достоинства в виде наличия дополнительных цветов, но и способна стабильно изготавливать 200—400 тыс. отпечатков в месяц.

Ф: Одним из озвученных вами направлений работы было создание обучающего курса для владельцев оборудования Хегох. Удалось ли подготовить такую программу обучения?

ДМ: Да, мы возобновили такой курс после долгого перерыва. Он предполагает вовлеченность в процесс как сотрудников отдела продаж и отдела маркетинга компании Хегох, так и специалистов со стороны заказчика - операторов печатного участка, менеджеров по работе с клиентами. Глобально задача этого курса – познакомить типографию с подходами ведения цифрового бизнеса, раскрыть технические и технологические особенности оборудования и главное - научить использовать их в повседневной работе. Первым клиентом, с которым мы реализовали такое мероприятие, стала типография «Радуга», пополнившая в прошлом году число владельцев Xerox Iridesse Production Press. Вовлеченность в процесс специалистов из разных подразделений обеспечила мощный импульс по правильному и быстрому освоению оборудования: технологические консультации, тестирование запечатываемых материалов, варианты использования дополнительных возможностей, обучение обслуживанию машины и т. д.

ДШ: Данный курс нацелен прежде всего на отдел продаж типографии. С нашей стороны мы даем направление, понимание, конкретные примеры использования возможностей оборудования, а задача заказчика – суметь найти точки их применения. Еще во время обучения мы увидели, как это работает, когда специалист отдела продаж типографии уже на следующий день смогла применить полученные знания и предложила заказчику заменить традиционные технологии отделки на возможность печати на Xerox Iridesse Production Press с использованием дополнительного цвета. В итоге предложенный вариант получился быстрее и дешевле с точки зрения производства.

6





Цифровые печатные машины Xerox.® Делайте больше с гибкими технологиями, помогающими росту бизнеса.

www.xerox.ru



ИНТЕРВЬЮ

Ф: Насколько известно, интересные обновления произошли в линейке «легкого» оборудования Хегох. Повлияет ли это на увеличение их продаж?

ДМ: Действительно, серия самых младших из наших «рабочих» лошадок — Xerox Color C60/70 — претерпела ряд обновлений, ей на смену приходит модель Xerox Primelink C9070. Кроме того, теперь есть возможность переоборудования этих машин для использования дополнительных цветов (золото, серебро, белый, прозрачный). В конце прошлого года мы продемонстрировали новые функции оборудования на нескольких мероприятиях. В нашем демозале подобная машина тоже есть, и мы проводим тесты и демонстрации для заказчиков. Надо сказать, что со стороны рынка мы наблюдаем большое любопытство к обновленным машинам этой серии. История переоборудования небольших машин для печати с дополнительными цветами укладывается в парадигму того, что эти возможности доступны для цифровой печати и позволяют получить продукцию с добавленной стоимостью относительно просто и оперативно.

Что касается увеличения продаж, то количество инсталляций в сегменте «легкого» оборудования соответствует нашим ожиданиям. Доля машин Xerox Color C60/70 и Xerox Versant 180 Press на рынке и так велика, поэтому на заметное расширение присутствия рассчитывать сложно. Однако при наличии достаточно плотной конкуренции мы в 2019 г. увеличили количество установленных машин и сохранили позиции, которые у нас были в данном сегменте.

Ф: В свете успешных инсталляций Xerox Iridesse Production Press практически ничего не слышно об установках Xerox iGen. Что можете сказать о флагмане вашей линейки?

ДМ: Успех, который обеспечила машина Xerox Iridesse Production Press, вернул на рынок понимание, что большая машина — это не совсем то же самое, что несколько маленьких. У нас есть примеры, когда Xerox Iridesse Production Press инсталлировали рядом с Xerox iGen. И в такой ситуации становится понятно, что Xerox iGen имеет ряд преимуществ по сравнению не только с Xerox Iridesse Production Press, но и с любой другой цифровой печатной техникой, представленной на рынке. В частности, когда в типографии имеется большой объем печати на плотных или фактурных материалах, Xerox iGen вне конкуренции. Поэтому в этом году мы ожидаем, что в продвижении данной модели произойдут определенные подвижки.

ДШ: Особенность Xerox iGen в том, что типографиям, которые приобрели данную машину и выстроили под нее свой бизнес, сложно поменять ее на что-то другое – производительность Xerox iGen на сложных работах очень сильно отличается от любой другой машины. Если бизнес типографии с этой машиной успешен, то выбор - только в пользу следующего Xerox iGen. В случае же, когда на одном производстве встречаются Xerox iGen и Xerox Iridesse Production Press, получается мощная связка. Каждая из двух машин дает маркетинговое преимущество над конкурентами. Одна обеспечивает дополнительные цвета и при этом умеет печатать на плотных материалах, другая ориентирована на печать увеличенных форматов и больших объемов продукции. Xerox iGen — единственная машина. которая специально создана для беспроблемной работы с любой плотностью картона и печати на фактурных бумагах.

Ф: Имеется ли у вас перечень рекомендованных материалов, которые можно использовать на оборудовании Xerox?

ДМ: С появлением Xerox Iridesse Production Press, которая хорошо приспособлена для печати на сложных материалах и обладает возможностью использования металлизированных красок, мы развернули широкую работу в своем демозале по тестированию доступных на российском рынке материалов для цифровой печати (в частности, плотных картонов, фактурных и окрашенных в массе бумаг) и разработке рекомендаций для наших заказчиков, которые будут применять эти материалы. В наступившем году мы планируем дальнейшее расширение этой деятельности. Также продолжается разработка технологических рекомендаций по использованию дополнительных цветов на разных материалах.

Ф: У компании Хегох большие успехи не только в продажах промышленных цифровых машин, но и оборудования струйной технологии печати. По крайней мере, известно о нескольких крупных инсталляциях.

ДМ: Пожалуй, такого успешного года по продажам машин струйной печати еще не было в истории Хегох Евразия. В прошлом году в ОАО «Издательство «Высшая школа» (Смоленский полиграфический комбинат) была установлена высокопроизводительная «двухголовая» машина Xerox Impika Evolution, которая позволяет запечатывать за один прогон обе стороны бумажного полотна. Еще три струйные цифровые машины были инсталлированы в компании «Формс технолоджи», одного из лидеров по изготовлению и доставке платежных документов в России.

Ф: Какие ожидания у вас от текущего 2020 г.?

ДМ: Мы взяли хороший темп в 2019 г., и сохранение его в 2020 г. — то, чего мы ожидаем. На сегодняшний день мы довольны достигнутыми результатами и тем положением на рынке, которое мы занимаем. Безусловно, у нас есть направления, в которых мы планируем развиваться, но это будет зависеть от общего состояния рынка и экономики.

ДШ: С точки зрения технологий, инфраструктуры и идеологии мы готовы дать рынку инструменты для ведения прибыльного бизнеса. Приоритетным направлением нашей работы будет продвижение на рынок цифровых машин промышленной печати — Xerox iGen, в том числе в паре с Xerox Iridesse Production Press. Учитывая возможности последней работать с плотными бумагами, а также создавать потрясающие эффекты, мы планируем продвигать ее на рынок производства упаковки.

ДМ: Надо сказать, что все инсталлированные машины Xerox Iridesse Production Press приобретены в максимальной конфигурации и оснащены модулями для работы с дополнительными цветами. Большинство заказчиков используют эти возможности, причем довольно много. По сути, Xerox Iridesse Production Press первая на рынке машина, у которой возможность печати дополнительными цветами (металликами, белым и прозрачным) реализована без снижения скорости работы и без увеличения времени на перенастройку. И если для изготовления рекламной продукции наличие дополнительных цветов и эффектов лакирования является возможностью получать продукцию с добавленной стоимостью, то для производства упаковки это в большинстве случаев начальное условие для ведения предметного разговора. С Xerox Iridesse Production Press у клиентов появляется перспектива изготавливать упаковку оперативно и с достаточной степенью эксклюзивности.

ДШ: Еще одним постоянным направлением нашей работы является поддержание партнерского канала. Речь идет о повышении квалификации специалистов, которые продают оборудование Xerox в России, создании мотивационной среды, проведении дополнительных мероприятий, направленных на то, чтобы наши партнеры не только обладали полной информацией о продуктовой линейке Хегох, но и чувствовали поддержку в плане продаж под руководством специалистов из центрального офиса. В прошлом году мы провели два многодневных тренинга и в этом году планируем продолжение.



25-я международная выставка упаковочной индустрии



Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

- 653 **УЧАСТНИКА**
 - 23 051 посетитель
- 36 CTPAH
- 79 РЕГИОНОВ РОССИИ

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

- Упаковочное оборудование
- Оборудование для производства упаковки
- Готовая упаковка и этикетка
- Сырье и материалы
- Складские системы
- NEW Транспортная упаковка
- NEW ◆ Оборудование для переработки упаковки
- NEW ◆ Печатное оборудование и материалы

БЕСПЛАТНЫЙ БИЛЕТ HA ROSUPACK.COM по промокоду:

rsk20iUKSR



ИНТЕРВЬЮ

Глобальные перемены: Agfa наращивает мускулы



Илья Князев, руководитель российского представительства Agfa [Москва]

рошлый год прошел для компании Agfa в ожидании перемен. Они затронули организационную структуру в целом и схему соподчинения офисов Agfa в разных странах мира. Итогом для представительства Agfa в России стал его переход в ведение территориального подразделения компании Agfa Graphics Asia (Гонконг), ранее отвечавшего только за работу в странах Юго-Восточной Азии. Что означают эти глобальные изменения и как они повлияют на деятельность Agfa в нашей стране, мы попросили рассказать главу российского представительства компании Илью Князева.

Ф: Илья, прокомментируйте, пожалуйста, что на самом деле произошло?

КИ: В конце прошлого года завершился процесс изменения региональной структуры компании Agfa, что стало вполне логичным шагом, направленным на оптимизацию и повышение эффективности работы компании на мировом рынке в целом и в России в частности. Исторически так сложилось, что в структуре географического деления Agfa существует отдел Direct Export, к которому относятся страны бывшего СССР, Турция, Израиль, Мальта, страны Ближнего Востока, вся Африка и Индия. По первоначальному замыслу этот отдел объединял территории, в которых не было собственных офисов Agfa, а вся деятельность велась только через местных партнеров и дилеров. Со временем в некоторых странах, относящихся к Direct Export, офисы Agfa стали открываться, однако географическая подчиненность сохранялась. По сути, этот отдел в какой-то момент перестал соответствовать своему изначальному замыслу, поэтому несколько лет назад часть стран, входящих в него, переподчинили европейскому офису. Так случилось с Россией и странами бывшего СССР, Южной Африкой и Ближним Востоком. У другой части территорий Direct Export появилась более сложная структура подчинения, что создало некоторые неоднородности в работе. Летом 2019 г. все эти рассогласования были устранены за счет того, что весь регион Direct Export перешел в ведение территориального офиса в Гонконге — Aqfa Graphics Asia.

Ф: Для чего это было сделано?

КИ: Дело в том, что страны, относящиеся по нашей внутренней системе деления к региону Direct Export, менее всех других защищены от ценовой конкуренции с китайскими производителями. Например, в Европе есть

Отныне российское представительство компании Afga напрямую подчиняется китайскому офису в Гонконге — Agfa Graphics Asia. Это позволило получить доступ ко всему ассортименту продукции, который производится на заводе Agfa в Китае

лицензионные ограничения, препятствующие ценовому демпингу со стороны китайских конкурентов, а в США действуют соответствующие таможенные барьеры. В России же и многих других странах таких ограничительных механизмов нет, что в итоге приводит к значительному ценовому разрыву между продукцией европейского и китайского производства. ственно, чтобы цивилизованно играть на одном конкурентном поле, нужны определенные рычаги управления. Решение нашли в том, чтобы все территории Direct Export перешли в ведение Agfa Graphics Asia. Суть в том, что у китайского подразделения Agfa есть собственные производственные мощности, которые технически и технологически являются аналогами европейских линий Agfa, но до настоящего времени продукция этих предприятий использовалась только для рынка Юго-Восточной Азии, что определялось соответствующим лицензионным соглашением. Случившиеся же изменения в структуре подчиненности территорий открывают странам региона Direct Export прямой доступ к этим заводам. Этот шаг в итоге позволил нам серьезно расширить ассортимент пластин, поставляемых на российский рынок.

Ф: Иными словами, теперь пластины Agfa будут завозиться из Китая?

КИ: Европейская продукция в нашем ассортименте сохраняется как и прежде, но значительно расширяется линейка китайских материалов. Несколько лет назад путем длительных переговоров нам уже удалось приоткрыть каналы поступления некоторых наших китайских пластин на российский рынок (речь идет о термальной пластине Agfa :Engage и полимерной Agfa :Aiyinda 904). Теперь же мы получили доступ ко всему ассортименту продукции, которая выпускается на заводах Agfa в Поднебесной. И это сильно меняет расклад на рынке. Несколько лет назад Agfa и завод Lucky HuaGuang Graphics Co. Ltd. объявили об альянсе, который заключался в объединении усилий по производству печатных форм в Наньяне. На заводе было выполнено переоснащение двух существующих линий под производство продукции Agfa, и сейчас запускается еще одна. Таким образом, производственные мощности Agfa в Китае увеличились весьма существенно. И это обстоятельство создало технический базис для территориальной экспансии продукции Agfa китайского производства в страны региона Direct Export. Ф: Как теперь будет выглядеть ассортиментный ряд пластин, предлагаемых Agfa на российском рынке?

КИ: Помимо традиционного ассортимента, который остается в полном объеме, у нас появились новые термальные пластины, которые составят заметную конкуренцию как китайским производителям, представленным в России, так и некоторым другим игрокам рынка. Во-первых, это новая беспроцессная пластина для технологии Direct-on-Press — Azalea ZP, предназначенная для коммерческой печати. Эта пластина не требует проявки после экспонирования — после установки формы в печатную машину копировальный слой с пробельных элементов

10

удаляется первыми листами бумаги при запуске тиража. Эти пластины можно использовать для печати как обычными, так и УФ-красками, в том числе высокореактивными. Первое серийное производство запускается в феврале 2020 г. Во-вторых, у нас появилась серия классических термальных пластин Agfa Aivinda серий 701, 702, 603 и 703. Они отличаются ценовыми и техническими характеристиками и покрывают весь сегодняшний диапазон потребляемых рынком традиционных термальных пластин. В-третьих, на заводе в Китае будет изготавливаться наша хорошо всем знакомая и самая популярная термальная пластина Elite Pro. И лишь пластина Elite Eco — флагманская в нашей линейке — будет производиться только в Висбадене. Ее преимуществом является высокая тиражестойкость (до 600 тыс. отт.) и стабильность работы (пластина не снижает своих характеристик во время печати тиража и работает до тех пор, пока не «умирает» одномоментно). Одними из крупных потребителей этой пластины в России является полиграфический комплекс «Пушкинская площадь», для которого именно эти технические характеристики пластины стали решающими в пользу их выбора по сравнению с конкурентными предложениями.

Ф: Как изменение ассортиментной линейки пластин отразится на работе ваших дилеров?

КИ: Сотрудничество с нашими дилерами не предполагает эксклюзивного партнерства и поставок на российский рынок исключительно продукции Agfa. По этой причине среди товарных позиций дилеров имеются пластины и других производителей, в том числе и азиатского происхождения. Сегодня в связи с расширением нашего ассортимента и открывшимися возможностями регулярных поставок продукции с заводов Agfa в Китаемы можем предложить конкурентную качественную продукцию и повысить интерес к линейке пластин Agfa со стороны дилеров. С февраля этого года на складе появятся промышленные партии новых пластин под дилерские нужды. Ассортиментный ряд получился достаточно логичным, в нем нет дублирований. Однако, безусловно, изменение линейки потребует времени, в том числе на проведение тестирований.

Ф: Как вы в целом оцениваете 2019 г.?

КИ: Весь прошлый год прошел в ожидании перемен — изменения структуры подчинения, обновления линейки продукции – и связанных с ними решением организационных и административных вопросов. В результате все процессы были урегулированы, и в новом году мы приступили к работе, имея новые ресурсы и механизмы влияния на рынок. В настоящее время мы имеем возможность более полно покрывать потребности наших клиентов в области допечатной подготовки, предлагая пластины всех возможных классов и категорий. Помимо расширения ассортиментного ряда и возможности конкуренции по цене с другими китайскими производителями, мы можем гарантировать высокий уровень производственных стандартов Agfa, контроль качества и соблюдение оригинальных технологий при изготовлении пластин. Что касается результатов года по широкоформатной печати, то они вполне соответствовали нашим ожиданиям. По правде говоря, мы надеялись, что этот рынок будет развиваться несколько быстрее, но даже на фоне не самой высокой активности рынка мы выполнили в 2019 г. все, что планировали. У нас по-прежнему наблюдается значительный рост в направлении широкоформатной цифровой печати, особенно в объеме поставок расходных материалов. Имеются и очень интересные новые инсталляции. Что хотелось бы отметить - если раньше нам приходилось доказывать рынку, что представляют собой широкоформатные принтеры Agfa, то сейчас они стали индустриальным стандартом, а Agfa - референсной компанией. Иными словами, теперь не нас сравнивают с кем-то, а других стали равнять по нам. И это обстоятельство имеет важное маркетинговое значение для нашей компании.



Модернизируйте Ваш Бизнес прямо сейчас

Agfa Graphics может сделать Ваши допечатные и печатные процессы более экономичными (ECOnomical), экологичными (ECOlogical) и более удобными (Extra COnvenient).

Мы обозначаем этот процесс как **ECO**³.

В итоге Вы получите больше прибыли за счет:

- Упрощенной обработки
- Снижения числа переделок форм
- Простоты работы с увлажнением
- Снижения макулатуры
- Снижения расхода краски

Переходите на ЕСО³ СЕЙЧАС

Подробности на www.eco3.graphics

115477, Москва ул. Кантемировская 58 тел.: (495) 234-21-04 www.agfa.com/graphics



_ИНТЕРВЬЮ

Осознанное потребление: тренд, определяющий будущее индустрии



Екатерина Макеичева, президент Ассоциации «Экология печати» [Москва]



Олег Красноборов, учредитель Ассоциации «Экология печати»



Татьяна Климова, учредитель Ассоциации «Экология печати»

конце прошлого года ряд поставшиков полиграфических материалов и решений выступили с инициативой создания некоммерческой организации — Ассоциации «Экология печати». Основную задачу организаторы видят в привлечении внимания типографий и популяризации темы бережного отношения к окружающей среде, выбору технологий, направленных на уменьшение негативного влияния на природу. Об актуальности вопроса со стороны отраслевых предприятий, а также миссии новой структуры и ближайших планах мы поговорили с представителями учредителей Ассоциации: Екатериной Макеичевой, Олегом Красноборовым и Татьяной Климовой.

Ф: Екатерина, почему возникла идея создать Ассоциацию, связанную именно с вопросами экологии?

EM: На самом деле, вопросы экологии в полиграфическом производстве давно

Вопросы экологии полиграфического производства — это не тренд, а осознанный выбор каждого, кто считает своей социальной ответственностью способствовать сокращению негативного влияния на окружающую среду. Для единомышленников, разделяющих данный подход к бизнесу, теперь есть информационная площадка — Ассоциация «Экология печати»

назрели в отрасли. Кроме того, актуальность экофокуса является уже общемировым трендом. Другое дело, что индустриальных движений и глобальных проектов, охватывающих всю производственную цепочку в нашей области, пока не так много. Есть организации, деятельность которых касается отдельных продуктов (бумага, например). Но нет движений со «сквозной» идеей, которая бы объединяла всю цепь — от производителей технологий до конечного

потребителя. Существует ряд производителей и поставщиков, предлагающих экологически ориентированные расходные материалы для полиграфии (краски, пластины, увлажняющие растворы, клеи, бумаги и проч.), которые обеспечивают снижение негативного влияния производства на окружающую среду и являются, как правило, инновационными продуктами, обеспечивающими не только экологичность производства, но и его эффективность. Подавляющее большинство ведущих производителей ведут свои разработки в направлении как экологии, так и экономической эффективности. Становится все больше и больше заказчиков наших типографий, для которых приоритетом в выборе партнеров становится их позиция в отношении экологии. И эта тенденция прослеживается во всех сегментах рынка.

Как лидеры любой другой индустрии мы чувствуем свою социальную и профессиональную ответственность за воздействие отрасли на окружающую среду. Поэтому наша работа в рамках Ассоциации по продвижению экологичных решений, популяризации этого тренда для нас очевидна и востребованна.

Одним из первых нашу идею поддержало детское издательство «Самокат» в лице его главного редактора и владельца Ирины Балахоновой. Для нее как человека, издающего книги для растущих поколений, крайне важно заложить фундамент принципов осознанного потребления как нормы поведения общества. Тот момент, когда всем участникам любого процесса выбора и потребления – от производства до конечного пользователя – будет важно, насколько производство того или иного товара пагубно влияет на окружающий мир, и станет одним из определяющих факторов выбора и позволит нам с большей уверенностью смотреть в будущее не только наше, но и других поколений.

Ф: Как это будет работать?

ЕМ: У Ассоциации зарегистрирован знак — символ «Экологии печати». Типографии, использующие одно или более из экологических решений, подтвержденных Ассоциацией, имеют право на размещение знака на выпускаемой продукции при согласовании с заказчиком. Такие типографии получают Сертификат, подтверждающий это право, актуальность которого можно будет проверить на нашем сайте в режиме

реального времени. Мы же несем ответственность и можем подтвердить документально факт экологичности применяемых типографией технологий, что является основанием для получения Сертификата Ассоциации. Размещение знака на выпускаемой продукции отражает позицию как типографии, так и его заказчика, ориентированную на бережное отношение к природе.

Знак Ассоциации уже можно увидеть на нескольких детских книгах издательства «Самокат», напечатанных в типографии ИПК «Парето-Принт» — одной из, пожалуй, наиболее современных полиграфических производств в отрасли. Другими словами, применяя экологичные технологии, типография дает возможность своему заказчику обозначить рынку свою социальную позицию в отношении экологии, что, безусловно, является конкурентным преимуществом как самой типографии, так и ее заказчиков.

Ф: Кто является учредителями Ассоциации и какие компании могут к вам присоединиться?

ЕМ: В числе учредителей и членов Ассоциации – компании, в портфеле которых представлены продукты, снижающие негативное влияние на окружающую среду. Сегодня в состав Ассоциации входят компании NCL, «Хубергрупп Рус», «ОктоПринт Сервис», а также «Издательство Курсив», выступающее информационным партнером. Безусловно, мы открыты и ориентированы на расширение членства и готовы к сотрудничеству с другими игроками рынка. Сейчас мы ведем переговоры с рядом компаний об их вступлении в Ассоциацию. Членами Ассоциации «Экология печати» могут стать любые поставщики и производители полиграфических материалов и оборудования, работающие на рынке, которые солидарны с нашей позицией и располагают соответствующими продуктами в своем портфеле. В том числе мы приглашаем и конкурирующие организации. Единая платформа позволит нам объединиться и говорить о важности экологического подхода в полиграфии от имени Ассоциации, а не каждой компании в отдельности. Здесь мы продвигаем и



Логотип Ассоциации «Экология печати», который могут размещать типографии на выпускаемой продукции при использовании на производстве экологических решений тех поставщиков и производителей, которые состоят в этой организации

популяризируем экофокус производства, а не отдельные продукты или бренды.

Ф: Какие планы Ассоциации вы наметили на этот год?

ЕМ: Мы реализовали первый проект с издательством «Самокат». Сейчас ведем переговоры с рядом издательств, производителей косметики, ретейла и других крупных игроков из разных сегментов рынка. Запланированы совместные мероприятия с типографиями для их клиентов. Уже сейчас мы видим огромный потенциал и интерес со стороны наших визави. Кроме того, мы видим огромную поддержку и со стороны наших международных партнеров. В дальнейшем проект приобретет и международный статус. Так что стратегия определена, план действий сверстан.

Ф: Какие преимущества получают компании, вступая в члены Ассоциации «Экология печати»?

ЕМ: Прежде всего хочу подчеркнуть, что Ассоциация «Экология печати» — некоммерческая организация и не преследует цель получать материальную выгоду. Тем не менее, все причастные организации однозначно выиграют: типографии получат дополнительный стимул внедрения прогрессивных, эффективных, экологичных технологий, а также дополнительные конкурентные преимущества, предоставив своим заказчикам возможность выразить их социальную позицию и экологическую ориентированность; поставщики экологических решений получат дополнительную возможность популяризации экофокуса на производстве. А все мы в конечном счете выиграем в том, что обеспечим сокращение негативного воздействия на нашу планету. ■



ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178, тел: (831) 281-81-88 смарт-нн.рф

Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества

Расфроловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

интервью

В отрыве от конкурентов, или Сохранение лидерских позиций



Юрий Уколов, директор по продажам оборудования «Гейдельберг-СНГ»

огласно таможенным данным за 2019 г. компания Heidelberg лидирует по количеству продаж офсетных печатных машин в России, с заметным отрывом опережая своих конкурентов. В беседе с директором по продажам оборудования компании «Гейдельберг-СНГ» Юрием Уколовым мы попросили подвести итоги прошедшего года и оценить «настроение» полиграфического рынка в преддверии drupa 2020.

Ф: Каким был прошедший год для «Гейдельберг-СНГ»? Можно ли озвучить предварительные итоги?

ЮУ: Официальные результаты финансовой активности компании Heidelberg будут озвучены после 31 марта 2020 г. Тем не менее уже можно отметить, что 2019 г. оказался успешнее 2018 г. по числу реализованных проектов. Это свидетельствует о том, что компания Heidelberg сохраняет лидерские позиции как производитель полиграфического оборудования для офсетной печати, причем не только в России, но и на мировом рынке в целом.

Ф: Как вы оцениваете активность полиграфического бизнеса в плане приобретения оборудования?

ЮУ: По общим оценкам, в мировой полиграфической индустрии отмечается стагнация. В России же ситуация усугубляется еще и экономическими факторами. Типографиям стало заметно труднее обеспечивать эффективность работы предприятия, что вынуждает экономить и предпринимать

попытки оптимизации производства. В свою очередь, это сказывается на поставщиках оборудования — запросы со стороны полиграфических компаний поступают в основном не на новые машины, а на бывшие в употреблении. При всем этом у клиентов сохраняется уверенность в том, что оборудование Heidelberg — это гарантия надежности и инвестиции для роста бизнеса. Небольшие и средние типографии ощущают сегодня сильное падение загрузки и вынуждены искать другие направления полиграфического бизнеса, выбирая преимущественно производство картонной упаковки. Однако нужно понимать, что это высококонкурентный рынок, который требует наличия немалых оборотных средств, и далеко не всем под силу эффективно работать на нем. Но именно с упаковочным сегментом рынка связаны большинство наших заметных инсталляций. Обо-

По предварительным итогам 2019 г. компания Heidelberg сохранила лидерство на российском рынке по количеству продаж офсетных печатных машин

рудование Heidelberg и компанийпартнеров установлено на площадках ведущих производителей картонной упаковки — в типографиях «Печатня», «ММ Полиграфоформление Пэкэджинг», АО «ПРОМИС», «Шар», «Санкт-Петербургской Образцовой типографии» и во многих других.

Ф: Иными словами, интерес компании «Гейдельберг-СНГ» сосредоточен в упаковочном сегменте?

ЮУ: На текущий момент именно в этом направлении полиграфического бизнеса отмечается наиболее высокая активность. Мы предлагаем инсталляцию полного комплекса оборудования для производства упаковки из картона. Тесно сотрудничаем с нашим партнером, компанией Masterwork Group Co., Ltd. (МК) — ведущим производителем послепечатного оборудования в области упаковки в Азии. Послепечатные решения для обработки и отделки упаковочной продукции, которые предлагает МК на российском рынке,

нисколько не уступают по техническим характеристикам оборудованию всеми признанного европейского лидера в этой области, но при этом заметно выигрывают в ценовом диапазоне. В линейке МК есть и уникальное оборудование, аналогов которому нет на рынке. Например, это машины Duopress, оснащенные двумя прессовыми станциями. В декабре прошлого года в России заработала уже вторая такая машина в «Санкт-Петербургской Образцовой типографии», шейся одним из лидеров упаковочного рынка. Для данного предприятия оборудование оказалось идеальным ПО СВОИМ ВОЗМОЖНОСТЯМ И ПОЗВОЛИЛО в полной мере использовать технические и технологические преимущества, которыми оно обладает. А возможности Duopress действительно широкие: за один прогон выполняется сразу несколько операций - горячее тиснение фольгой, высечка, удаление облоя и разделение заготовок. При стандартной же организации послепечатного процесса понадобилось бы несколько единиц оборудования, а это и использование дополнительных площадей, и необходимость в промежуточном хранении полуфабрикатов, и расширенный штат операторов. Конечно, машина предназначена для интенсивной загрузки, производства сложных коробок большим тиражом, но экономика процесса получается здесь совсем другая. В 2019 г. у нас было много инсталляций оборудования МК, и до конца финансового года ожидаются еще установки, в том числе и фальцевального оборудования.

Ф: Как обстоит ситуация с печатью гибкой упаковки в России?

ЮУ: В прошлом году мы установили несколько флексографских машин Gullus в российских компаниях, и до конца марта еще планируются интересные инсталляции в этой области. По нашим ощущениям, этот рынок довольно активный, хотя испытывает сильное давление со стороны китайских производителей, которые предлагают оборудование в разы дешевле европейских поставщиков.

Ф: С каким направлением в полиграфии вы связываете дальнейший рост бизнеса компании Heidelberg?

ЮУ: Основной тренд сегодня на рынке — это интегрирование струйных

14

цифровых технологий в традиционные направления бизнеса. Два года назад Heidelberg запустила в производство цифровую машину Primefire 106. Инсталляции, которые были реализованы за последние два года, подтверждают высокий интерес к этому продукту. Машина действительно получилась удачной и полностью отвечающей уровню промышленной цифровой многоцветной печати. Она объединила лучшие решения Heidelberg в области листопроводки и программного обеспечения с технологиями Fujifilm в сегменте струйной печати. Сейчас география инсталляций очень широкая (Китай, Япония, США, Западная Европа). В России пока таких машин нет. Себестоимость отпечатка на Primefire 106 остается все еще высокой, поэтому для владельца данного оборудования представляется сложной задачей найти тот сегмент рынка, чтобы можно было продать дорогой отпечаток.

Ф: Тем не менее в линейке решений Heidelberg есть и цифровые тонерные машины, востребованные среди российских типографий.

ЮУ: Безусловно. В тесном сотрудничестве Heidelberg с компанией Ricoh были разработаны две модели цифровых машин для промышленной печати,

которые поставляются на рынок под брендом Versafire: EV (Ricoh Pro 7200) и EP (Ricoh Pro 9200). Наибольший интерес они представляют для небольших и средних типографий, которые делают первые шаги в цифровом печатном бизнесе, и чаще всего используются в качестве дополнительного оборудования к офсетному производству. У Ricoh база инсталляций этих машин шире, поскольку компания работает на более широкую аудиторию клиентов. За последние три года мы устанавливаем в среднем по 10 машин в год. Одно из преимуществ Versafire в том, что машины оснащаются системой управления от Heidelberg, которая позволяет беспроблемно интегрировать цифровое оборудование в существующий в типографии рабочий поток.

Ф: Какие ожидания у вас от предстоящей выставки drupa 2020?

ЮУ: На самом деле активность рынка сейчас в меньшей степени зависит от проведения выставок, поскольку вряд ли можно ожидать кардинальных изменений или прорывов в области традиционных офсетных технологий — основное развитие идет в области решений для цифровой печати. Тем не менее всплеск активности по приобретению оборудования, как правило,

приходится на первую половину года, так как к началу полиграфического сезона у типографий уже не остается времени на эксперименты и отлаживание процессов. И мы, безусловно, рассчитываем на высокий интерес к решениям Heidelberg. В выставке drupa 2020 концерн примет участие, в том числе и российское представительство «Гейдельберг-СНГ». Как и четыре года назад, на прошлой drupa, будут работать две площадки - в Дюссельдорфе и Вислох-Вальдорфе. У компании Heidelberg широкая линейка оборудования, охватывающая разные сегменты полиграфического бизнеса, к тому же мы представляем и решения наших партнеров, поэтому показать все на одном выставочном стенде невозможно. Мы организуем группы для поездки полиграфистов на выставку. Основная идеология, с которой Heidelberg выступит на drupa 2020, сформулирована так: «Раскройте свой потенциал». В рамках этой концепции концерн представит инновационные решения, которые отвечают текущим задачам отрасли повышению производительности, высокой автоматизации и оптимизации процессов производства мальным участием оператора.

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

Любые размеры, любая ширина, любая намотка, втулка 3 и 1 дюйм

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты. От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок **На большие и постоянные объемы - скидки!**

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

В наличии пакетная пленка А4 от 60 до 175 микрон, А3 от 60 до 175 микрон

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ



КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)



ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА



КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ



САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва, метро Пражская, ул.Подольских Курсантов, 3 г. Чебоксары, ул. Патриса Лумумбы д. 8, офис 204 г. Санкт-Петербург, ул. Химиков 18 г. Ульяновск ул. Ленина д. 50/115, +7-8422-303711

Мы работаем без выходных с 9.00 до 21.00

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50 e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ! Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК — бесплатно.

оборудование

«Сигаретная упаковка — один из самых сложных видов продукции»



Виктор Бурий, директор, РДПУП «Минская типография» [Республика Беларусь]

еспубликанское дочернее производственное унитарное предприятие «Минская типография» является одним из крупнейших в Республике Беларусь и специализируется на изготовлении картонной упаковки, перерабатывая в месяц до 700 т картона в красочную продукцию с различными видами отделки. Предприятие сотрудничает с табачными фабриками, предприятиями пищевой и фармацевтической промышленности, производителями косметики и парфюмерии. Сегодня это одна из современных и динамично развивающихся полиграфических компаний в Беларуси, парк оборудования которой регулярно пополняется новым производственным оборудованием. Об истории и современном состоянии дел типографии нам рассказал ее директор Виктор Васильевич Бурий.

Табачная история

История «Минской типографии» началась более 30 лет назад. В 1987 г. предприятие было создано на базе Минской табачной фабрики для обеспечения упаковкой предприятий табачной промышленности республики и всего Советского Союза. Было приобретено мощное печатно-отделочное оборудование американской компании Zerand, работающее по технологии глубокой печати. Построены производственные цеха, в том числе цех для изготовления валов глубокой печати. «Был заложен мощный фундамент для создания серьезного упаковочного производства, выпускающего продукцию на всю страну, — отмечает Виктор Бурий. — Однако после 1990 г. все связи утратились. Мощности предприятия были излишни

для одной Беларуси, и некоторое время типография практически не работала. Разве что цех изготовления валов стал производить валы для печати обоев, что было популярно в 1990-е гг.».

В 1997 г. типографию передали в ведение Управления делами Президента Республики Беларусь, а с 2003 г. она стала дочерним предприятием РУП «Издательство «Белорусский Дом печати». С этого момента началась новая история типографии и освоение производства упаковки офсетным способом. «Белорусский Дом печати» передал нам небольшую часть своего оборудования, на котором мы начали выпускать упаковку. Это была старенькая офсетная машина Planeta и первый в нашей истории вырубной пресс BOBST SP102. Некоторое время предприятие выпускало самую разную картонную упаковку, в том числе и табачную, поскольку связи с производителями табачной продукции у типографии были налажены с самого начала», — поясняет Виктор Васильевич.



С приобретением пятикрасочной офсетной машины Roland 705, оснащенной секцией лакирования, повысилось качество выпускаемой упаковки





Девятисекционная печатная машина Roland 709 LV HiPrint позволяет выполнять печать как обычными офсетными красками, так и УФ-отверждаемыми. Оснащена секцией холодного тиснения фольгой INLINEFOILER





Участок допечатной подготовки по выводу печатных форм базируется на оборудовании компании Kodak

Однако конкуренция на рынке табачной продукции в стране требовала производства упаковки мирового уровня. Табачные компании страны вынуждены были приобретать ее в Европе, в первую очередь в Польше и в Литве. В результате в 2006 г. президент Республики Беларусь издал поручение о создании в стране собственного производства конкурентоспособных вспомогательных материалов для табачной промышленности. Задача создания табачной упаковки мирового уровня была поставлена перед «Минской типографией».

Задача по импортозамещению

В том же 2006 г. типография приобрела свою первую печатную машину manroland. Это был пятикрасочный Roland 705, что сразу дало возможность

существенно улучшить качество печати упаковки. «Необходимо отметить, что сигаретная упаковка — один из самых сложных видов продукции. К середине 2000-х гг. табачные компании Республики Беларусь уже переоснастили свое производство новыми высокоскоростными упаковочными линиями, и в связи с этим требования к упаковке сильно возросли. Современная упаковочная линия способна формировать до 1 тыс. пачек сигарет в минуту. В результате от поставщика коробок требуется соблюдение огромного количества требований по «подаваемости» заготовок в машину. Нормируется гладкость поверхности (влияет на скольжение), жесткость на изгиб, качество биговки (картон не должен заминаться при сгибании по бигам), у коробок не должно быть никаких заусенцев, надрывов и других микроповреждений, которые могут помешать плавному движению заготовки в упаковочных линиях. Это накладывает очень высокие требования на процессы вырубки и биговки. Имевшийся у нас вырубной пресс BOBST SP102 с этой задачей справлялся успешно (и справляется по сей день, хотя сейчас мы его для сигарет редко используем). Мы и раньше понимали, что BOBST — безусловный лидер в этом сегменте продукции, и на своем опыте в этом убедились», - отмечает директор «Минской типографии».

К сожалению, в тот момент финансовые возможности типографии не позволили приобрести следующий вырубной пресс от компании BOBST, поэтому на предприятии появилось оборудование китайского производства.

Тем не менее рынок сигаретной упаковки стремительно развивался. Производители сигарет все больше усложняли упаковку. Стали требоваться «тонкие» пачки, пачки со скругленными углами, узкие пачки и т. д. Скорость упаковки на предприятиях табачной промышленности тоже увеличивалась. «В связи с тем, что требования к качеству вырубки повышались, а объем наших заказов также постепенно рос, мы начали ощущать ограничение возможностей наших вырубных прессов. Поэтому было принято решение закупить флагманскую высокоавтоматизированную модель вырубного пресса ВОВЅТ ЕХРЕRTCUT 106 с функцией вырубки, удаления облоя и разделения заготовок. На выходе этого пресса мы получали аккуратно уложенные на палеты заготовки табачной упаковки. Никаких ручных операций не требовалось. Оборудование работало на максимальной скорости — более 8 тыс. листов/ч, что для нас было крайне актуально».

Важный этап развития

Следующим этапом модернизации типографии стало приобретение в 2013 г. еще одной печатной машины manroland. На этот раз речь шла об установке девятисекционной печатной машины Roland 709 LV HiPrint в гибридном исполнении, оснащенной секцией лакирования. Иначе говоря, оборудование позволяет выполнять печать как обычными офсетными красками, так и УФ-отверждаемыми. В дополнение к этому была приобретена уникальная секция холодного тиснения





Оборудование для вырубки картонных заготовок и горячего тиснения фольгой

Формат №1-20

_ОБОРУДОВАНИЕ



Первый вырубной пресс «Минской типографии» BOBST SP102, который работает на предприятии с 2003 г.

фольгой INLINEFOILER, которая была смонтирована в линию с печатной машиной.

«Со временем дизайн сигаретной пачки усложнялся и возможностей нашей пятикрасочной машины не всегда хватало, чтобы эффективно отпечатать многоцветную упаковку. К тому же мы понимали, что должны быть лидерами на рынке, чтобы привлечь заказчиков. Мы хоть и государственное предприятие, но работаем на свободном рынке и должны быть конкурентоспособными. Холодное тиснение фольгой позволило освоить производство нескольких видов упаковок, которые раньше можно было сделать только на металлизированном картоне, и то не всегда. По качеству печати к оборудованию manroland вообще нет никаких вопросов», — говорит Виктор Бурий.

Надо сказать, что качество продукции — это отдельный аспект деятельности предприятия. В компании используют специальные программные средства, которые исключают ошибки в макетах еще на этапе допечатной подготовки. Печатное оборудование последнего поколения оснащено инспекционным устройством распознавания любых отклонений запечатанного листа от эталонного, что сводит к минимуму процент брака. В рамках типографии создана целая лаборатория контроля качества, которая оснащена различным измерительным оборудованием, позволяющим убедиться





Высокоавтоматизированные вырубные прессы нового поколения от компании BOBST — EXPERTCUT 106 с функцией вырубки, удаления облоя и разделения заготовок. Модернизированная модель машины (на фото внизу) EXPERTCUT 106 LER 3.0 была приобретена летом 2019 г. Она обладает более высоким уровнем автоматизации и оснащена панелями сенсорного управления

в том, что выпускаемая продукция соответствует всем требованиям заказчиков, особенно табачной отрасли.

Благодаря новой печатной машине существенно увеличилась производительность и, как следствие, объемы производства типографии. Это, в свою очередь, привело к тому, что вновь встал вопрос об увеличении мощностей послепечатного парка оборудования.

«Мы были очень довольны нашими прессами BOBST, — говорит Виктор Бурий, — поэтому следующим вырубным прессом естественно стал еще один EXPERTCUT 106 LER также с функцией разделения заготовок и удаления облоя. Оборудование мы приобрели в июне про-



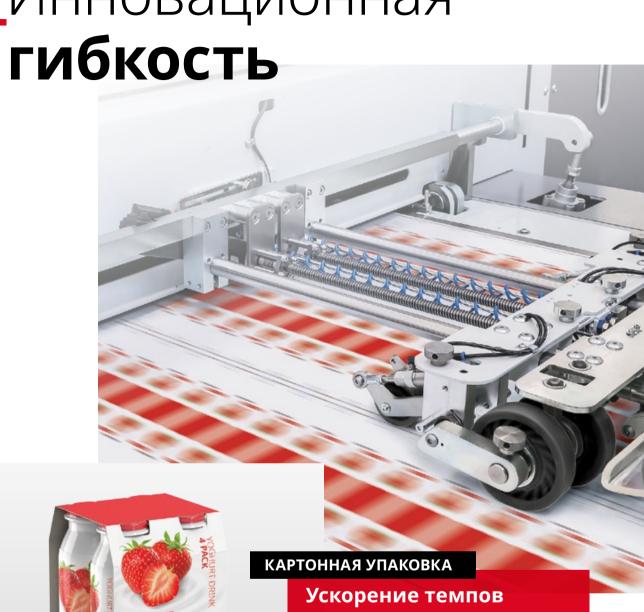
Аккуратно уложенные на палеты заготовки табачной упаковки после вырубки на оборудовании BOBST



Специальное измерительное оборудование для контроля качества материала и готовой продукции. В частности, измеритель усилия по формированию картонной пачки, измеритель жесткости картона, измеритель показателя скольжения одной пачки по другой. Эти данные необходимы для беспроблемного прохождения заготовок на линиях заказчика



_Инновационная



производства

Высокоавтоматизированные производственные линии, которые мгновенно превращают картон в коробки. Экономичные и эффективные решения, обеспечивающие универсальность и высокую производительность, помогут быть всегда на шаг впереди.



ОБОРУДОВАНИЕ









Основная специализация «Минской типографии» — производство табачной упаковки. Это наиболее сложный вид упаковки из картона, к которому предъявляется ряд специфических требований: нормируется гладкость поверхности (влияет на скольжение пачек), жесткость на изгиб, качество биговки (картон не должен заминаться при сгибании по бигам), у коробок не должно быть никаких дефектов (заусенцев, надрывов и других микроповреждений). Все эти параметры влияют на процессы подачи и прохождения заготовок в упаковочных линиях заказчика. Помимо этого, сигаретная упаковка отличается использованием в макете большого количества отделки (тиснения фольгой, лакирования, когрева и т. д.)

Свободный рынок

Рынок табачной упаковки достаточно закрытый - не так много типографий, которые могут на нем успешно работать. Однако «Минской типографии» удалось на нем закрепиться и выйти на внешний рынок. Сейчас типография поставляет сигаретную пачку в Россию, Казахстан, Азербайджан и другие страны. О закупке упаковки в Европе табачники Беларуси не помышляют. «Минская типография» производит пачки стабильного качества, быстро и с самыми современными видами отделки. «Наше качество, гуманные цены и короткие сроки изготовления заказов привлекают к нам независимые табачные производства не только из Беларуси, но и из других стран. Наш экспорт стремительно растет. В 2018 г. наше предприятие поставило на экспорт около 60 млн сигаретных пачек, а в 2019 г. уже больше 200 млн. И к нам постоянно обращаются новые заказчики. Сейчас у нас более 90% загрузки - это сигаретная пачка, хотя мы и пытаемся делать другую упаковку. Мысли двигаться в этом направлении у нас есть. Сдерживают только два фактора: у нас всего одна фальцевально-склеивающая линия и практически 100% загрузка по печати. Мы работаем круглосуточно, почти без выходных (только несколько общенациональных праздников предприятие не работает). В ближайшее время стоит задача усовершенствовать печатный процесс. Мы будем приобретать новую многокрасочную высокопроизводительную печатную машину. А следом за ней дойдет очередь и до фальцесклейки. С новой печатной машиной у нас должна еще больше снизится себестоимость продукции. У машины будет выше производительность и на 1 см больше формат листа. Сейчас у нас вырубные пресса 106-го формата, а печатные машины — 105-го. Благодаря увеличению площади листа на 1 см мы сможем уложить на лист еще один ряд сигаретных пачек. А значит, они станут еще немного дешевле. Надеемся, что это привлечет к нам новых заказчиков», - поделился планами Виктор Васильевич.

шлого года. Хотя это вроде бы та же машина, что и EXPERTCUT 106 семилетней давности, но существенно модернизированная. У нее появилось сенсорное управление, повысился уровень автоматизации». Виктор Васильевич рассказал, что в Беларуси нет представительства компании BOBST — сервисное обслуживание осуществляет российский офис: «В целом машины надежны и работают стабильно, но, разумеется, время от времени сервисные услуги требуются. Чаще всего все вопросы решает офис из Москвы, хотя один раз на прессе BOBST SP102 возникла задача, для решения которой приезжал инженер из Швейцарии. Наличие двух высокопроизводительных современных вырубных прессов EXPERTCUT 106 LER компании BOBST позволяет нашему предприятию выйти на новый уровень своего развития, что дает толчок к дальнейшему развитию и печатного процесса путем приобретения новейших технических и технологических разработок производителей печатного оборудования».











Помимо сотрудничества с табачными фабриками, «Минская типография» выпускает упаковку для производителей косметики и парфюмерии, пищевой продукции, фармацевтической промышленности и других



ROLAND 700 EVOLUTION Сотворение прибыли

Инновационные технологии и необычайная гибкость ROLAND 700 *EVOLUTION* обеспечивают значительное увеличение рентабельности типографий на ключевых позициях рынка упаковки и коммерческой печати по всему миру.

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

Компания «ВИП-СИСТЕМЫ» поставляет печатные машины manroland, выполняет монтаж, ремонт и обслуживание печатных машин Roland всех серий, выполняет оперативную поставку запасных частей.



АО "ВИП-Системы". 117149, Москва, ул. Азовская, д.6, стр.3, офис 2/2 тел.:+7(495) 258-67-03, факс: +7(495) 318-11-55. E-mail: vipsys@vipsys.ru **www.vipsys.ru**



WE ARE PRINT.®

Как спрогнозировать спрос, или Риски сформировавшегося рынка



Константин Пылаев, технический директор, ООО «Компания «БиДжи» [Москва]

евраль для «Компании «Би-Джи», занимающей ведущие позиции среди производителей бумажно-беловой продукции для школьного и офисного сегментов, далеко еще не пик сезона. Однако оборудование загружено уже сейчас, а паллеты с готовой продукцией ждут отгрузки. Как пояснили на предприятии, результаты участия в профильных выставках (одна из основных — «Скрепка Экспо»), которые являются площадкой для взаимодействия компаний аналогичной специализации со своими клиентами, станут определяющими при планировании объемов производства на весь год. Такова специфика бизнеса. И к тому же, как выяснилось из беседы с техническим директором «Компании «БиДжи» Константином Пылаевым, не единственная...

Специализированная база

Правила работы на рынке бумажнобеловых товаров требуют от типографии серьезной специализации - параллельно вести несколько направлений полиграфического бизнеса не удастся. Именно поэтому «Компания «БиДжи» с момента своего появления на рынке в 2001 г. начала формировать производственную базу специально под изготовление тетрадей, школьных дневников, записных книг, ежедневников, альбомов для рисования и другой подобной продукции большими объемами. Сегодня на предприятии работают четыре линии флексографской печати, на которых выполняется линование тетрадных блоков. Организован цех рулонной офсетной печати, оснащенный четырех- и пятикрасочными машинами Oktoman. На них ведется печать ежедневников, бизнес-блокнотов, школьных дневников, нотных тетрадей - той продукции, которая затем отправляется на ВШРА и линии по изготовлению твердого переплета. «Для нас небольшой тираж — это сотни тысяч экземпляров блоков, - поясняет Константин. - Специфика продукции, которую мы изготавливаем, предполагает массовое производство однотипных блоков, составляющих внутреннее наполнение школьных тетрадей и офисных ежедневников. Один и тот же блок становится основой для разных серий, обрамленных в разноплановые обложки».

Функция по печати ярких, красочных обложек возложена на шестикрасочную машину K&B Rapida 105 с секцией лакирования. Для производства большинства из них требуется использование дополнительных цветов, а покрытие лаком стало практически стандартной операцией в линию. В свое время, когда стоял вопрос о покупке листовой офсетной машины, в компании была задача печатать формат продукции 70х90/16 с минимальными издержками. По совокупным показателям — размеру используемых пластин, потребляемой мощности, наличию системы автоматической приводки, минимальному времени приладки — оборудование K&B Rapida 105 оказалось оптимальным решением, которое по всем своим техническим показателям покрывало потребность предприятия в печати обложек.

«Сегодня потребитель весьма искушен разнообразием выбора бумажнобеловых товаров. Он ожидает увидеть большое количество дизайнов по каждой ассортиментной позиции, отличающихся стилистическим решением, функциональностью (например, универсальные тетради или по отдельным школьным дисциплинам; дневники для средней школы или музыкальной школы и т. д.), сложностью декоративной отделки, видами скрепления (на скобе или евроспирали, в твердом или интегральном переплете, шитый нитками блок или сменный на металлических кольцах). Оснащение нашего производства позволяет реализовать любое из перечисленных решений и даже больше», — говорит Константин.





Цех рулонной офсетной печати оснащен четырех- и пятикрасочными машинами Oktoman. На них ведется печать блоков ежедневников, бизнес-блокнотов, школьных дневников, нотных тетрадей





На шестикрасочной офсетной машине K&B Rapida 105 с секцией лакирования выполняется печать красочных обложек бумажнобеловой продукции. Именно обложка становится главным аргументом в пользу решения о закупке со стороны клиентов

Инструмент продаж

Разнообразие ассортимента — еще одна из особенностей бизнеса в данном сегменте и первостепенная задача предприятия. Каталог «Компании «БиДжи» насчитывает несколько тысяч позиций. Его подготовкой занимается отдел профессиональных дизайнеров компании. И именно каталог является отправной точкой всего бизнеса и главным инструментом продаж. Ориентируясь на него, представители оптовых компаний принимают решение о закупках. Среди клиентов могут быть сотрудники крупных торговых сетей, представители магазинов канцелярских товаров, книжных и детских магазинов, специалисты компаний по обслуживанию офисов и т. д.

«Основная сложность в том, что, подготовив обширный каталог, никто до конца не в состоянии спрогнозировать спрос на определенные позиции и дизайны, рассказывает Константин. – У каждого из поставщиков представлены основные темы – машины, цветы, животные, транспорт, городские пейзажи, абстрактные узоры и т. д. Однако заранее сложно просчитать вероятность того, какие именно дизайны приглянутся заказчикам оптовым компаниями. И еще более сложно предугадать, какие обложки понравятся конечным потребителям. Поэтому наш бизнес сопряжен с определенными рисками. Как говорится, разница между историческим документом, хитом продаж и макулатурой практически неуловима – и это заставляет десятки людей работать над тем, чтобы создавать «красивые картинки» и объяснять, зачем их должны купить. Ведь в отличие от других типографий, где клиенты приходят уже с готовыми макетами, которые нужно только качественно выполнить, нам, прежде чем продать свои услуги, необходимо придумать сам



На предприятии работают четыре линии флексографской печати, на которых осуществляется линование тетрадных блоков

товар, а потом его еще и изготовить, обеспечив всю инфраструктуру, связанную с последующими продажами и логистикой. Однако судя по тому, что наш бизнес развивается, можно предположить, что количество угадываний потребительского спроса у нас гораздо больше, чем неудач, иначе бы мы не были в лидерах».



Линия для проклейки корешка



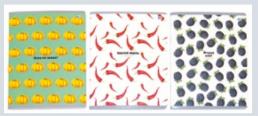


Промышленный комплекс оборудования от компании Muller Martini для подборки и скрепления тетрадных блоков

Формат №1-20 23

ОБОРУДОВАНИЕ







Большая часть ассортимента «Компании «Би-Джи» — производство школьных тетрадей





Ежедневники для школьного и офисного сегментов можно заказать с различными видами скрепления (на пружине, в твердом или интегральном переплете)







Альбомы для рисования с разными видами скрепления



Дневники в твердом переплете

Тренды рынка

Как отметил Константин, рынок бумажно-беловой продукции сегодня отличается высокой насыщенностью: «Если раньше, когда только зарождался этот бизнес, ошущался дефицит бумажно-беловых товаров, то сейчас выбор огромен, ассортимент вырос многократно и исчисляется тысячами наименований. Это говорит о том, что мы работаем на сформировавшемся рынке, и на нем довольно сложно конкурировать. Одной из особенностей нашего сегмента является также его ярковыраженная сезонность. Большинство выпускаемой продукции требуется к началу учебного года, а некоторые из позиций нужны всего раз в году (школьные дневники и ежедневники). Поэтому основной пик загрузки приходится на летние месяцы. Это вынуждает многих заказчиков закладывать сроки производства с большим запасом, чтобы не печататься в прайм-тайм».

Из заметных трендов этого сегмента Константин называет сокращение позиций ежедневников и бизнесблокнотов: «Объемные бумажные изделия, наподобие ежедневников и книг рецептов, постепенно уходят в прошлое. Новое поколение мало их использует. И это заставляет задуматься о том, что при скукоживающемся рынке таким компаниям, как наша, бессмысленно делать инвести-

ции в новое оборудование для изготовления твердого переплета».

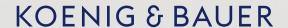
В обход оптовиков

Одной из возможных перспектив развития сегмента производства бумажно-беловой продукции Константин озвучил вероятность проникновения цифровой печати: «Учитывая широкое распространение интернет-продаж, может произойти так, что конечные потребители будут взаимодействовать напрямую с производителем, минуя оптовиков. Иными словами, покупать те же тетради не только в торговых сетях и канцелярских магазинах, но и заказывать персонализированную продукцию у компании-производителя. Вполне возможно, что в перспективе появятся заказные тетради, например, для определенного класса школы. Мы делали несколько раз такие заказы для гимназий. И эта тенденция может продолжить свое закономерное развитие, так же, как получила распространение брендированная сувенирная продуция, корпоративные ежедневники и т. д. В данном случае речь, конечно, идет о цифровой



Помимо бумажно-беловой продукции, в «Компании «БиДжи» изготавливают товары для творчества

печати. И мы, надо признаться, этой темой интересуемся. Однако для запуска такого проекта необходимо время, чтобы выйти на новый уровень сервиса, просчитать его эффективность и осознать новое качество персонализированной продукции».



We print your world





Мы комбинируем краски и запечатываемые материалы друг с другом так, чтобы вместе эти ингредиенты дали превосходный результат. Потому что печать – это наш мир.

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

we're on it.

Экспертное агентство, или Мастерская творческих решений



Глеб Полев, генеральный директор, компания ARTFIELD [Москва]

роцесс появления печатного продукта — это не только производство и технологии, но и творческий поиск, рождение замысла, разработка концепции, череда экспериментов, которые реализуются во вполне осязаемые полиграфические работы. Компания ARTFIELD — именно такое креативное пространство, где генерируются и воплощаются самые разные печатные идеи.

Творческая площадка

Компания ARTFIELD появилась на рынке в 2012 г. Как пояснил генеральный директор Глеб Полев, такое название компании, объединившей специалистов творческих и технических профессий, как нельзя лучше отражает основную концепцию — выступать для заказчиков площадкой для реализации их рекламных и печатных задач. Специалисты компании фокусируются на разработке дизайна и производстве самой разной полиграфической продукции — от визиток до сложных каталогов и рекламных конструкций.

Сам Глеб в полиграфии более 15 лет. По образованию он инженер и должен был бы заниматься проектированием самолетов, продолжив традицию старших членов семьи, которые работают в области авиастроения. Однако по стечению обстоятельств, однажды заглянув в офсетную типографию, располагавшу-

юся в одном из корпусов института, где он учился, Глеб остался там работать, а впоследствии и вовсе связал свою профессиональную деятельность с полиграфией, но уже в ином качестве.

Компания ARTFIELD изначально и была задумана как печатный сервис «одного окна». Имея опыт работы на разных полиграфических производствах, Глеб подбирал команду профессионалов в области дизайна и производства печатной продукции, изучал новые для себя технологии нанесения изображений на разные материалы и способы их комбинирования. «Если

бы мне кто-то сказал, что я буду заниматься тем, чем занимаюсь, то не поверил бы, — говорит Глеб. — Тем не менее мне нравится основная идея нашего бизнеса — работа с клиентом. Мы делаем для заказчиков готовый продукт, закрывая все вопросы, связанные с производством любой полиграфии».

Фокус на клиенте

«Мы реализуем очень разные проек-

ты, — рассказывает Глеб Полев. — К примеру, среди наших заказчиков — сеть детских развивающих клубов (на сегодняшний день открыты более 200 клубов в России и СНГ). В течение 6 лет мы производим методические пособия и печатную продукцию для оформления учебных комнат во всех детских центрах этой сети. Для заказчика важным является качество и безопасность материалов, которые мы изготавливаем, а также оперативная доставка в разные города России, что составляет одно из важных условий для осуществления



С 2015 г. рекламно-производственная компания ARTFIELD является пользователем оборудования Ricoh. Первым приобретением стала цифровая печатная машина Ricoh Pro C5100s



Компания ARTFIELD стала одной из первых, кто инсталлировал широкоформатный латексный принтер последнего поколения Ricoh Pro L5160 в 2019 г. На фото (слева направо): заместитель генерального директора по направлению промышленной печати и генеральный директор центра продаж по направлению промышленной печати RICOH EUROPE PLC Кристиан Компера и генеральный директор ООО «АРТФИЛД» Глеб Полев



Часть производственного парка оборудования ARTFIELD. На фото: резальное оборудование, промышленный ламинатор

образовательного процесса или открытия нового клуба. Для компании JURA в сверхсжатые сроки мы выполнили проект по строительству и торжественному открытию первого в России магазина премиальных швейцарских кофемашин. Магазин расположен в самом сердце Москвы, в ГУМе.

Для одних клиентов мы выступаем в качестве оформителя крупных федеральных мероприятий, для других как производитель сложных POS-конструкций и брендзон. Есть компании, для которых мы выполняем сложную верстку большого пакета технической документации, каталогов образцов продукции и т. д. Мы беремся за брендирование сувениров и зачастую придумываем оригинальные подарочные комплекты для бизнес-партнеров наших заказчиков. Отшиваем одежду по индивидуальным запросам, делаем вышивку или выполняем печать на ткани по готовым моделям одежды. Сегодня все больше набирает обороты так называемый мерч (товары с символикой (логотипом) определенного бренда, музыкального коллектива, фильма, компьютерной игры — прим.

ред.), и мы готовы участвовать в решении и таких запросов со стороны клиентов».

Заказчики ценят ARTFIELD прежде всего за то, что могут быть здесь услышаны, найти понимание своих потребностей и получить профессиональную консультацию по реализации задуманных полиграфических решений. А если готовой концепции нет, то в компании готовы взять на себя полную разработку и реализацию проекта. «Бывает и такое, что мы беремся за решение задач, с которыми раньше никогда не сталкивались, – признается Глеб. – Но тем интереснее для нас этот проект. Да, он потребует с нашей стороны больших энергозатрат, чтобы погрузиться в проблематику и изучить досконально вопросы, связанные с его реализацией. Однако каждый раз, когда нам приходится выходить за границы своего комфорта, мы расширяем нашу компетенцию. Мы не боимся узнавать что-то новое и прикладываем все усилия, чтобы выполнять проект на профессиональном уровне и не допускать недовольства со стороны клиентов нашим сервисом».

Экологичные решения

Зачастую компании ARTFIELD приходится выполнять заказы широкоформатной печати. И для ряда клиентов среди прочих условий, помимо высокого качества и коротких сроков изготовления заказов, становятся важны принципы экологичности как самого процесса производства, так и продукции. В этой связи в ARTFIELD было принято решение приобрести в прошлом году широкоформатный латексный принтер Ricoh Pro L5160.

Как пояснил Глеб, покупка нового оборудования решает сразу несколько стоящих перед компанией задач: «Вопервых, Ricoh Pro L5160 позволяет получить изумительное





Обучающие печатные материалы, которые используются для оформления стен детских развивающих центров, а также в учебном процессе. Продукция печатается на новом принтере Ricoh Pro L5160 с использованием экологичных латексных чернил

Формат №1-20

_ ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЪ







Компания ARTFIELD зачастую выполняет заказы по подготовке корпоративных брендированных сувениров, в том числе из ткани





Компания ARTFIELD занимается разработкой дизайна и версткой сложных технических и рекламных каталогов

качество интерьерной печати, которое подкупает яркостью и четкостью изображений; во-вторых, обеспечивает экологичную печать, что для ряда наших заказчиков является важным условием производства продукции. Я уже упоминал, что мы изготавливаем обучающие материалы для сети детских клубов, и экологическая безопасность полиграфических материалов стоит для заказчика на первом месте. А для нас использование латексных чернил (отмечены сертификатами GreenGuard - прим. ред.) позволяет работать в офисной среде - оборудование не выделяет при печати запаха и летучих органических соединений. В отличие от предыдущей модели этот принтер уже оснащен автоматизированной системой настройки и обслуживания, и это в значительной степени упрощает его эксплуатацию. Мне нравится тот результат, который получается даже при СМҮК-комплектации. Качество всегда восхитительное. При этом чернила прочно закрепляются на разных носителях (можно использовать винил, синтетические ткани, кожу, холсты и т. д.) — это расширяет для нас границы использования оборудования под новые задачи, позволяет экспериментировать с запечатываемыми материалами, предлагать клиентам оригинальное исполнение макетов. И главное - мы не отвлекаемся на технические моменты и обслуживание оборудования – сервисная служба поставщика готова оперативно решать возникающие задачи».

К слову, компания ARTFIELD с 2015 г. сотрудничает с Ricoh, с момента покупки цифровой печатной машины Ricoh Pro C5100s. «Мы очень довольны, что в свое время приобрели эту машину, — отмечает Глеб. — Она стабильно работает, благодаря ей мы реализуем ряд задач цифровой печати. С самого начала мы заключили с Ricoh кликконтракт, и это избавляет нас от любых вопросов, связан-

ных с обеспечением расходными материалами и обслуживанием техники. Машина до сих пор в идеальном состоянии».

«У нас очень разноплановая деятельность, много нестандартных запросов, но все они так или иначе связаны с печатным производством, — подчеркивает Глеб. — Наш успех — это, в первую очередь, успех наших клиентов. А возможность участвовать в жизни интересных и великих брендов и быть им полезными, пожалуй, самая интересная часть нашей работы. Если говорить о перспективах, то нас все больше захватывает тема печати по ткани. Не исключено, что на предприятии появятся технические решения для организации собственного производства в этой области. Сегодня, насколько мне известно, ведутся разработки у одного из наших поставщиков оборудования для нанесения изображений на самолеты. И есть вероятность, что я вернусь в таком качестве к своей авиационной специальности. Мы открыты к любым начинаниям».



ARTFIELD изготавливает обучающие и развивающие игры







Печать рекламных материалов на пенокартоне

28

RICOH imagine. change.

RICOH RI 100/1000 TEKCTUNGHBIE MPUHTEPЫ









RICOHPRO L5130/L5160 NATEKCHLIE MPUHTEPЫ



GREENGUARD



AR Ink



RICOHPRO TF6250/T7210 ΠΛΑΗШΕΤΗЫΕ УФ-ПРИНТЕРЫ



GREENGUARD

PRODUCT CERTIFIED FOR LOW CHEMICAL EMISSIONS



635x1800 dpi

Университетская печать: полиграфическое подразделение ДВГМУ



Денис Кузнецов, директор, издательство ДВГМУ [Хабаровск]

альневосточный государственный медицинский университет (ДВГМУ) отмечает в этом году 90 лет со дня своего основания. На семи факультетах и в медико-фармацевтическом колледже вуза обучаются более 4000 студентов, ординаторов и аспирантов, которые готовятся стать в будущем врачами, провизорами, клиническими психологами, социальными работниками. менеджерами стринского дела, высококвалифицированными медицинскими и фармацевтическими специалистами, научно-педагогическими работниками. Как и многие российские вузы, ДВГМУ имеет в своей структуре полиграфическое подразделение. Как правило, вузовские типографии решают задачи по документообороту учебного заведения, обеспечению печатными материалами студентов и участников различных вузовских мероприятий, изданию учебной и научной литературы. Помимо собственной производственной базы, в ДВГМУ функционирует также вузовское издательство. Об истории создания полиграфического направления в университете, особенностях его работы и техническом оснащении нам рассказал директор издательства ДВГМУ Денис Геннадьевич Кузнецов.

Вузовское издательство

В стенах Дальневосточного государственного медицинского университета уже более 70 лет ведется издательская деятельность. Начиналось все с создания редакционно-издательского отдела для подготовки материалов газеты «За медицинские кадры». Сегодня авторский коллектив издательства составляют ведущие профессора,

преподаватели и сотрудники университета. Ежегодно здесь издается более 150 наименований учебной и научной литературы.

«Приоритет нашего издательства выпуск учебно-методических и учебных изданий: Дальневосточного медицинского журнала, университетской газеты. монографий профессорскопреподавательского состава, - рассказывает Денис Кузнецов. - Российские и международные медицинские конференции, проходящие на базе ДВГМУ, мы обеспечиваем полным набором рекламной и справочной продукции, а также блокнотами, бейджами, визитками и т. д. Развиваем сотрудничество как с различными организациями, предприятиями города и края, так и с прямыми заказчиками. Например, нашими постоянными клиентами являются ОАО «Российские железные дороги», которое заказывает у нас журналы оператора станции «Хабаровск-1», для правительства края мы выпускаем альбом для знакомства инвесторов и туристов с достопримечательностями и предприятиями края. Для поликлиник города печатаем инструкции по применению медицинских препаратов; для частных предпринимателей – ценники, рекламу; для школ — рабочие тетради. У нас сложилось крепкое сотрудничество с известными дальневосточными писателями и поэтами, а также с начинаю-



Основу печатного парка издательства Дальневосточного государственного медицинского университета составляют устройства цифровой печати от компании Canon — как полноцветные, так и монохромные. Высокая скорость печатной техники, точная цветопередача и возможность работы с плотными и фактурными материалами позволяют изготавливать разноплановую полиграфическую продукцию — от визиток до многополосных изданий и высококачественной рекламы



Приоритетной задачей полиграфического подразделения ДВГМУ является выпуск учебно-методической и учебной литературы (монографий профессорскопреподавательского состава, научных журналов, профильных газет)



Помимо печатных изданий для задач университета, на базе издательства ДВГМУ изготавливают также рекламно-представительскую продукцию (блокноты, визитки, календари, плакаты и многое другое). Развивается сотрудничество с различными организациями города и Хабаровского края, а также с частными заказчиками

щими авторами. Уровень наших сотрудников позволяет отредактировать и медицинскую литературу, и художественную прозу, и публицистику, и даже поэзию, а также предложить варианты красочного оформления книг. К нам приезжают клиенты с разных концов города, бывает, что не за скидками, а за теплым отношением и пониманием, которых сейчас многим так не хватает».

Собственное производство

Выпуск изданий осуществляется на собственной производственной базе, которая на сегодняшний день обладает современным допечатным оборудованием, полноцветными и монохромными цифровыми печатными машинами, а также комплексом для выполнения послепечатной обработки и различных видов скрепления.

«Наше издательство оказывает полный комплекс полиграфических услуг — от разработки дизайна и допечатной подготовки макета до собственно печати и полного спектра отделочных и переплетных работ, — добавляет Денис Кузнецов. — Техническая оснащенность предприятия позволяет нам изготавливать разноплановую продукцию —

TOYOIN

For a Vibrant World



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

- ✓ СДЕЛАНО В ЯПОНИИ
- **✓** ЯРКИЕ ЦВЕТА
- **✓** БЫСТРОЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ
- **∨** ВЫСОКИЙ ГЛЯНЕЦ
- ∨ ХОРОШИЕ ЦЕНЫ







trade

Тел./факс: +7 (495) 780 01 83 www.toyoink.ru www.vmg-trade.ru ШИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

многополосные издания (книги, брошюры) как в твердом переплете, так и в обложке, рекламно-представительскую полиграфию (визитки, листовки, буклеты, плакаты, постеры, наклейки, флаеры, папки, фирменные бланки, приглашения, блокноты и т. д), календари разных видов, авторефераты, дипломы, диссертации и многое другое. Ежегодно мы изготавливаем более 180 тыс. экз. У нас можно заказать издания с различными видами переплета (в твердом или шитым нитками, с клеевым скреплением, на пружине - металлической или пластиковой), а также с использованием всевозможной отделки – ламинированием, тиснением фольгой, горячим тиснением и т. д. Мы в каждом клиенте видим партнера и стремимся, чтобы он пришел к нам еще не раз. Поэтому всегда идем навстречу: если это необходимо, сокращаем установленные сроки выпуска продукции, предлагаем скидки, развиваем сервисные услуги, чтобы обеспечить более удобные варианты взаимодействия с заказчиками».

Универсальные возможности

Директор издательства ДВГМУ отмечает, что на полиграфическом рынке ощущается высокая конкуренция по цене, качеству и ассортименту полиграфических услуг. Растет сложность оформления заказов, а клиенты стали требовательнее к полиграфическому исполнению продукции. Все это заставляет задумываться о модернизации технического состояния парка оборудования, выборе новой современной цифровой техники.

«Недавно наша производственная база пополнилась новым цифровым решением – печатным устройством Canon imagePRESS C650, которое впечатляет своей высокой разрешающей способностью. Это позволяет нам профессионально работать с цветом и выпускать полиграфическую продукцию самого высокого качества. Универсальность

печатной машины дает возможность работать в нескольких сегментах рынка полиграфических услуг, поэтому мы можем предлагать производство разноформатной продукции, расширять ассортимент и повышать сложность выполнения работ: от простых бланков и визиток до журналов и книг». — поясняет Денис Геннадьевич.

Как рассказали в издательстве ДВГМУ, здесь уже давно работают на цифровой технике Canon: «Знакомство с оборудованием этой фирмы приходится на начало 2000-х гг., когда в течение трех лет университетом было приобретено три печатных устройства — полноцветный Canon imageRUNNER C2620, два черно-белых Canon imageRUNNER 5570 и Canon imageRUNNER 5055».

Благодаря набору цифровой печатной техники у издательства ДВГМУ появилась возможность изготавливать срочные малые тиражи цветной продукции высокого качества. При этом оборудование хорошо справляется с запечаткой как материалов высокой плотности, так и фактурных бумаг. Улучшенная цветопередача наряду с матовым тонером позволила приблизиться по качеству к офсетному отпечатку. Что же касается монохромной печати, то благодаря устройствам Canon удалось снизить себестоимость однокрасочных отпечатков.

«Мы работаем на оборудовании разных производителей, но соотношение цена-качество продуктов Canon, на наш взгляд, наилучшее в сегменте техники для полиграфии. подчеркивает Денис Кузнецов. – Canon – общеизвестный мировой бренд, надежный, предоставляющий широкую линейку оборудования для реализации различных задач. Самыми главными ориентирами для нас при выборе оборудования явилось качество при передаче полутонов. Зачастую в медицинской литературе встречаются фотографии, где крайне важна точность воспроизведения. Наше цифро-

> вое оборудование Canon достойно справляется с такой задачей. Кроме того, нам важна возможность использования разных бумажных носителей, поэтому работа с плотными материалами, дизайнерскими и текстурными бумагами является приоритетной в нашей работе. Надо сказать, что отпечатки на Canon отличаются плотной заливкой и точной цветопередачей по сравнению с отпечатками, сделанными на оборудовании других брендов. К тому же в цифровых устройствах Canon можно отметить и ряд выигрышных технических параметров – большой ресурс барабанов (у черно-белых аппаратов – до 8 млн листов), интуитивно понятное меню для отправки задания на печать, доступная цена расходных материалов и простота в их замене, увеличенный модуль подачи бумаги, обработка и хранение заданий контроллером печати и многое другое, что делает работу с оборудованием надежным и приятным. Также немаловажную роль играет наличие квалифицированного сервисного центра, производящего сервисное обслуживание и ремонт различной сложности. В течение 24 ч инженеры компании «поставят на ноги захромавшую лошадку».

> Рассказывая о планах издательства ДВГМУ, Денис Геннадьевич отметил, что на сегодняшний день одной из актуальных задач является обеспечение оперативности производства учебных книг и методических пособий, буклетов и наглядной плакатной продукции. Это требует дальнейшего дооснащение парка оборудования, причем не только печатного, но и на других производственных этапах.



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 Ірі



РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

дизайн,

ОФСЕТНАЯ

ЦИФРОВАЯ ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ

ДОСТАВКА













г. Москва, ул. Электрозаводская, д. 20, стр. 3

+7 495 780 67 05 ☑ sale@vivastar.ru vivastar.ru