

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№2 МАРТ, 2023

ПОЧТИ ДЕТЕКТИВ



«В ПОИСКАХ
НЕУЧТЕННЫХ
КНИГ»

V I P
V I S I O N
I M A G E
P R I N T



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

Работа в условиях неопределенности

Продолжаем работать,
выполняем поставки
и обслуживаем оборудование

- Монтажная лента
- Анилоксовые валы и гильзы
- Формные цилиндры
- Ротационный инструмент для высечки
- УФ-сушки, УФ-лампы
- Мембраны для насосов

КОМПЛЕКТУЮЩИЕ И ОСНАСТКА ДЛЯ ФЛЕКСОГРАФСКОЙ ПЕЧАТИ

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

- Офсетные краски для листовой и рулонной печати
- Цифровые и аналоговые офсетные пластины
- Резинотканевые полотна
- Химия для печатных процессов

- Поставки запасных частей:
- **Офсетные печатные машины**
разных производителей.
 - **Флексографские печатные машины**
разных производителей.
 - **Различное послепечатное оборудование**

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ ДЛЯ ЛЮБОГО ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА

- Демонтаж, монтаж, перевозка оборудования
любой сложности.
- Диагностика, плановый и профилактический
ремонт, наладка.
- Технологические консультации и обучение.

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №2 (169)-2023

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Ищем потерянные книги 2

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Флекса», Ставрополь

«Флекса»:

вариант трансформации бизнеса 8

«Курт и К», Калужская область

«Курт»: большая эволюция

конвертного производства 26

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

«Полиграф-Клуб»

«Полиграф-Клуб»: клубная концепция для полиграфистов 12

БИЗНЕС

ПЗБМ, Калужская область

ПЗБМ: на всех парусах к экологии! 16

ИНТЕРВЬЮ

Андрей Макачев, «СМАРТ-Т»

«Смарт-Т»: новый вектор развития

с премиальным брендом 20

Андрей Евгеньевич Лузинов, «Добрушская бумажная фабрика»

«Герой Труда» из Добруша: сильные игроки позволяют нам развиваться ... 24

Обложка отпечатана на бумаге «Омега» (150 г/м²) компании «Илим»

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн.....	1	Терра Системы.....	клапан, 19
Арион Групп.....	31	Терра Принт.....	11
ВИП-Системы.....	клапан, 2-я обл.	Полиграф-Клуб.....	15
Герой Труда.....	вкладка	Фабрика офсетной печати.....	вкладка
Илим.....	3-я обл.	Bobst.....	4-я обл.
ОктоПринт Сервис.....	клапан, 3	Lamstore.....	5
Смарт-НН.....	29	NCL.....	клапан
Смарт-Т.....	23	Printech.....	7
		Yam International.....	клапан

Учредитель:

издательство «Курсив»

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

Зам. главного редактора
М.Ю. Беляева

Корректор
А. Архангельский

Адрес редакции:

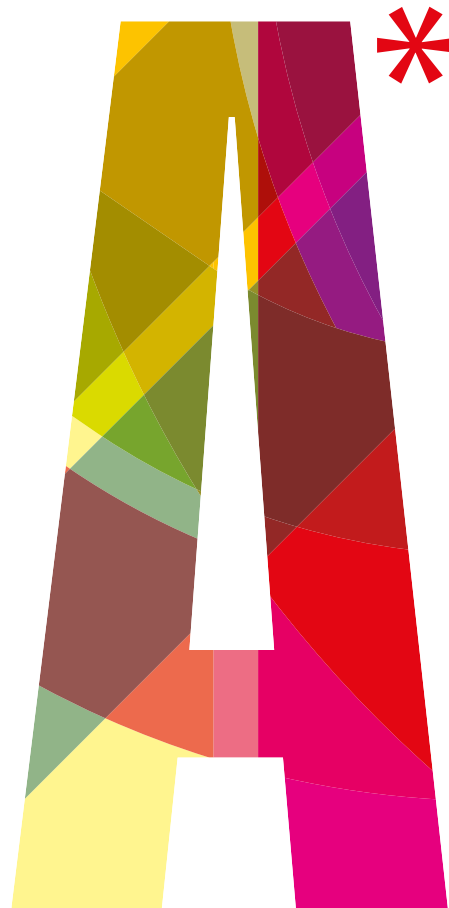
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© Издательство «Курсив»

Все права защищены
Отпечатано в «Вива Стар»
Тел.: 8 (495) 737-63-53
Тираж 3000 экз.

ВНИМАНИЕ!

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



Изготовим любую рекламно-
коммерческую 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.





Ищем потерянные книги

Прошлый год для России был беспрецедентным. Вся экономика страны оказалась перед необходимостью сложных изменений и преобразований. Не обошло стороной это и полиграфию. Весной 2022 г. отрасль столкнулась с необходимостью заново выстраивать все логистические цепочки. Российская полиграфия в очень большой степени импортозависима, а когда добавились еще и отраслевые санкции, то воздействие на отрасль предполагалось очень неблагоприятным. Их введение, по всей видимости, предполагало «завершение» полиграфического производства в нашей стране, правда, непонятно с какой целью. Но отрасль оказалась очень устойчивой. После шока в марте-апреле прошлого года началась активная работа по переформатированию отрасли, которая к концу года завершилась. И сейчас уже можно пытаться подводить некоторые итоги.

Мы регулярно посещаем разные типографии нашей страны, общаемся с их руководителями, собираем информацию от поставщиков оборудования и материалов. И в целом, некая обобщенная «картина мира» начинает понемногу выстраиваться. И она весьма позитивная. Еще во втором году пандемии ряд экспертов выдвигали версии, что в «ближайший год» мы уви-

дим череду крупных банкротств полиграфических предприятий. С началом санкционного давления эти опасения только усилились. Но, по результатам 2022 г., никакой катастрофы не случилось. По крайней мере нам, не известно ни одного сколько-нибудь важного случая закрытия типографии (наверное, единичные есть, но они были всегда, даже во времена подъема полиграфии). Целый ряд полиграфических предприятий отмечает, что 2022 г. был «очень хорошим» и у некоторых, в том числе крупных, «лучшим в истории». Причины такого неожиданного результата еще предстоит проанализировать, но общее понимание уже есть. В этом материале мы не будем останавливаться на успехах типографий, занимающихся производством упаковки. Здесь все более-менее понятно. Рост заказов на упаковку в России, в частности, связан с уходом ряда зарубежных компаний с нашего рынка, долю которых заняли российские компании. Вместо продукции, привезенной из-за рубежа, в магазинах преобладает продукция отечественного производства, которой требуется и сделанная в России упаковка. В данном материале мы попробуем проанализировать ситуацию с традиционной печатной продукцией: книгами, газетами и журналами

Книги

Еще относительно недавно, лет 7-10 назад, было много разговоров о том, что книга, как полиграфический продукт, постепенно исчезнет — ее заменит электронный вариант. Это и удобно, и выгодно и в конце концов экологично, поскольку не нужно рубить деревья для изготовления бумаги. Но жизнь ситуацию скорректировала, и книга не только сохранилась, но и стала развиваться. Причем не только в традиционных книжных странах, но и в России. И если в течение нулевых годов объемы российского производства книг действительно сокращались, причем весьма заметными темпами, то примерно с 2015 г. ситуация стабилизировалась, и в дальнейшем падение прекратилось и даже наметился некоторый рост. Правда, очень заметный спад произошел в пандемийном 2020 г., но уже в 2021 г. все начало восстанавливаться. И наметившийся рост продолжается. Ряд экспертов даже утверждает, что рост будет продолжаться и дальше, причем темпами вполне внушительными — 8-10% в год.

По данным Российской книжной палаты, рынок книг в 2022 г. практически повторил объемы 2021 г. При этом ряд ведущих книжных типографий в явном виде рапортовал о заметно увеличив-

шихся объемах производства в ушедшем году. Можно было бы предположить, что происходит перераспределение заказов, но нет. Сообщений о каких-то серьезных проблемах у каких-либо книжных типографий в течение года не было. Так что, скорее всего, рост книжных объемов связан не с переходом заказов от других типографий, а с общим ростом рынка.

Рискнем предположить, что часть рынка книг не учитывается книжной палатой и другими контролирующими органами, поскольку довольно часто при изготовлении небольших тиражей книг обязательные экземпляры не отсылаются и не попадают в общий учет. А для частных и корпоративных книжных изданий даже ISBN не приобретается. Так что рынок книг на самом деле больше. И эти результаты радуют. Важным остается тот факт, что в сложнейшем для экономики России 2022 г. объем производства книг не сократился, а сохранился на прежнем уровне. Книга востребована.

Но все же попробуем углубиться в те данные, которые приводит Российская книжная палата. Если в первом полугодии 2022 г. общий объем выпуска книг составил 57 тыс. наименований, то во втором полугодии — уже 51 тыс. По итогам года, общий объем получился почти в точности на уровне прошлого года (108 тыс.). В первом полугодии рост тиражей составил 14%, во втором полугодии — примерно такой же спад, поскольку общий прирост тиражей за год составил всего около 2-3%. Есть еще такой показатель как общий листаж (объем) изданий. В первом полугодии он вырос на 20%, а по итогам года — на 8%. Листаж показывает, что объем книг (число страниц) становится больше — доля объемных книг, по сравнению с тонкими брошюрами, растет. В итоге если просуммировать все показатели роста рынка, то общий прирост

объема книг в России в 2022 г. составил около 10-12%, что очень неплохо для санкционного года. Для типографий правильнее учитывать не общий рост тиражей книг или количества выпущенных изданий, а объем работ, который нужно выполнить для выпуска книги. И тут учитывать нужно три фактора: изменение тиражей, количества изданий и средних объемов. И вот по этим показателям книжное производство в России выросло, по официальной статистике, на 10–12%.

Но следует внести еще ряд корректирующих параметров. Если посмотреть финансовую отчетность некоторых книжных типографий, особенно цифровых, то по-

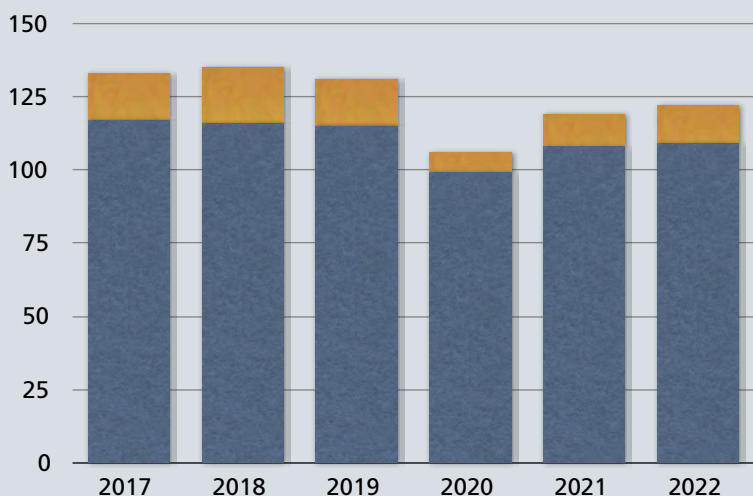
лучаются весьма интересные результаты. Если, например, попробовать поделить их выручку на среднестатистический заказ, то получаются цифры, которые не согласуются с официальной статистикой. По данным Российской книжной палаты, на 50 крупнейших издателей России приходится 55 тыс. наименований выпущенных книг или около 50% всех выпущенных книг в 2022 г. Но есть другие цифры, которые говорят, что на 50 крупнейших издательств приходится 366 млн экз. книг из общего объема в 392 млн. То есть 50 крупнейших издателей печатают до 93% всех тиражей книг в России. Есть некоторые сомнения. В России более-менее активно ра-

ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!

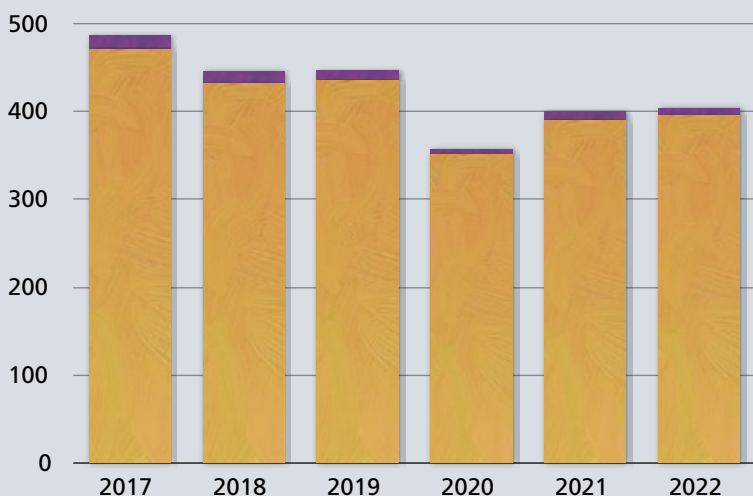
РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



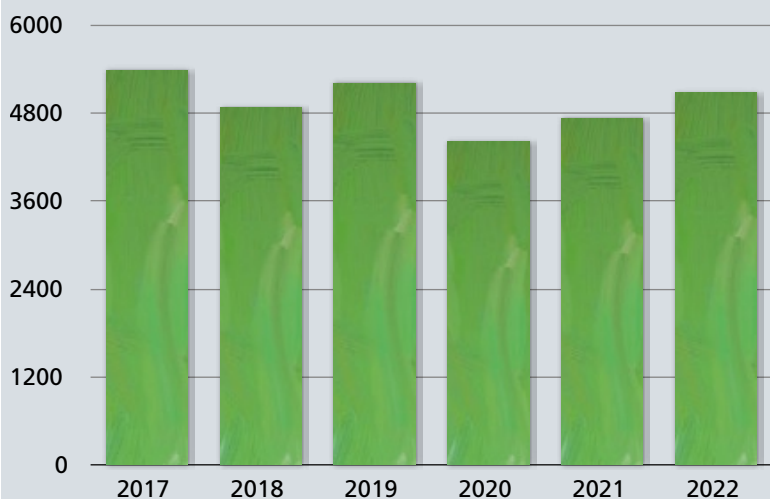
oktoPRINT
SERVICE
www.oktoprint.ru



Общее количество наименований книг по годам (в тысячах наименований). Оранжевым цветом показана предлагаемая нами коррекция. По разным причинам недочет выпущенных книжных изданий можно оценить примерно в 10% (по 2022 г.)



Совокупный тираж книжной продукции по годам с предлагаемой коррекцией (фиолетовым). Несмотря на приличный объем неучтенных книг, суммарно общие тиражи меняются незначительно (1–2%)



Суммарный объем печати книжной продукции в миллионах листов оттисков по годам. Эти цифры вряд ли имеет смысл дополнительно корректировать, так как неучтенный объем в основном за счет малотиражных книг, и общий объем в листах меняется совсем незначительно

ботают 1300 книжных издательств. И это означает, что на 1250 издательств приходится около 26 млн общего книжного тиража или по 20 тыс. книг на каждого. Получается, что на все оставшиеся 53 тыс. наименований книг приходится общий тираж в 26 млн экз. или каждый тираж в среднем около 500 экз. Возможно. Если взять тираж каждого издательства в 20 тыс. и разделить на 500 экз., то получится, что каждое издательство должно в среднем выпустить 40 книг. Реально. Понятно, что кто-то меньше, кто-то больше, но в среднем получается. Вроде бы все сходится.

Но если анализировать объемы печати отдельных типографий, возникают некоторые сомнения. Например, указанный суммарный тираж пятидесяти лидирующих полиграфических предприятий составляет около 385 млн экз. книжной продукции. Но при этом количество изданий, выпущенных этими типографиями — 57 тыс., то есть всего 53%. Получается, что на оставшиеся 47% книг приходится всего 7 млн экз.! Или средний тираж почти половины всех книг, отпечатанных типографиями, не попавшими в топ 50, должен составить в этом случае около 140 экз. Маловато. Конечно, на рынке немало книг, которые цифровые типографии печатают тиражом 30–40 экз. Но вряд ли это все-таки половина всех книг.

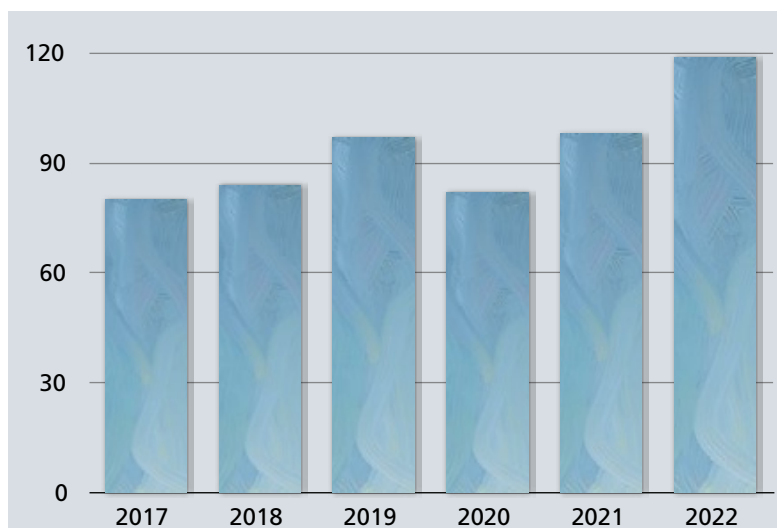
Если рассуждать дальше и взять из открытых источников выручку некоторых типографий и сравнить ее с указанными тиражами, получаются не очень сходящиеся цифры. Например, средняя продажная цена экземпляра книги в ряде случаев может составлять 800–900 руб. При этом если просчитать заказы на среднестатистические книги в ряде ведущих типографий, то средняя книга окажется дешевле, причем заметно. Особенно у цифровых типографий, которые как раз печатают небольшие тиражи книг. Скорее всего, часть книг, выпущенных цифровым способом, не учитывается. Причем этих малотиражных книг много.

Есть и другие особенности. Среди типографий, печатающих большие тиражи, средняя стоимость экземпляра получается совсем скромной — 20–40 руб., что говорит о том, что это брошюра, а не книга. В целом Российской книжной палатой совокупно учитываются и книги, и брошюры, что правильно, но общую картину несколько искажает. Если внимательно профильтровать данные, то получится, что брошюр у нас довольно много, полноценных книг — меньше.

В итоге, на наш взгляд, имеет смысл внести поправки в объемы производства книг и брошюр. Количество выпускаемых наименований имеет смысл увеличить примерно на 8–10%, в первую очередь за счет неучтенных книг.

Если же собрать данные об общей выручке типографий, печатающих книги, и разделить их на отпечатанные ими тиражи, а затем все это проэкстраполировать на те предприятия, данные по которым получить не удастся и затем усреднить, то средняя стоимость производства экземпляра книги в России составит 220–250 руб.

Хотя использовать общую финансовую выручку типографий для оценки средней стоимости книг не совсем верно. Типография может



Объем книжного рынка России по годам (в миллиардах рублей). Эти данные предоставляет международная аналитическая компания Statista. Здесь подсчитаны объемы продаж готовых книг. Объем производства книг в деньгах можно косвенно оценить, вычитая из реализации 35–40%. Очень грубо рынок производства книг можно оценить в 70–75 млрд рублей. Существенный рост в 2022 г. в основном объясняется ростом затрат на производство книг, но и рост объемов все же влияет

печатать не только книжную и брошюрную продукцию, попадающую в учет книжной палаты, но и продукцию в учет не попадающую,

например каталоги торговых сетей или рекламу. И по хорошему из общего оборота нужно вычесть сумму, потраченную на не

учтенную книжной палатой продукцию. Тогда по некоторым типографиям средние отпускные цены на учебные книги и брошюры снизятся до более реальных значений. Впрочем, оправдать среднюю цену по типографии в 20-40 руб. этим аргументом сложно. Но нельзя исключать, что у типографии бизнес может быть разделен между несколькими юридическими лицами, что не дает возможности увидеть полную картину.

В результате все же хочется внести некоторые поправки и в общие тиражи. Все же маловероятно, чтобы на все оставшиеся книжные типографии приходилось всего 7 млн экз. Общий тираж нужно увеличить как за счет общего количества выпущенных книг, так и за счет недоучета тиражей. Косвенно это подтверждает ряд аналитических агентств. Например, известное международное аналитическое агентство Statista оценило объем книжного производства в России в 120 млрд руб. А это означает, что средняя цена производства одного экземпляра книги в России составляет около 300 руб., что несколько больше, чем получается при наших подсчетах. Или больше самих экземпляров. Наверное, и то, и другое. Производство книг в России подорожало, но и объем увеличился. Причем не только в ушедшем 2022 г. Скорее всего, мы и раньше не досчитывали часть объемов производства по причинам, уже указанным ранее. Но при этом Statista уверенно показывает рост производства книг в день-

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 течение 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
Курсанов, 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. У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!

гах в России на 20-22% по сравнению с прошлым годом. Из этого примерно 16-18% нужно отдать удорожанию и 3-4% — росту объемов. И общий объем производства книжной продукции в России имеет смысл оценить в 116–120 тыс. наименований, а общий тираж — в районе 400 млн.

Журналы

Несколько хуже обстоит дело с журнальной периодикой. По данным Российской книжной палаты в прошлом году в России перестали издаваться около 200 журналов. На первый взгляд, не так много, всего около 3% российского рынка. Бывали годы, когда падение количества издаваемой периодики сокращалось заметнее. В пандемийном 2020 г. перестало издаваться почти 700 журналов! Но зато потери в общей тиражности составили около 14-15%, что очень даже заметно. Это связано, в первую очередь, с тем, что перестали

выходить некоторые крупные гляцевые журналы, которые либо ушли из России, либо аннулировали свои лицензии. Впрочем, 2020 г. был для журналов еще хуже. Тогда потери общего тиража составили почти 30%.

По данным Российской книжной палаты, наиболее сильно пострадали крупные общенациональные журналы. За 2022 г. с рынка ушло 37 таких изданий (0,5% рынка журналов). Вроде бы немного, это 51 млн экз. общего тиража или 9% всего суммарного тиража журналов в России. Но падение тиражей связано не только с уходом журналов, но и с сокращением тиражей продолжающих издаваться. Больше всего падение тиражей ощутили на себе крупные рулонные журнальные типографии. Вторыми по падению тиражей и по количеству закрывшихся изданий стали городские издания, которые издаются в крупных городах (в основном в столицах и городах миллионниках). Ры-

нок потерял почти 30 таких журналов с общим тиражом в 2,5 млн экз. Практически не пострадали республиканские журналы — потери составили всего два издания, но падение тиражей у этих журналов ощутимое — почти 1 млн экз. Есть существенные потери и в сегменте международных журналов. Здесь семь наименований исчезло, а падение тиража составило 3,7 млн экз. Политическая ситуация явно повлияла на выпуск этого вида продукции. Любопытно, что существенно выросла категория «прочие журналы». Не очень понятно, что туда входит, но там прибавился десяток наименований журналов с прибавкой тиража более 2 млн экз!

Газеты

Журнальную тенденцию продолжают и газеты. Всего в 2022 г. рынок России потерял почти 400 наименований газет. А это 6% российского рынка — довольно много. Правда, суммарное падение тиражей газет оказалось не таким существенным (менее 10%). Хотя в абсолютных цифрах падение существенное — более 370 млн экз. Больше всего пострадали городские газеты с потерями более 160 наименований и 95 млн потерь тиража (более 6%). При этом общероссийские газеты на этом фоне весьма стабильны. Потери составили всего 13 изданий (4%), а тиража несколько больше — около 7%. В целом, газетный рынок основное падение преодолел и теперь постепенно выходит на стабильный уровень. Основное падение тиражей газет в новой истории пришелся на 2015 г., тогда рынок потерял суммарно более 1,7 млрд экз. газет. Впрочем, в 2004 г. было еще хуже, тогда падение составило более 2,1 млрд экз.

Анализируя эти цифры, можно сделать вывод, что существенной коррекции по журналам и газетам, в отличие от книг, делать не нужно. Возможно, есть несколько корпоративных газет и журналов, которые не учтены в этом отчете. Но самиздата в этих сегментах, в отличие от книг, нет, а количество корпоративных книг заметно больше, чем корпоративных журналов. Одно время был пик интереса к корпоративным журналам (в середине 10-х годов), но пандемия большинство из них закрыла. Так что рынок газет и журналов можно было бы скорректировать в плюс буквально на 1-2%, но в условиях той погрешности, с которой этот объем можно оценивать, такая коррекция смысла не имеет. ■



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН,
ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ
РАБОТЫ



ДОСТАВКА
ТИРАЖА



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

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

printech

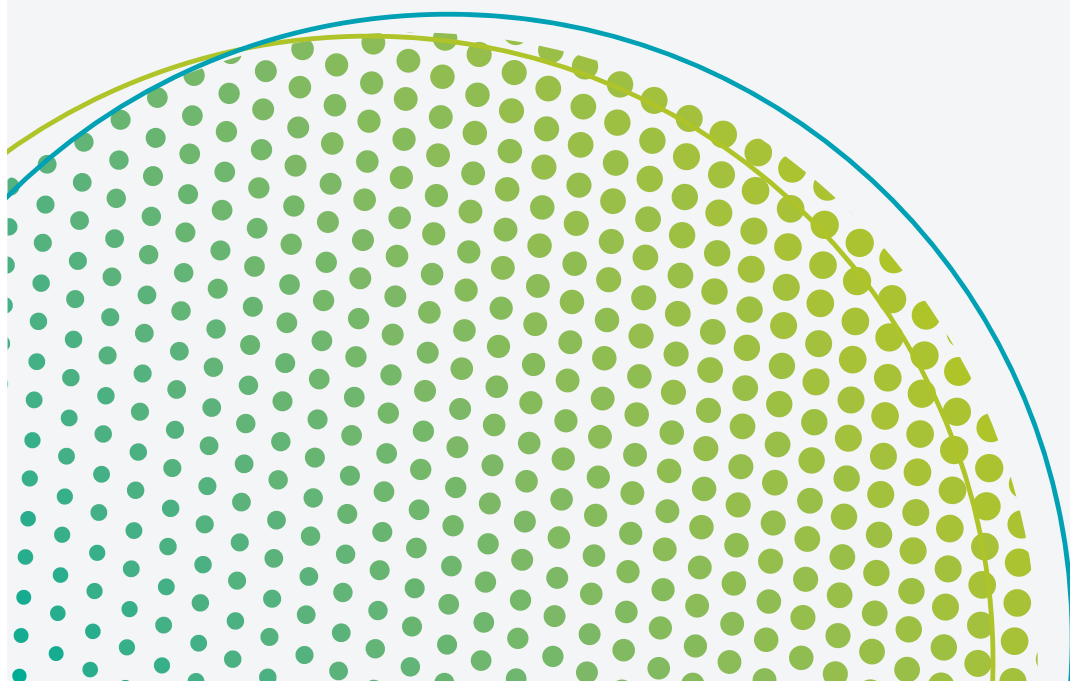


8-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ ПЕЧАТНОГО
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

6-9 ИЮНЯ
2023

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



ПОЛУЧИТЕ БИЛЕТ
ПО ПРОМОКОДУ

PT23k

printech-expo.ru



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER



«Флекса»: вариант трансформации бизнеса



Александр Ткаченко,
генеральный директор,
«Флекса»
[Ставрополь]

Время от времени в полиграфическом бизнесе говорят о необходимости его диверсификации, по крайней мере в офсете. Считается, что коммерческая офсетная полиграфия переживает не лучшие времена, и некоторые предприятия задумываются о смене профиля деятельности, чтобы продолжать развиваться. Как правило, миграция из коммерческого офсета идет в сферу печати картонной упаковки, но иногда встречаются и другие варианты. Интересная трансформация полиграфического бизнеса произошла в ставропольской компании «Город 26». Классическое офсетное предприятие освоило печать этикеток, в итоге появилась типография с говорящим

названием — «Флекса». Ее владелец и руководитель Александр Ткаченко рассказал нам об этом нетривиальном решении.

Развитие

«В полиграфию с друзьями мы пришли достаточно давно, — вспоминает Александр. — Еще студентами понемногу занимались поиском и размещением полиграфических заказов.

Сначала решили издать карманный бизнес-справочник Ставрополя (увидели такой в другом городе). Начали собирать данные о компаниях, подготовили издание и решили его напечатать. Параллельно с этим размещали и другие заказы, зарабатывая на этом. Несколько позже, уже работая в коммерческой структуре, возникла необходимость изготовить бланки. В результате организовали и этот процесс,



Десятикрасочная флексографская машина Gallus



Установленная во «Флексе» восьмикрасочная машина DongHeng DHF20350-8 позволяет запечатывать широкий спектр материалов: от тонких пленок до картона



и даже на этом заработали. После чего удалось приобрести первую печатную машину Heidelberg GTO. Так и появилась типография «Город 26». Было это в 2010 г.»

«Город 26» развивался как классическая коммерческая типография. Со временем увеличился и парк печатного оборудования, появились четырехкрасочные офсетные машины. «Но в рамках классического офсета было немного тесновато. Мы всегда думали о том, как расширить свои производственные возможности, — продолжает Александр. — Ставропольский край — сельскохозяйственный регион, здесь очень развита пищевая промышленность и много товаропроизводителей разного уровня, и многим нужна самоклеящаяся этикетка. В результате решили попробовать себя в этом бизнесе и приобрели по случаю бывшую в употреблении шестикрасочную флексографскую машину Nilpeter. Приобретение это оказалось на редкость удачным. Даже не имея большого опыта во флексографии, мы смогли успешно войти на этот рынок. В итоге к 2019 г. мы стали гибридным предприятием».

Александр пояснил, что относительно простой вход во флексографию был обусловлен двумя факторами. Во-первых, наличием в регионе большого количества производств, у которых были потребности в этикетке, и во-вторых, относительная свобода на рынке. Местных производителей самоклеящейся этикетки на Ставрополье практически не было: всего пара компаний, которые предлагали аналогичную продукцию, но они не могли закрыть все потребности региона.

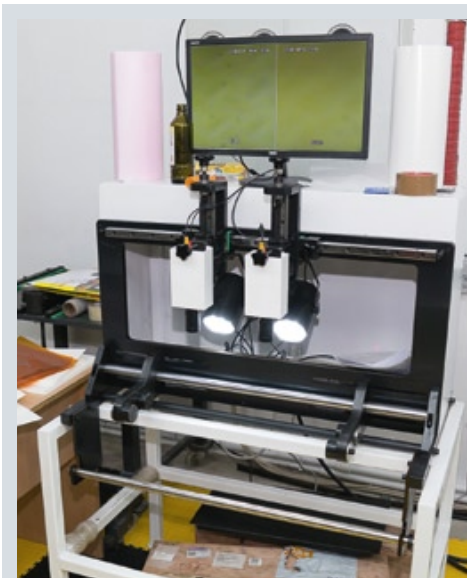
Гибридное производство

«Когда мы приобретали машину Nilpeter, нам казалось, что шести красок для печати этикеток хватит с большим запасом. Мы тогда мыслили офсетными

категориями. Но во флексографии все оказалось иначе — растущая конкуренция предполагала как раз движение в сторону производства сложной этикетки. В результате мы решили приобрести еще одну флексографскую машину, на это раз десятикрасочный Gallus, тоже бывший в употреблении, а от Nilpeter пришлось избавиться, — рассказывает Александр».

С этой машиной у типографии появилась возможность производства сложной этикетки, и флексография в рамках гибридной типографии стала преобладать. «Для того, чтобы подстегнуть развитие офсетной типографии, нужно было срочно приобретать пятикрасочную листовую машину с лакировальной секцией. И хотя возможности развивать офсет в нашем городе были, мне стало казаться, что двигаться в сторону флексографии — более правильное решение».

И в компании начали думать о приобретении следующей флексографской машины. «Успех с Gallus позволил думать о дальнейшем развитии в том же направлении. На 26 февраля прошлого 2022 г. у нас была запланирована поездка в европейскую типографию для приобретения очередной б/у флексографской машины. Но эти планы сбыться было не суждено. Ситуация в стране сложилась непростая, а затем в полиграфии начались перебои и с расходными материалами. Но,



Помимо печатных машин, в типографии «Флекса» есть комплект вспомогательного оборудования для изготовления этикеток. Это и бобинорезальное оборудование для роспуска больших рулонов на более узкие, и перемоточные устройства и устройства для монтажа форм на цилиндры

что самое интересное, в итоге 2022 г. оказался для нас самым успешным за все время работы, — констатирует Александр. — Объем заказов резко вырос, заказчики забыли слово «постоплата» — всем нужно было всего много, и даже финансовый вопрос не очень сильно волновал».



Вверху — запасы запечатываемых материалов, внизу — столы для хранения цилиндров

Оптимальный выбор

Несмотря ни на что, в компании «Город 26» думали о дальнейшем развитии. Необходима была еще одна печатная машина, причем срочно: «Теперь варианты поставки машины из Европы мы уже не обсуждали, хотя понимали, что тем или иным способом привезти ее можно. Начали думать о тех возможностях, которые есть. По сути, можно было приобрести машину только из Китая. Рассматривали предложения от трех производителей: Bengraphic, WeiGang и DongHang. В итоге приобрели машину DongHang у компании «Терра Принт». Помог с выбором большой опыт менеджера по продажам Александра Астафьева».

Александр Ткаченко признается, что сначала машина DongHang не произвела большого впечатления. «По сравнению с европейскими, да и с некоторыми китайскими, она не выглядит hi-tech. Но специалисты «Терра Принт» уточнили, что производителем это сделано сознательно, и предложили пообщаться с некоторыми пользователями этих машин, и они подтвердили, что работают на этом оборудовании успешно. А когда увидели, какую продукцию они печатают, все сомнения исчезли. Летом прошлого года мы подписали контракт на новую машину DongHang».

В фокусе: флексо

В результате Александр решил полностью сосредоточиться на флексографском бизнесе. И компанию разделили: Александр занимается флексографским направлением, а другие учредители продолжают развивать офсетное направление. Так появилась типография «Флекса», которая заняла новую специально построенную площадку. Новую восьмикрасочную машину DongHang DHF20350-8 установили уже там.

На момент нашего визита она проработала в типографии всего пару недель. «Уже после запуска стало понятно, что модель очень удачная, — говорит Александр. — На ней мы можем делать практически все, что и на Gallus. Мы даже раппорты выбрали такие же, чтобы при необходимости иметь возможность взаимозамены. Но при этом потенциал у DongHang больше. У нас в комплекте восемь УФ-сушек и одна тепловая инфракрасная, причем ставить ее можно на любую секцию. Это позволяет грунтовать запечатываемый материал или, наоборот, наносить водный лак поверх всего сюжета. На машине есть специальный рельс, на который могут быть установлены дополнительные секции. Есть секция холодного тиснения фольгой, причем ее можно переставлять вдоль машины: она может быть и первой, и последней, и промежуточной секцией. В результате можно, например, печатать поверх фольги. У компании DongHang есть различные навесные секции, которые расширяют возможности машины. Мы хотим добавить секцию ротационного трафарета, что еще больше увеличит наши преимущества».



Лозунг типографии: хорошему продукту — красивая этикетка!



Первый тест на пленке типография выполнила в «офсетном стиле»

Большой потенциал

Если Gallus в основном используется в типографии «Флекса» только для печати самоклеящейся этикетки, то на DongHang возлагаются другие задачи: «Мы хотим печатать кольцевую этикетку на пленке, и первый удачный опыт в этом направлении уже есть. В нашем регионе много производителей минеральной воды, которым нужна этикетка. Большой объем разливается в ПЭТ-тару, для которой нужна кольцевая этикетка. Хотим выйти на это рынок. Есть у нас опыт работы и с фармацевтической этикеткой, например для ампул. Продукт сложный, но мы его уме-

ем делать, и будем развиваться в этом направлении. Есть перспективы и в области бумажной этикетки для воды. Исторически «премиальная» вода разливается в стеклянную тару, на которую клеится бумажная этикетка. Раньше это была «сухая этикетка», но она не очень технологична. Сейчас есть решение с бумажной самоклейкой, отпечатанной флексографским способом. На нашей машине можем выпускать очень сложные по дизайну этикетки, которые офсетом напечатать сложно — требуется много прогонов, да еще и использование разного оборудования. А на машине DongHang можно нанести все, что нужно, сразу, за один прогон. Хотим начать работать в этом направлении. Есть планы и на термоусадочную этикетку, которую хотели бы заказывать некоторые наши клиенты. В общем, с новой машиной у нас появилось много возможностей».

Установленная DongHang — модель нового поколения. Эта машина с сервоприводом всех модулей, с системой автоматической приводки по всем секциям и барабанами охлаждения полотна, что позволя-

ет печатать на сложных тянущихся пленках и даже на термоусадке. В ней есть все, что есть в современных машинах ведущих производителей. Александр рассказал, что сейчас занимается системами внутренней автоматизации компании. Кроме того, стало необходимо получить возможность наносить коды системы «Честный знак». С недавнего времени он необходим и для бутылированной воды, этикетки для которой печатает «Флекса».

Интересный опыт

Пример ставропольской типографии — не столько диверсификация, сколько переориентация бизнеса. Александру Ткаченко удалось найти более перспективное направление работы и полностью в него погрузиться. При этом опыт, полученный в офсете, дал возможность достигать высококачественных результатов. Любопытно, что тесты новой флексографской машине делались на сюжетах для офсетной печати. Но DongHang успешно справилась — с высоким качеством отпечатала полутоновое изображение на пленке. ■

СЕРВОПРИВОДНЫЕ ЛИНЕЙНЫЕ МАШИНЫ

Выше качество, больше прибыли при разумных инвестициях



DONG HANG



Donghang DHF20350

МОДЕЛЬНЫЙ РЯД УЗКОРУЛОННЫХ ФЛЕКСОМАШИН DONGHANG С ДВУМЯ СЕРВОПРИВОДАМИ НА СЕКЦИЮ - ЭТО:

- Печать на широком спектре материалов от пленок толщиной 12 мкм до тубного ламината и картона.
- Производство высококачественной технологически сложной этикетки и малоформатной упаковки.
- Модели с шириной 370, 430, 460, 530 и 570 мм.
- Инновационный дизайн, эффективность, надежность, качество.
- Инжиниринговые решения. Широкий выбор отделочных модулей.
- Высокий уровень автоматизации.

«Полиграф-Клуб»: клубная концепция для полиграфистов



Олег Дороган,
генеральный директор,
«Полиграф-Клуб»

Рынок расходных полиграфических материалов переживает стадию переформатирования. Годами налаженные российскими дистрибуторами связи с зарубежными поставщиками разрушены как в силу санкций, так и по их инициативе. Приходится искать новых партнеров, перестраивать логистические цепочки, практически с нуля нарабатывать опыт с новыми материалами. Необходимо отметить, что в целом российские компании, занимающиеся дистрибуцией расходников, отработали неплохо, и острого дефицита расходных материалов в России нет. Конечно, изменилась номенклатура, изменились и цены. Но остановка производств и радикального удорожания печатной продукции удалось избежать.

Как на сегодняшний день обстоят дела с поставками в Россию, нам рассказал Олег Дороган, генеральный директор компании «Полиграф-Клуб», которая уже более 20 лет занимается продажей расходных материалов для полиграфии.

– Сколько лет Ваша компания в полиграфическом бизнесе?

– Наша компания была основана в 2000 г., и поставка расходных материалов для полиграфии была ее главной задачей с самого начала. Наш основной акционер ранее работал в крупных книжных издательствах, естественно, были хорошие связи с рядом книжных типографий и понимание их по-

Мы сразу стали открывать филиалы рядом с крупными книжными типографиями. У нас большая сеть филиалов. На наш взгляд, находиться рядом со своим заказчиком — правильная бизнес-стратегия, тем более, что мы не просто поставляем материалы, мы оказываем типографиям большой комплекс услуг.

требностей. Поэтому на первых порах «Полиграф-Клуб» занимался поставкой материалов именно для книжных типографий. Сначала объемы были совсем небольшие, но постепенно бизнес развивался — книжная печать была на

подъеме. Спустя некоторое время удалось приобрести часть склада компании Heidelberg в Санкт-Петербурге, это позволило открыть серьезный филиал компании в этом городе, который стал ключевым для нашего бизнеса.

– Развитие компании сразу пошло по филиальному принципу?

– Это наиболее разумный вариант развития такого бизнеса, как наш. Мы практически сразу стали открывать филиалы рядом с крупными книжными типографиями. Базовый филиал был и остается в Москве, помимо уже упомянутого Санкт-Петербурга, у нас еще есть филиалы в Казани, Твери и Туле. На наш взгляд, находиться рядом со своим заказчиком — правильная бизнес-стратегия, тем более, что мы не просто поставляем материалы, мы оказываем типографиям большой комплекс услуг.

– А что еще, помимо расходных материалов, Вы предлагаете?

– У нас есть несколько дополнительных сервисов. Прежде всего, собственная транспортная служба, причем как в каждом филиале, так и общая, курсирующая между ними. Соответственно, мы обеспечиваем оперативную доставку напрямую на производства. Также мы проводим технологический аудит для типографий. В каждом филиале, помимо складов с товарами, есть и свои производственные структуры. Часть из них унифицированы, но есть и уникальные.



– Расскажите про торговые марки материалов, которые поставляете сейчас?

– Несмотря на сложившуюся санкционную политику, мы продолжаем работать с целым рядом торговых марок. В частности, с компанией Agfa — по офсетным пластинам, с Henkel, Kiilto и Follmann — по различным клеям, с Epple и Flint — по краскам. Мы традиционно поддерживаем большой запас и внушительный ассортимент пленок для ламинации разных производителей: как азиатских, так и европейских. Мы давно работаем с европейским заводом Derprosa, производящим едва ли не лучшие пленки для ламинации. Derprosa считается новатором на рынке пленок для припрессовки. Первые опыты с софтбоксами, бактерицидными, тактильными и фактурными пленками проводили именно они. Мы продолжаем работать с ними и сейчас, хотя приходится задействовать параллельный импорт. Так как изначально наш ассортимент был ориентирован на книжное производство, много внимания мы уделяем и клеям.

– Клеи от европейских поставщиков можно поставлять?

– На самом деле, и у Henkel, и у Kiilto (в России называется «Кесто») есть локальные производства, некоторые наименования клеев этих торговых марок выпускаются в нашей стране. Мы даже участвуем в локальных разработках этих компаний. Так, совместно с Henkel было разработано несколько отечественных клеев, в частности клей для торцевой проклейки. Клеи для нас — серьезный бизнес. К сожалению, из-за санкций у нас исчез ряд позиций, которыми мы активно занимались, например PUR-клеи от Henkel, которые были очень востребованы российскими типографиями. Можно было бы организовать их поставки по параллельной схеме, но мы решили не портить отношения с Henkel и нашли на рынке довольно близкий аналог, который можно поставлять без ограничений.

– А что с краской? Бренды Epple и Flint удастся привозить?

– С Flint все достаточно серьезно, поставки, по сути, прекращены, удастся завозить по параллельной схеме только некоторые серии красок, которые нет возможности заменить. Epple тоже официально возить не получается, но краски хорошие и востребованные рынком, поэтому мы их завозим по параллельной схеме. Для их продажи используем собственный бренд. У Epple есть серии красок на растительном сырье, предназначенные для печати пищевой упаковки. В настоящее время мы активно продвигаем их на российский рынок. Продаем перебрендированные кра-



На складах «Полиграф-Клуба» есть все материалы, необходимые для обеспечения работы типографии на любом этапе производства:

- веера Pantone, фотопленки, офсетные пластины и другие материалы, необходимые для допечатных процессов;
- краски, офсетная резина, чехлы, смывки, добавки в увлажнение, вспомогательная химия и прочие расходники, используемые на этапе печати;
- переплетные материалы, пленки для ламинирования, клея, бумагорезальные ножи и марзаны

ски еще одного немецкого производителя: масляные, для УФ-печати и даже высокореактивные краски для экологических УФ-сушек. Так что поставлять какой-то объем красок из Европы нам удастся, но для пополнения ассортимента мы начали предлагать и китайские краски компании Angel Ink. Также надо отметить российскую компанию Chembio, которая нас поддержала в прошлом году. С ее помощью нам удалось успешно заменить многие виды зарубежной полиграфической химии, продукция этой российской компании оказалась на уровне мировых аналогов. Еще с недавнего времени мы начали поставлять под своей торговой маркой УФ-отверждаемые лаки серьезного турецкого производителя. Так что мы сейчас можем поставлять полный набор расходных материалов для офсетной типографии любого уровня.

– Вы упоминали технологический аудит, что это такое?

– Как и у многих поставщиков расходных материалов, у нас есть технологическая поддержка. Запуск нового материала в типографии — задача, почти всегда требующая участия технолога. Да и на любые вопросы клиентов по использованию наших материалов мы должны реагировать. Но, помимо технологической поддержки, мы еще осуществляем технологический аудит. Это услуга для типографий, которые пока не являются нашими клиентами или являются ими частично (например только по клеям). Наш технолог может проверить, как работает химия при печати, проверить клеевые системы, оценить допечатные процессы и т.д. Этот независимый

аудит мы проводим бесплатно, и по его результатам клиент получает список наших рекомендаций, как можно улучшить и усовершенствовать технологические процессы. Таким образом, мы налаживаем взаимодействие с типографией в рамках системы JBC и помогаем решить ее проблемы.

– Что такое JBC?

– JBC — Join Business Connection. Это некое сообщество, даже клуб наших клиентов, в рамках которого мы помогаем им находить новых бизнес-партнеров. У одного есть флато-резка, у другого — задача флатовать бумагу. У одного клиента есть возможность клеить на PUR-клей, у кого-то есть в нем потребность. Мы стараемся не создавать среди клиентов конкуренцию, а, наоборот, вовлечь их в кооперацию, в партнерские отношения. Кстати, под нашей собственной торговой маркой JBC мы продаем ряд материалов, исходного производителя которых мы не хотим или не можем показывать.

– Вы говорили, что в составе каждого филиала есть производственные структуры?

– В каждом нашем филиале есть станции по смешению красок Pantone. Не так давно установили станцию смешения в Казани. Существующие станции дооснастили всем необходимым для смешения УФ-отверждаемых красок. Также в каждом филиале у нас есть оборудование для заточки ножей для резальных машин и послепечатных линий. Помимо заточки, организовали поставку ножей для разных видов резальных машин. Мы — единственный в России официальный дилер компании ТКМ, известного производителя промышленных ножей. И продолжаем с ней работать даже сейчас. При этом некоторые наши филиалы, помимо базовых, имеют и специфические возможности. Например, в Санкт-Петербурге работает большой репроцентр, где мы изготавливаем формные пластины на заказ на выводном устройстве Agfa Avalon. В Москве репроцентров и так много, а в других городах пока не видим необходимости. В тульском филиале на базе



В московском филиале: слева — станция смешения красок и машинка для выкрасов, справа — заточка ножей для резаков



В петербургском филиале «Полиграф-Клуб» работает репроцентр, где на Agfa Avalon делают формные пластины на заказ

Тульской городской типографии работает центр по изготовлению магневых клише. Делаем это классическим способом — методом травления! В Тульской типографии были травильные машины, и мы их задействовали, существенно осовременив и доработав. Сейчас делаем такие клише практически на всю страну. Также следует отметить, что мы недавно открыли подразделение по резке офсетной резины. Это новое для нас перспективное направление. Мы определились с торговой маркой резины, точнее — с двумя. У нас будет и европейская, и азиатская.

– То есть и с поставками, и с производством у Вас складывается рабочая ситуация?

– Да, нам повезло, что практически все наши европейские поставщики постарались протянуть руку помощи. Они были рады, что мы смогли найти посредников, построить новые каналы поставок и как-то решить все возникшие сложности. Так что поставки большинства важных для нас товарных позиций мы сохранили, собственное производство активно работает.

– А в каком направлении планируется развитие компании?

– Мы будем продолжать развиваться в рамках нашей концепции. Сейчас мы готовимся открывать очередной филиал, на это раз в Екатеринбурге. Это было запланировано еще три года назад, но пандемия все притормозила. Сейчас мы видим возможность двигаться дальше. 



ПОЛИГРАФ КЛУБ
расходные материалы

Москва
Казань

Санкт-Петербург
Тула
Тверь



8 (800) 301 - 84 - 64
www.poligraph.club
inform@poli-mat.ru

ПЗБМ: на всех парусах к экологии!



Артем Дулькин,
коммерческий директор,
ПЗБМ
[Калужская область]

В Калужской области есть поселок на реке с неожиданным названием — Полотняный Завод. Этим названием он обязан заводу по производству парусных полотен, который был создан по приказу Петра I. Стране нужен был флот, а для флота — паруса. Полотняно-Заводская бумажная мануфактура была построена в 1720 г. Ее основателем является калужский купец Тимофей Филатов-Карамышев. Уже в 1725 г. была выпущена первая продукция: парусное полотно и писчая бумага. В то время бумага была большой редкостью и делали ее из тряпок. А в процессе изготовления парусов оставалось много тканевых отходов и они шли на ее изготовление. В 1735 г. компаньон Карамышева — Афанасий Гончаров унаследовал Бумажную мануфактуру, которая на тот момент уже считалась одной из крупнейших в Европе.

В 1775 г. посетившая ее Императрица Екатерина II, довольная качеством выпускаемой писчей бумаги, разрешила именовать мануфактуру «Поставщиком двора ее Императорского величества» и на писчей бумаге Гончарова появились водяные знаки, медали и почетное звание фабриканта.

В этом имение Гончаровых, роду которых принадлежала Наталья Николаевна, жена Пушкина, не раз гостил и сам поэт. Рядом с трехэтажным барским домом, построенным еще ее

прадедом Афанасием Гончаровым, находятся фабричные корпуса.

Сейчас Полотняно-Заводская Бумажная Мануфактура (ПЗБМ) — одно из старейших промышленных предприятий России — в 2023 г. она отметила 305-летие. За долгие годы своей истории она видела и пережила многое, но сумела сохранить свой профиль — производство бумаги.

Сегодня ПЗБМ входит в группу предприятий целлюлозно-бумажной промышленности — «Объединенные бумажные фабрики». До недавнего

времени у нее было два основных направления деятельности: производство картона и бумаги для изготовления гофрированного картона и выпуск широкого ассортимента бумажно-беловых изделий (тетрадей, блокнотов, альбомов для рисования и др.) Но в конце прошлого года здесь заработал цех по производству бумажных пакетов, в том числе брендированных. О новом направлении деятельности ПЗБМ нам рассказал ее коммерческий директор Артем Дулькин.



В ПЗБМ недавно были установлены восьмикрасочная флексографская машина и современные линии Ruizhi по выпуску пакетов разных размеров



Новые инвестиции

Современные рыночные условия требуют от компаний постоянного развития. Выбор ПЗБМ направления развития бизнеса в сегмент бумажных пакетов был не случаен: «Мы постоянно думаем о развитии компании. Производим довольно много бумаги для изготовления гофрокартона (как лайнеров, так и флюта), сам гофрокартон и изделия из него. Но нужно двигаться дальше. И свое будущее мы связываем с экологией. Наша бумага производится полностью из макулатурного сырья, для чего мы наладили собственный сбор макулатуры и покупаем ее у других компаний. Всем известно, какой серьезный вред экологии наносят изделия из пластика, в том числе пакеты. Поэтому наша цель — заменить на рынке хотя бы часть пластиковых пакетов на экологичные бумажные. К тому же у нас получается продукция с большей долей добавленной стоимости, так как делаем ее из своей же бумаги. Кроме того, это самый быстрорастущий из всех рынков бумажных изделий. По нашим данным, сегмент бумажных пакетов в России в 2021 г. вырос почти на 80%. Конечно, такого большого роста уже не будет ввиду макроэкономических факторов, но увеличение спроса мы ожидаем».

Серьезный проект

По словам Артема, проект по производству пакетов прораба-

тился довольно долго: «Решение мы приняли еще несколько лет назад и начали подбирать необходимое оборудование. Рассматривали предложения от немецких и японских производителей. Но как-то не складывалось. Во-первых, срок поставки оборудования растягивался почти на полтора года, а во-вторых, пугала цена. В процессе проработки альтернативы познакомились с компанией «Терра Системы» и решили рассмотреть варианты, которые они предлагали. Мы тогда уже отмечали большой прогресс в Китае как в плане технологий, так и в плане оборудования».

«Терра Системы» предложила рассмотреть комплекс оборудования китайской компании Ruizhi. Она уже несколько лет занимается поставками оборудования этой марки и накопила определенный опыт. При этом машины Ruizhi оказались заметно дешевле, чем европейские. А сама компания постоянно совершенствуется. К нам, например, «приехали» машины, которые за те несколько месяцев, что мы ждали поставки, уже были в усовершенствованном варианте. Это, конечно, радует. Изучив рынок Китая, мы выбрали именно бренд Ruizhi и не прогадали. Во-первых, это крупная компания, которая выпускает много машин, а значит, имеет богатый опыт эксплуатации. А во-вторых, на наш взгляд, по соотношению цена/качество они вне конкуренции».



Для изготовления бумажных ручек из узких рулонов бумаги и для нарезки рулонов, необходимых для изготовления пакетов разной ширины, в составе комплекса есть бобинорезальная машина GAOBAO/HIGHTOP WZFQ-1300A и машины вспомогательного назначения



В юбилейном 2018 г. мануфактура открыла музей бумаги — «Бузеон». Для него было отреставрировано старинное производственное здание XVIII в. На двух его этажах разместились интересная экспозиция по истории бумаги, ее производства и роли в жизни человека. В «Бузеоне» проводятся праздники, познавательные экскурсии и интересные мастер-классы

Другое решение

ПЗБМ выпускает бумажные крафтовые пакеты с бумажными ручками (плоскими и кручеными): «Нашей целью было сделать полностью экологичный пакет без дополнительных пластиковых ручек или ручек из копроновой веревки. Также хотели делать пакеты как с изображением, так и без. Обычно пакетоделательные машины оснащаются одной или несколькими секциями флексографской печати для нанесения изображений. Соответственно, когда идет пакет без изображения — эти секции не работают. У компании Ruizhi есть такие машины. Но «Терра Системы» предложили нам другую технологию работы, которая нам понравилась больше. Пакетоделательные машины мы приобрели без печатных секций, зато отдельно купили серьезную флексографскую машину, на которой мы можем запечатывать наш крафт, а затем делать из него пакеты. И это решение оказалось намного удачнее».

Этот проект был начат еще осенью прошлого года, и несмотря на все возникшие обстоятельства, был введен в эксплуатацию специалистами «Терра Систем» в ранее заданные сроки. Компания предлагает всегда сбалансированные решения, так как с каждым из производителей оборудования имеет многолетний опыт сотрудничества. С ПЗБМ был заключен контракт на поставку и ввод в эксплуатацию производства бумажных пакетов «под ключ», который был спроектирован совместно с заказчиком «с самого нуля».

Своя ниша

В результате в ПЗБМ был установлен комплекс оборудования из трех пакетоделательных машин, бобинорезального устройства и флексографской печатной машины и ряда единиц вспомогательного оборудования. Восьми-

красочная сервоприводная машина FM-CS1350 китайской компании FengMing обеспечивает печать на рулонных материалах со скоростью до 240 м/мин и оснащена системой автоматической приводки. Количество печатных секций и возможность наносить УФ-лак или краску в последней секции позволяет изготавливать бумажные пакеты с ярким визуальным оформлением и отделкой лаком в линию, а также наносить на крафт-бумагу кроющие белила из первых секций, после чего печатать по нему цветное изображение. А ширина бумажного полотна — 1350 мм — дает возможность производить из полотна пакеты большого формата.

Установка такой печатной машины позволила мануфактуре получить ряд интересных конкурентных преимуществ. Другие производители пакетов, использующие печатные секции, встроенные в пакетоделательную машину, обычно ограничены количеством цветов и не имеют возможность наносить лак в линию. Используя отдельно стоящую машину, не только можно производить декорированные пакеты, но и печатать другую продукцию, например упаковочную бумагу или бумажные подложки на подносы в общепите. При этом, по словам Артема, себестоимость декорированного пакета оказывается довольно низкой: «Мы сознательно идем в сегмент бюджетных подарочных пакетов. Дорогие премиальные пакеты производят многие. Есть компании, кто делает дешевые пакеты, но с простейшим изображением или без него. Мы же ищем свою нишу. Недорогой, но красивый пакет имеет смысл приобретать для недорогих сувениров и подарков, а также для доставки еды. Последние уже распробовали этот сегмент и массово отказываются от пластиковой тары и пластиковых пакетов. Мы видим здесь перспективы. Причем мы производим как брендированные пакеты под заказ, так и пакеты для продажи с универсальным дизайном. В большинстве случаев покупателю дорогой подарочный пакет просто не нужен! Сейчас разрабатываем коллекцию дизайнов к основным праздникам и прежде всего к Новому году».

Всего на ПЗБМ силами компании «Терра Системы» установлены три пакетоделательные машины Ruizhi RZFD-330T, RZFD-450BF и RZFD-450BTF, которые позволяют изготавливать пакеты шириной от 120 до 450 мм, дном от 60 до 220 мм со скоростью до 180 шт/мин. Имеется возможность производить пакеты с плоской или крученной бумажной ручкой или без, которые, например, могут использоваться как упаковка для сыпучих продуктов (крупа, макароны, мука и т.д.). Все пакетоделательные машины автоматизированы. На их вход подаются рулоны бумаги они могут быть предварительно запечатанными, а на выходе получается полностью готовый пакет с ручками. Причем ручки машины производят сами из отдельных узких рулонов бумаги. Для изготовления таких узких рулонов в составе комплекса оборудования установлена бобинорезательная машина.



Новое бизнес-направление ПЗБМ — производство недорогих и экологических бумажных пакетов «МакПак»

Такие пакеты могут применяться службами доставки продуктов, кафе и ресторанами для организации доставки блюд или упаковки заказов «на вынос», продуктовыми магазинами, магазинами непродовольственных товаров и многими другими.

Новый бренд

Производство бумажных пакетов на Полотняно-Заводской бумажной мануфактуре началось под торговой маркой «МакПак». Суть нового бренда — бумажные пакеты из

макулатуры. Экологичность, возобновляемость и дружелюбность — принципы современной упаковки. Использованный пакет от «МакПак» можно легко переработать снова в бумагу, а затем — в новый пакет. «Мы серьезно смотрим на этот рынок. — говорит Артем. — И комплекс оборудования, который мы сейчас запустили на ПЗБМ, — пилотный. Нарабатываем компетенции. Мы верим в активный рост это-

го сегмента бизнеса, и когда спрос на экологичные бумажные пакеты активизируется, будем к нему готовы. У «Объединенной бумажной фабрики» несколько бумажных фабрик. Суммарно мы сейчас производим до 35 тыс тонн крафт-бумаги в месяц. И работаем над развитием производства, чтобы производить больше. А значит, нам нужно развивать и производство продукции из этой бумаги. Пакеты, в том числе брендированные, — один из вариантов дальнейшего развития. Сейчас мы довольны нашим пакетодельным производством, и как со своей задачей справилась компания «Терра Системы». В планах подобных производств несколько. В структуре «Объединенной бумажной фабрики» есть предприятия, выпускающие влагостойкую бумагу, пергамент и другие сорта бумаги. Из них также можно делать пакеты и другую специальную продукцию, например брендированные бумаги для фастфуда. Имеющаяся печатная техника справится и с этой задачей». ■

Пресса для высечки и тиснения DAYUAN BHT-1060SCE



**БРЕНД №1
в Китае**

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



TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

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



«Смарт-Т»: новый вектор развития с премиальным брендом



Андрей Макачев,
генеральный директор,
«СМАРТ-Т»,
[Москва]

Текущая экономическая и политическая ситуация в стране создала условия, при которых целый ряд российских компаний получили возможность активного роста. О новом направлении своей работы нам рассказал Андрей Макачев, руководитель «Смарт-Т». Это динамичная компания, основным направлением деятельности которой стало внедрение новых технологий в области рекламного и текстильного бизнеса. Она прошла длинный путь развития и стала одним из лидеров рынка. Сегодня «Смарт-Т» имеет обширные знания и богатейший опыт работы в области цифровых печатных технологий и вспомогательных процессов. И, несмотря на все происходящие экономические бури, прочно удерживает свои позиции.

– Расскажите про компанию «Смарт-Т» и основную сферу ее деятельности.

– Компания появилась больше 20 лет назад — в 2002 г. Практически сразу мы сформулировали свою миссию: внедрение передовых технологий цифровой печати и раскрытия в различные отрасли экономики. Печать — ядро нашего бизнеса, а технологии раскрытия — необходимые периферийные решения. Довольно быстро мы определили перспективные направления работы: печать по текстилю, сольвентная печать и УФ-печать. Все это обеспечивают различные широкоформатные струйные

устройства. И сейчас могу уверенно говорить, что в этих областях мы достигли серьезных успехов — по многим позициям став лидерами российского рынка.

Мы сместили акцент с поставок оборудования на обеспечение сервиса для клиентов. На мой взгляд, успешные поставки возможны только в случае, если есть эффективный сервис. Когда ты готов любыми способами обеспечить клиенту полную работоспособность приобретенной им техники! Сейчас у нас работает более 230 человек, из которых значимая доля — сервисные инженеры. И сейчас, спустя время, могут сказать, что наш подход опережающего развития сервиса стал залогом успешного развития всей компании.

– Получается, очень динамично развивающееся предприятие. У Вас до создания компании «Смарт-Т» был необходимый опыт?

– Да, до этого был другой бизнес со схожим профилем: широкоформатная печать и решения вокруг нее. В рамках прежней компании мы работали с 1992 г., начинали сотрудничать с огромным количеством производителей подобной техники. Они тогда во всем мире активно развивались, появлялось множество новых игроков, со многими из которых мы налаживали отношения. Занимались поставками и обслуживанием оборудования. Практически все известные

американские, европейские и японские производители такой техники были в сфере наших интересов. Здесь возникла сложность: я захотел сосредоточиться на дистрибуции принтеров Mimaki (Япония) и сделать ставку на цифровую печать по текстилю, а мои партнеры возражали. В итоге я решил уйти из компании и строить бизнес самостоятельно.

– И тогда появился «Смарт-Т»?

– Да, я создал новую компанию. Имея большой опыт, я понимал, что нужно делать. В итоге сейчас «Смарт-Т» — группа компаний, в которую входит головной офис в Москве, сеть из восьми филиалов по России, а также представительства в Казахстане, Киргизии, Узбекистане и Беларуси. В каждом из наших филиалов и региональных отделений есть демозалы, склады расходных материалов и запасных частей, квалифицированные менеджеры и сервисные инженеры, которые оказывают полный спектр услуг по пусконаладке, ремонту, настройке, профилированию продаваемого оборудования и обеспечению качества печати у клиента.

– Как думаете, в чем причина успеха «Смарт-Т»?

– В какой-то момент мы сместили акцент с поставок оборудования на обеспечение сервиса для клиентов. На мой взгляд, успешные поставки возможны только в случае, если есть эффективный сервис. Когда ты готов любыми способами обеспечить клиенту полную работоспособность приобретенной им техники! Сейчас у нас работает более 230 человек, из которых значимая доля — сервисные инженеры. И сейчас, спустя время, могу сказать, что наш подход опережающего развития сервиса стал залогом успешного развития всей компании.

– Что подразумевается под опережающим развитием сервиса?

– Все просто: если компания собирается в будущем продавать в единицу времени 100 принтеров, а сейчас продает пятьдесят, — уже сейчас нужно заниматься расширением сервисной службы. Искать людей, обучать их — увеличивать штат квалифицированных специалистов. Наоборот не получится.

Многие думают: сначала продадим 100 принтеров, а потом будем расширять штат инженеров. Так это не работает. Наш опыт показывает, что для обучения и подготовки квалифицированного инженера уходит минимум год, а то и два, пока у него будут все необходимые для работы компетенции. А выпускать к клиенту неподготовленного инженера категорически нельзя. Кстати, мы сейчас расширяем штат сервисных инженеров, приглашаем всех желающих.

– В своей области «Смарт-Т» — очень динамично развивающаяся компания. Только за счет правильного подхода к сервису?

– Во многом, конечно, да. Но нельзя недооценивать вклад и наших партнеров. В первую очередь, японской компании Mimaki. С ней мы работаем с самого основания. Точнее, сам факт создания «Смарт-Т» связан именно с этим брендом. Из прошлой компании я уходил именно с целью стать дистрибутором Mimaki и развивать этот бизнес по принципам обеспечения уникального в этой сфере сервиса. Сочетание этих двух факторов и привело к таким результатам. Нам удалось сразу получить высокий уровень поддержки со стороны Mimaki и практически сразу мы начали поставлять струйные печатные решения для текстильного бизнеса. Тогда, в 2002 г., мы были первыми, кто начал это делать.

– То есть тогда целенаправленно стали заниматься именно печатью по текстилю?

– Да, это был очень интересный новый сегмент. Иметь возможность технологично наносить самые сложные изображения на ткань, которые не смываются, не выгорают, получаются яркими, насыщенными и привлекательными, мне казалось очень перспективным решением. И все стало развиваться. В то время очень популярными были различные флаги: политические, корпоративные, спортивные, декоративные и т.д. И вот с «флажников» и начался наш бизнес. Оборудование Mimaki позволяло получать флаги очень достойного качества, и процесс пошел. Чуть позже у Mimaki появилась сольвентная печать, затем решения в области УФ-печати и другие интересные технологии.

– И Вы решили продвигать на российский рынок все технологии Mimaki?

– На мой взгляд, Mimaki сейчас является мировым лидером в области различных видов широкоформатной струйной печати. У компании огром-

ный исследовательский центр, заводы как по выпуску оборудования, так и чернил в разных странах: Японии, Китае, Таиланде, Нидерландах, Италии и даже в Литве. Эта компания самостоятельно разрабатывает свои устройства, приобретая только печатающие головки у самых разных производителей. Чернила — собственной разработки, контроллеры управления печатью и режимами головок — тоже. Такой подход позволяет получить оптимальные параметры печати устройств на самых разных материалах с самым высоким качеством. Mimaki всегда была инноватором в области высококачественной струйной печати. В частности, первой разработала технологию отслеживания засорившихся сопел и их компенсацию, чтобы ситуация не влияла на результат печати. Еще одна интересная инновационная технология, которой гордится Mimaki, — печать идеально круглыми каплями без сателлитов. Это комбинация использования нужной головки, точной механики, электроники, программы управления выбросом капли и подходящего химического состава чернил, которые дают возможность избавиться от сателлитных капель.

– Проблем не создает такое разнообразие головок и чернил вашему сервису?

– У Mimaki очень сильная поддержка своих партнеров. У нас отличная документация, хорошо обученные инженеры, есть большой запас запасных частей на складах — так что справляемся. Сложности сейчас лишь с разнообразием чернил. В силу известных причин нам пришлось искать альтернативные чернила для целого ряда видов печати. Но мы сделали это еще несколько лет назад, что очень помогло в текущей ситуации. Это позволяет нам сейчас успешно работать. И Mimaki относится к этой ситуации с пониманием. Причем больше никому из официальных дилеров во всем мире использовать альтернативные чернила категорически не разрешено. При этом мы не просто заменяем исходные чернила на более дешевые аналоги, а прикладываем много усилий, чтобы обеспечить клиентам безупречный результат печати. На апробацию новых чернил уходит несколько месяцев.

– Сейчас есть возможность поставлять оборудование Mimaki?

– Прямых поставок, конечно, нет, оборудование под санкциями. Но нам удалось решить вопрос с поставками

запасных частей и расходных материалов, что дает возможность поддерживать работоспособность оборудования у всех наших клиентов. При этом у нас большой складской запас, сформированный еще «когда было можно». Так что свои обязательства мы обеспечиваем. Кроме того, для наших клиентов мы сейчас предлагаем и альтернативный вариант.

– Какой вариант?

– Несколько лет назад мы интегрировали в свою структуру компанию «Ковчег». Основное ее направление деятельности — поставки принтеров из Китая. «Смарт-Т» — как официальный дистрибутор Mimaki — связан некоторыми обязательствами, и устройства альтернативных производителей поставлять не может. Но сейчас потребность рынка в альтернативах решениях высокая. Для поставок «Ковчег» мы выбрали в Китае лучших производителей струйного широкоформатного оборудования. Надо сказать, там большая дифференциация производителей: от барахла до продукции мирового уровня. Мы работаем со второй категорией. Предлагаем премиальные решения в области сублимационной, экосольвентной и УФ- и планшетной УФ-печати. То есть полный спектр печатающих устройств, которые мы сейчас можем продавать без всяких ограничений. Само название «Ковчег» оказалось в какой-то степени пророческим. Это спасение для нас в сложившейся ситуации — есть, что сейчас предложить заказчикам, аналогично решениям Mimaki.

– То есть у ваших клиентов сейчас есть даже выбор?

– И немалый. И все можно воочию увидеть в работе в наших больших демонстрационных залах по стране, которые мы также называем испытательными центрами. У нас штатно работает несколько квалифицированных инженеров, которые могут организовать для клиента тестовую печать на материалах, на которых они собираются работать, разобраться во всех тонкостях машин и сравнить разные модели оборудования. Раньше у нас, как у многих, был просто демозал оборудования, не всегда в нужный момент готового к работе: от такого визита клиенты много плюсов не видели. Сейчас у нас все демонстрационное оборудование в рабочем состоянии, и задача опытных инженеров — обеспечить максимально возможное качество демопечати, ис-

пытать материалы клиента, подобрать нужные режимы печати и раскроя. По-рой в процессе таких тестирований мы вместе с клиентами находим новые на-правления развития, появляются новые виды продукции, которые они могут изготавливать на наших устройствах. Так, например, некоторое время назад появились решения для печати обоев и натяжных потолков. И для кого-то это оказалось новым успешным бизнесом.

– Вы еще упоминали про системы рас-кроя. Расскажите немного об этом на-правлении.

– Мы основательно погружены в это направление с самого начала работы. У Mimaki есть решения в области план-шетных режущих плоттеров, которые мы успешно поставляли ряду клиентов. Но это премиальное и дорогое оборудо-вание. С 2017 г. «Смарт-Т» начал активно работать с китайской компанией iECHO. И, спустя несколько лет работы, мы стали крупнейшим поставщиком этой техники в России и входим в тройку крупнейших дистрибуторов iECHO в мире. А сама iECHO стала крупнейшей в мире ком-панией по производству режущих плот-теров с объемом производства более 4 тыс. единиц оборудования в год.

– А кто его основной потребитель? Это ведь оборудование довольно широ-кого спектра применения.

– Да, так и есть. Мы и поставляем его в самые разные сферы. Это и текстиль-ная, и мебельная промышленность, и производство изделий из полимеров и композитов. Есть установки и в военно-промышленном комплексе. Но суще-ственный объем идет в полиграфию и упаковочное производство. У iECHO есть хорошо проработанное решение для раскроя для изготовления картонной или гофрокартонной упаковки, очень попу-

Сейчас нам стало тес-но в рамках широкого формата — хотим раз-вивать сегмент циф-ровой печати само-клеящихся этикеток и гибкой упаковки. И начали искать пар-тнера в этой области. Нужен был произво-дитель струйных про-мышленных цифровых печатных машин, поскольку у нас огром-ный опыт работы именно со струйной технологией. Она нам понятна и интересна.

лярны плоттеры для раскроя с листовой подачей РК, а недавно появилось реше-ние для гибкой упаковки и этикеток. В частности, совсем недавно компания iECHO анонсировала новинку: систему лазерной резки рулонных материалов LCT, например, для изготовления само-клеящихся этикеток. Скоро такая маши-на будет установлена у нас в демозале. Одновременно с лазерным вариантом появилось аналогичное рулонное реше-ние с использованием ножей — плоттер RK, а также станок для высечки МСТ (уже стоит в демозале). Для раскроя мы также предлагаем компактные и недорогие плоттеры Vulcan (планшетные и с листо-вой подачей), которые активно исполь-зуют многие цифровые типографии при работе с небольшими тиражами.

– То есть активная работа компании продолжается?

– Да, у нас все работает, все движется. И сейчас нам стало тесно в рамках широ-кого формата — хотим развивать сег-мент цифровой печати самоклеящихся этикеток и гибкой упаковки. И начали искать партнера в этой области. Нужен был производитель струйных промыш-ленных цифровых печатных машин, поскольку у нас огромный опыт работы именно со струйной технологией. Она нам понятна и интересна.

– Сейчас целый ряд российских ком-паний движется именно в этом на-правлении. На рынке появилось сразу несколько брендов подобного обору-дования из Китая.

– Знаем об этом, но нас это не остано-вливает. Целый ряд иностранных компа-ний с российского рынка ушли (или за-морозили свою деятельность), так что места хватит для всех. Мы нашли про-изводителя нужных машин в Южной Корее — компанию Dilli. Съездили в го-сти, впечатлились просто космическим уровнем производства и подписали дистрибуторский договор. Сразу же от-правили в Корею наших инженеров на обучение и заказали демонстрацион-ную машину, которая должна прибыть в Россию в конце апреля. На ее запуск приедут корейские инженеры, которые помогут правильно все отладить.

– А что было самым значимым при выборе поставщика?

– На самом деле, компанию Dilli мы знали давно, так как, помимо прочего, она производит и широкоформатные принтеры. В том числе в качестве OEM и для других производителей с мировым именем — европейских и японских. У компании многолетний опыт в области струйной УФ-печати, что гарантирует высококачественный результат. Многие аналогичные китайские производители только начинают бизнес, а в случае Dilli многие сложности уже преодолены. Компания нам понравилась подходом — он во многом похож на то, как рабо-тает Mimaki. Нас свозили в несколько ко-рейских типографий, которые работают на оборудовании Dilli и очень довольны. И это еще первое поколение таких ма-шин, на которых компания отлаживала процесс печати, доводила его до совер-шенства. Сейчас производится новое усовершенствованное поколение.

– Если Вы планируете работать в сег-менте печати цифровых этикеток, то придется заниматься и периферийным оборудованием...



Штаб-квартира компании Dilli в Тондучхоне



Зал славы компании Dilli



Президент Dilli Dr. Choi с наградой IR52 Jang Young-Shil

– Конечно, мы это понимаем и уже ведем переговоры с рядом китайских производителей линий для послепечатной отделки этикеток. Но замечу, что на машинах Dilli не обязательно печатать именно этикетки. В корейских типографиях на них запечатывают и гибкую упаковку, и тубный ламинат, и полимеры. Так что у этих машин широкие возможности, которые могут использовать и российские флексографские типографии. Для них у нас есть и другие инте-

ресные решения, например, цифровая цветопроба для сложных флексографских работ – принтер-каттер Mimaki UJV300 (имеется на складе в Москве). С ее помощью можно изготавливать цветопробы этикеток и упаковки на прозрачных, металлизированных и тонированных полимерных материалах.

– То есть ваше новое направление – промышленное производство этикетки и упаковки?

– Да, мы видим здесь большой потенциал для развития компании «Смарт-Т». И входим на этот рынок с премиальным продуктом, который будет отличаться от конкурентных решений. Что важно подчеркнуть, компания Dilli обеспечивает вместе с принтером профессиональное программное обеспечение: системы управления рабочими потоками, современные растровые процессоры и др. ■

DILLI NEO PICASSO PLUS



СКОРОСТНАЯ ЦПМ ДЛЯ ПЕЧАТИ ЭТИКЕТОК И ГИБКОЙ УПАКОВКИ



СМАРТ-Т

+7 (495) 663-9111
www.smart-t.ru

**до 50^м
мин**
ВЫСОКАЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

СМУК + 2W
СТАНДАРТНАЯ КОНФИГУРАЦИЯ

ОПТИМАЛЬНОЕ
НАТЯЖЕНИЕ
ПОЛОТНА

ВЫСОКОЭФФЕКТИВНЫЕ
LED - ИСТОЧНИКИ

ПЕРЕМЕННЫЙ
ОБЪЕМ КАПЛИ

СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ
МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ
КАЧЕСТВЕННОЙ ПЕЧАТИ

до 1200 DPI
РАЗРЕШЕНИЕ ПЕЧАТИ

ПЕЧАТЬ
ПЕРЕМЕННЫХ
ДАННЫХ

«Герой Труда» из Добруша: сильные игроки позволяют нам развиваться



Андрей Евгеньевич Лузинов,
директор филиала,
«Добрушская бумажная фабрика»,
[Беларусь]

Снабжение российских полиграфических предприятий расходными материалами — задача очень важная, поскольку поставка печатной продукции для некоторых отраслей промышленности — задача стратегическая. Например, для фармацевтики, пищевой промышленности, товаров повседневного спроса. В подавляющем большинстве случаев эти товары должны быть упакованы соответствующим образом и в своем большинстве в складную картонную коробку. Эту продукцию активно производят многие российские типографии. И для этого им необходим картон. В досанкционный период в Россию поставлялось большое количество картона из самых разных стран, преимущественно из северной Европы. Сейчас поставки прекратились. В результате весной прошлого года возник острый дефицит упаковочного картона. И хотя постепенно его удалось преодолеть как за счет отечественного производства, так и за счет импорта из дружественных стран (в первую очередь, Китая), определенная напряженность в этом вопросе сохраняется. Сейчас одним из значимых поставщиков картона в Россию становится белорусская «Добрушская бумажная фабрика «Герой Труда». Мы посетили производство и пообщались с ее директором — Андреем Евгеньевичем Лузиновым.

История

«Добрушская бумажная фабрика — предприятие не новое, в этом году ему исполняется 152 года. Ее история связана с именем графа И.Ф. Паскевича и его сына — Ф.И. Паскевича. Идея создания фабрики пришла отцу в 1849 г., но воплотить ее в жизнь удалось лишь его сыну в 1870-1871 гг. В 1870 г. он основал завод по производству древесной массы, а в 1871 г. решил пе-

Идея была в том, чтобы производимой продукцией в рамках нового проекта закрыть нужды республики Беларусь в упаковочном картоне в полном объеме, а остальное — поставлять на экспорт. Так, как только в условиях свободной конкуренции производителей у локальных типографий будет хороший выбор картона, да и качество местного таким образом можно довести до мирового уровня.

репрофилировать его в бумагоделательную фабрику по производству сначала оберточной, а потом и писчей бумаги — большого дефицита в то время. Для этого в Англии была приобретена первая бумагоделательная машина, и уже в следующем, 1872 г., началось производство бумаги. Затем было закуплено еще нескольких бумагоделательных машин — производство постепенно расширялось. Любопытно, что на фабрике до сих пор успешно работает машина, приобретенная в 1896 г. На ней производят бумагу для гофролайнеров из макулатурного сырья.

Серьезный проект

Надо отметить, что «Добрушская бумажная фабрика «Герой Труда» является частью более крупного холдинга — «Белорусские Обои». И одна из ее задач — производство бумаги для обоев. «Мы сейчас производим несколько видов бумаг, — рассказывает Андрей Евгеньевич. — Мы производим крафт-бумагу для гофрокартона, обойную бумагу разных видов, беленую бумагу без покрытия (офсетную), рисовальную и бумагу для черчения. Не так давно начали производство флизелиновой бумаги для обоев, производим материалы для гигиенической продукции и ряд других материалов. Но самый серьезный новый инвестиционный проект — создание полного цикла производства мелованного упаковочного картона для изготовления складных картонных коробок.

Это проект полного цикла: у нас есть лесная биржа, древесно-подготовительный цех (осуществляющий размол древесины), цех для изготовления беленой химико-термомеханической массы (БХТММ), своя водоподготовка и водоочистка. Все это специально создано под новое производство. И, конечно, новая современная бумагоделательная машина с компьютерным управлением. Все это было приобретено и смонтировано специально для изготовления мелованного упаковочного картона.

Это большой государственный инвестиционный проект, специально созданный для масштабного производства картона, в том числе на экспорт: «Идея была в том, чтобы производимой продукцией в рамках нового проекта закрыть нужды республики Беларусь в упаковочном картоне в полном объеме, а остальное — поставляться на экспорт. Так как только в условиях свободной конкуренции производителей у типографий будет хороший выбор картона, да и качество местного таким образом можно довести до мирового уровня».

Ассортимент

Проект по созданию нового производства был запущен в 2014 г., но на его реализацию потребовалось довольно много времени. Первый

товарный картон на фабрике был получен в начале лета 2021 г.: «Сейчас мы выпускаем в основном картон GS-2 с односторонним двухслойным мелованием плотностью от 190 г/м² до 330 г/м². В следующем месяце планируется пробный выпуск двустороннего картона GS-1 с мелованием по оборотной стороне, что позволит типографиям делать более премиальную упаковку с запечаткой по оборотной внутренней стороне. У нашего одностороннего GS-2 картона оборотная сторона с хорошей белизной и покрытия праймером. Так что при необходимости ее тоже можно запечатать, что некоторые типографии и делают. Еще одна продукция, производство которой мы освоили, — целлюлозное полотно для гигиенической продукции. Помимо этого, мы осваиваем производство картона для изготовления бумажной посуды. Точнее, делаем для него основу без полива полиэтиленом. Но в ближайших планах — установка своего экструзионного ламинатора для полива, тогда будем выпускать полностью свой барьерный картон».

А недавно на комбинате была выпущена тестовая партия для упаковки TetraPack. Это картон-основа, которая может быть использована для изготовления многослойной композиции упаковки TetraPack. В общем, ассортимент производимых товаров внушительный.

Перспективы

Что касается мелованного картона то, по словам Андрея Евгеньевича, сейчас схема его реализации изменилась. В силу известных причин его поставки на европейские рынки теперь снизились и осуществляются в меньшем объеме. Основным потребителем становится Россия: «Мы нацелены на рынок России и хотим на нем развиваться. Здесь для нас сейчас открываются возможности. Конечно, у нас есть серьезные конкуренты в России: «Кама» и различные китайские производители. Мы внимательно изучили их продукцию и видим, что она очень надлежащего качества. Хорошо, что на рынке есть сильные игроки, они позволяют нам развиваться. Технологически мы производим картон аналогичного качества. Еще изначально при проектировании картонного производства вместе с ведущими мировыми разработчиками были проработаны рецептуры картонов, не уступающие мировому уровню. И когда мы только начинали его производить в 2021 г. наши образцы высоко

Мы нацелены на рынок России и хотим на нем развиваться. Здесь для нас сейчас открываются возможности. Конечно, есть серьезные конкуренты: «Кама» и различные китайские производители. Мы внимательно изучили их продукцию и видим, что она очень надлежащего качества. Хорошо, что на рынке есть сильные игроки, они позволяют нам развиваться

оценивали европейские покупатели. Но с началом военной операции многие материалы, которые мы предполагали использовать, стали ограничены в приобретении. Нам пришлось с нуля разрабатывать новые рецептуры новых композиции, чтобы продолжить выпуск картона. Специалисты предприятия с этим справились. Однако нет предела совершенству».

Борьба за качество

Изменение рецептуры не могло не отразиться и на результате. «Мы работаем над тем, чтобы довести показатели наших картонов до мировых значений, — говорит Андрей Евгеньевич. Основная задача — выпуск картона, удовлетворяющего своим качеством нашего покупателя. Сегодня гладкость поверхности картона составляет примерно 1,3 - 1,5 мкм, а начинали мы с гладкости 2,5 мкм. Очень хорошим уровнем гладкости упаковочного картона считается 1 мкм. Именно такой показатель у картонов ведущих мировых производителей картонов, и мы стремимся к этому показателю. Для получения такой гладкости в составе меловальной пасты должен быть коалин. Ни в России, ни в Беларуси нет мест добычи коалина нужного качества. Ищем. Подходящий коалин есть на новых территориях России, но пока оттуда что-либо поставлять в товарных объемах невозможно. Сейчас ожидаем начало поставок коалина с

Юго-Восточной Азии, а пока работаем с обычным мелом. Помимо этого, нет стирол-бутадиеновых латексов, которые используются для первичного мелования. Они обеспечивают большую гладкость первого слоя мелования и намного лучше удерживают частицы мела, существенно снижая пыление. Для решения проблемы пыления мы налаживаем поставки стирол-бутадиеновых латексов из Китая. Пробные партии получились с хорошей прочностью мелованного слоя, с низкой пылимостью: «Мы завершаем коррекцию рецептур, но нужно понимать, что процесс был небыстрый. Даже при использовании исходной эталонной рецептуры нам пришлось поменять поставщиков почти всех компонентов, которые были выбраны изначально. Это не могло не сказаться на качестве. Поэтому пришлось повторно корректировать рецептуру, подбирать новых поставщиков и снова корректировать. Вроде бы одни составляющие, но результат каждый раз немного отличался. Поэтому мы сначала проверяем картон в нашей лаборатории, затем отдаем его в несколько доверенных типографий в Беларуси, чтобы получить от них обратную связь по качеству картона. Сначала на нем печатают специальные тестовые сюжеты и, если все прошло хорошо, печатают уже промышленные тиражи».

Сейчас в целом процесс корректировки рецептур, режимов и подбора основных поставщиков компонентов завершен. Процесс производства картона уже идет штатно. На апрель месяц запланировано изготовить 16,6 тыс тонн картона.

Сертификаты

Еще одна задача, которая возникает при изготовлении картона для упаковки — прохождение всех уровней сертификации. Картоны должны соответствовать требованиям санитарного надзора по многим критериям, плюс есть специальные требования у разных областей применения. Фармацевтический картон должен обладать возможностью нанесения маркировки в том числе струйным способом, картоны для пищевых продуктов не должны иметь посторонние запахи и не должны вступать в реакцию при контакте с пищевыми продуктами и т.д. «Мы, разумеется, проходим все необходимые сертификации. Я уверен, что мы в ближайшее время решим большинство свалившихся на нас задач и будем выпускать картон мирового уровня». ■

«Курт и К»: большая эволюция конвертного производства



Артём Иванов,
генеральный директор,
«Курт и К»
[Москва]



Анна Конова,
генеральный директор,
«Мультилейбл»
[Калуга]

стой истории поиска верного варианта развития бизнеса холдинга «Курт и К» нам рассказали Артём Иванов и Анна Конова.

Поиски оптимизации

«Эта калужская производственная площадка не новая. Она появилось в 2005 г. — еще до московской площадки — и была предназначена для выпуска почтовых конвертов. — рассказывает Анна. — Сама компания «Курт и К» до этого конверты не производила, а занималась их крупной закупкой за рубежом с последующей продажей. Но довольно быстро объемы стали настолько существенными, что иностранные партнеры компании «Курт и К» решили запустить производство конвертов в России. Так и появилась эта производственная площадка, которая получила название «Постак». Изначально здесь было смонтировано специализированное оборудование для производства конвертов, а также для печати изображений по ним, и мы их начали производить в больших объемах».

Плодотворное сотрудничество продолжалось до 2015 г, когда руководство обеих компаний приняло решение об объединении и «Постак» стал частью группы компаний «Курт и К». «Было принято решение, что все производство конвертов будет сосредоточено в Калуге. — говорит Артём. — Сюда же перевезли все конвертоделательные машины из Москвы. Так стало более оптимально.

Всегда очень интересно наблюдать за тем, как со временем успешно развивается бизнес разных российских полиграфических предприятий. Как правило, очередным поводом для нашего посещения типографий является установка новых единиц оборудования или освоение новых процессов и технологий. Это может быть и диверсификация бизнеса, когда компания, оценивая его перспективы, принимает решения о расширении направлений работы или о смене видов выпускаемой продукции. В производственной компании «Курт и К» на ее московской площадке за последние годы мы были несколько раз. Тогда, она занималась изготов-

лением почтовых конвертов в больших объемах. Позже к этой продукции присоединились конверты для курьерской доставки, затем и картонная упаковка. И, несмотря ни на что, активное развитие компании и серьезные инвестиции продолжают. В этот раз мы побывали на калужской производственной площадке.

В настоящий момент на фабрике в Калуге действует крупнейший во всей Восточной Европе парк конвертного оборудования, допечатной и постпечатной обработки. О долгой и непро-



На предприятии есть собственное подразделение по подготовке, ремонту и модернизации штампов для высечки



Некоторое время назад на калужской производственной площадке холдинга «Курт» появился новый вырубной пресс Bobst NovaCut 106ER с разделением заготовок, который используется для производства картонной упаковки



А на своей московской площадке «Курт и К» начал активную диверсификацию бизнеса, поскольку спрос на почтовые конверты начал постепенно сокращаться: Московская площадка стала специализироваться на курьерских конвертах для служб доставки документов (это довольно сложная продукция из картона), а также на картонной упаковке. Там появилась высококласная печатная техника и специализированное постпечатное оборудование для изготовления картонных конвертов и картонной упаковки».



На Калужской площадке работает уникальная фальцевально-склеивающая линия Bobst MasterFold 75A1 в очень серьезной конфигурации



Для изготовления упаковки из гофрокартона в компании установлена линия Bobst SPO Flexo 160, состоящая из флексографской машины, пресса для высечки и брейкера



На предприятии стремятся по максимуму автоматизировать все производственные процессы, даже заклепку транспортных коробок с готовой продукцией



На производстве внушительные складские запасы сырья и готовой продукции

Помимо MasterFold, здесь работают и другие фальцевально-склеивающие линии от компании Bobst

Стало тесно

Скоро стало понятно, что при росте объемов упаковки на московской производственной площадке становится тесно. Производственных площадей в Москве все меньше, и они дорогие. Поэтому постепенно производство курьерских конвертов и картонной упаковки стали развивать и в Калуге. Было построено новое производственное помещение площадью более 10 000 квадратных метров. На всех площадках

в качестве основного поставщика постпечатной техники «Курт и К» выбрал компанию Bobst. Причем, сначала у них появилась бывшая в употреблении специально сконфигурированная фальцевально-склеивающая линия Bobst для изготовления курьерских конвертов, которая зарекомендовала себя с самой лучшей стороны. В итоге руководство «Курт и К» решило и дальше развивать свой бизнес вместе с компанией Bobst. В результате на московском произ-

водстве появилось два высекальных прессы Bobst — VisionCut и ExpertCut и две фальцевально-склеивающие линии ExpertFold. По словам Артема, во многом благодаря этому компания смогла практически полностью занять рынок курьерских конвертов: «Никто из конкурентов выпускать такую продукцию с должным уровнем качества и производительности уже не мог. В результате в Москве теперь находится производство курьерских конвертов, а в Калуге развивается производство картонной упаковки. Впрочем, и курьерские конверты из картона мы здесь тоже делаем. Для этого установили специальную фальцевально-склеивающую машину».



Уникальная специализированная машина для приклейки полиэтиленовых карманов, являющихся обязательной частью курьерского конверта



Пресс для тиснения фольгой SP 104 FoilMaster от компании Bobst



Основные печатные мощности «Курта» располагаются в Москве, но и в Калуге есть печатные машины



Оборудование для прямой печати по готовым конвертам

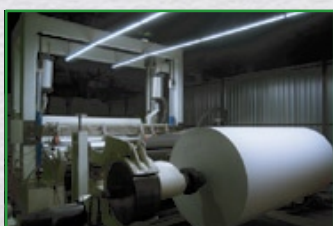
Кроме этого, некоторое время назад было принято решение об установке в Калуге флексографической печатной машины Flexo-1600 для печати по гофрокартону с вырубным прессом в линию SPO-1600: «Это оборудование появилось у нас относительно недавно, немногим более года назад, но оно позволило выйти на рынок запечатанной гофротары. К ней мы пришли тоже через конверты. Есть курьерские конверты (точнее, упа-

ковка для почтовой отправки), которые делаются из гофрокартона и микрогофрокартона. И мы эту продукцию освоили. Но имея такой мощный комплекс, мы можем вполне успешно выпускать и другую гофропродукцию с печатью. Флексомашина у нас двухкрасочная, это позволяет печатать несложные сюжеты, хотя нам достаточно, поскольку мы работаем по бурому гофрокартону, где редко встречаются сложные изображения».



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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



- Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества
- Расфуровка бумаги в любой формат

САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!



типография

Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178Ж
8 800-444-26-40, zakaz@apd52.ru

СБОРНЫЕ ТИРАЖИ
выгодное решение для вашей рекламы

Печатаем по низким ценам —
листочки от А7 до А3, плакаты А2 и А1,
визитки, буклеты, брошюры, папки

Принимаем заказы онлайн 24/7
на нашем сайте:

apd52.ru

Доставка по всем городам России



В компании «Курт» много специализированного оборудования для изготовления различных конвертов за один прогон. Их делают как из рулонной бумаги, так и из предварительно вырубленных заготовок

Также во время пандемии на предприятии появилась фальцевально-склеивающая линия Bobst Mistral. «Это бывшая в употреблении фальцесклеяка из Европы, но она была в отличном состоянии и к тому же российский Bobst будет ее обслуживать. Также некоторое время назад на нашей производственной площадке появился и вырубной пресс Bobst NovaCut 106ER, который используется для вырубки картонной упаковки с удалением облоя и разделением заготовок».

Уникальная машина

Но наиболее интересная установка оборудования Bobst на калужской производственной площадке произошла год назад. В феврале 2022 г. на предприятии была установлена фальцевально-склеивающая линия Bobst MasterFold. Это самая совершенная и «продвинутая» фальцесклеяка. MasterFold в России продается очень редко. Их можно пересчитать по пальцам одной руки — они нужны тем, кто производит очень сложные по конструкции коробки или которым нужна максимальная производительность.

«У нас вопросы повышения производительности стоят довольно остро — все чаще нам приходится браться за большие тиражи упаковки. И хотелось бы их изготавливать максимально быстро и экономично. — уточняет Артем. — Поэтому у нас линия MasterFold в очень серьезной конфигурации с автоматизированной системой подачи заготовок, автоматически поддерживающей высоту стапеля на узле подачи для стабильной подачи заготовок на обработку. Также у нас система автоматической приемки и упаковки готовых коробок в транспортные короба. Эта система у компании Bobst называется CartonPack,





Вверху: линия для производства бумажных конвертов,
внизу: линия для изготовления почтовых конвертов из
полиэтилена

она упрощает приемку продукции на максимальной скорости работы. Если производить упаковку небольшого размера на скорости 700 метров в минуту, то ручная приемка просто не будет справляться. Поэтому мы приобрели линию в максимальной конфигурации».

Хотя, по словам Анны, на такое современное оборудование на так просто найти персонал. Единственный выход – готовить специалистов самим, что и происходит.

В «Курт и К» все время работают над новыми направлениями работы — как и требует современный рынок. В частности, недавно на производственной площадке в Калуге нала-



Компания «Мультилейбл» — еще один бренд «Курта» занимается фасовкой конвертов малыми партиями для розницы и производством самоклеящихся этикеток



Офсетные краски из Южной Кореи

- Масляные триадные краски
 - Plus Kleentec SW
 - Pride 50
 - VitaPrinta plus LM
- Pantone Basic Colors
- УФ-отверждаемые офсетные краски
- УФ-отверждаемые флексо краски
- Фолиевые офсетные краски
- Масляные лаки

NEW

Изготовление смесевых красок по системе Pantone на собственном производстве

DEERS i

Daihan Ink,
сделано в Корее

Москва,
+7 (495) 730-98-97
in@ariongroup.ru

Владивосток,
+7 (423) 233-18-30
invl@ariongroup.ru
www.ariongroup.ru

жен выпуск полиэтиленовых пакетов для почтовых отправок. Это специальный вид продукции, в которую при почтовой отправке или курьерской доставке упаковывают отправляемое. Пакет имеет специальную клеевую полосу, которая «запечатывает» содержимое — достать его можно только разорвав пакет. Такие пакеты выпускают разного размера, причем как с изображением, так и без — запечатку полимера заказывают на стороне.



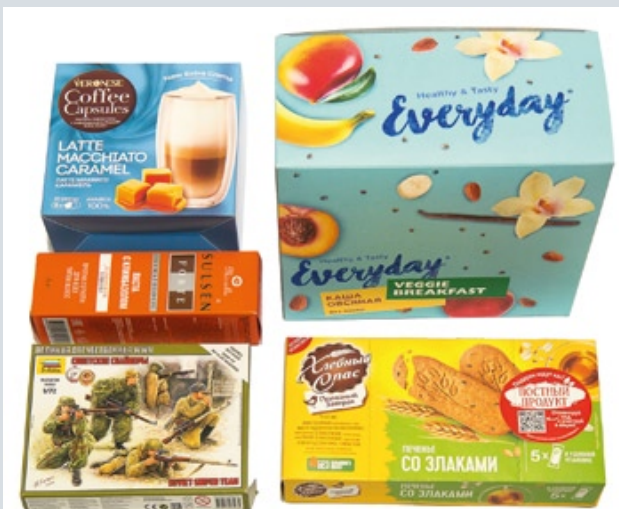
«Мультилейбл»

Также в компании существует подразделение, занимающееся производством самоклеящихся этикеток. В частности, этикеток для использования в принтерах и МФУ. Для этого используется отдельный бренд — MultiLabel. Сегодня усовершенствованная технология производства дает возможность изготавливать этикетки любого размера. Это позволяет на обычном принтере нанести черно-белое или цветное изображение, а также необходимую текстовую информацию о составе и свойствах товара. На производственных площадях установлено специальное оборудование, которое перерабатывает рулонные самоклеящиеся материалы в готовые этикетки разных видов, которые сразу же упаковываются в коробки и отправляются в розничную торговую сеть.

На производственной площадке в Калуге есть участок розничной упаковки конвертов в термоусадочную пленку. Индивидуальная упаковка продукции производится по 10, 15, 25, 50, 100 шт. в упаковке. Такая фасовка удобна для розничной торговли в магазине. По требованию заказчика конверты или пакеты могут быть упакованы в дополнительную целлофановую пленку, с возможностью вложить персонализированный вкладыш, напечатанный на отдельном листе или офсетным способом на дополнительном конверте, что повысит узнаваемость бренда. Также для розничной продажи организована упаковка конвертов мелкими партиями.

Во время экскурсии по предприятию нам показали и огромное производство конвертов, где используется самое разное оборудование. Это и производственные линии, где на входе рулон бумаги, а на выходе — готовый конверт со всей информацией, клеем, клеевой полоской и т.д. И пооперационное производство конвертов, когда отдельно из листа бумаги вырубается заготовка конверта, а затем специальное устройство их фальцует и склеивает (есть оборудование, которое может и печатать на заготовках).

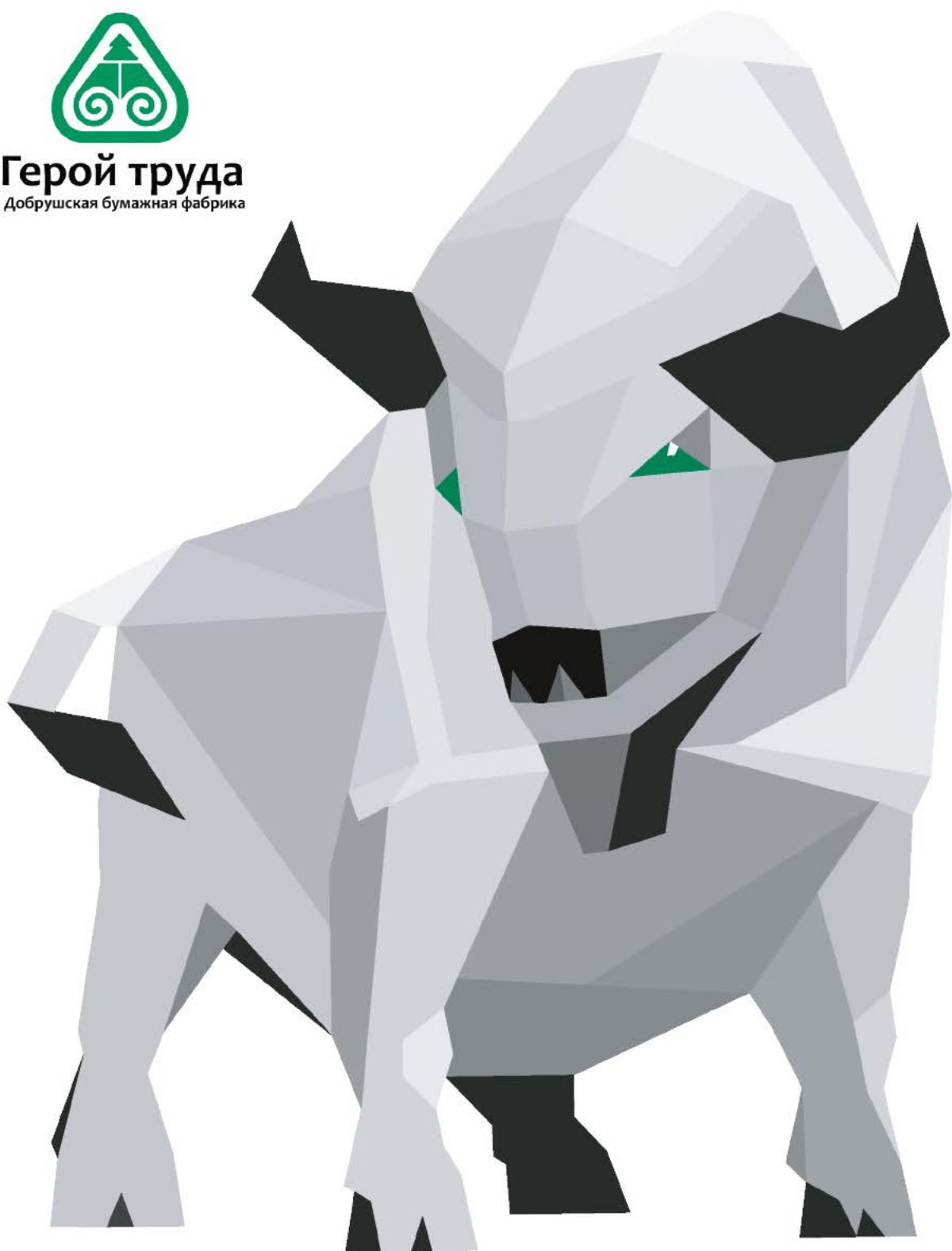
Развитие холдинга «Курт и К» идет сразу по нескольким направлениям, и их количество только увеличивается, и на Калужской площадке, в частности. В планах руководства сделать эту площадку основной, поскольку клиенты из самых разных городов России: «В общем, работы у нас много, даже в прошлом, весьма сложном году. Сейчас идет рост, так что на ближайшее будущее мы смотрим с оптимизмом»..



Группа компаний «Курт» производит большой ассортимент продукции. Помимо традиционных для нее конвертов, здесь освоили выпуск картонной упаковки, одноразовой посуды и самоклеящихся этикеток



Герой труда
Добрушская бумажная фабрика



МЕЛОВАННЫЙ КАРТОН ИЗ БЕЛАРУСИ

Республика Беларусь,
г. Добруш, пр. Луначарского, 7
+375 (2333) 2-90-57
bumfka@geroytruda.by
www.geroytruda.by



ЦБК-Трейдinг

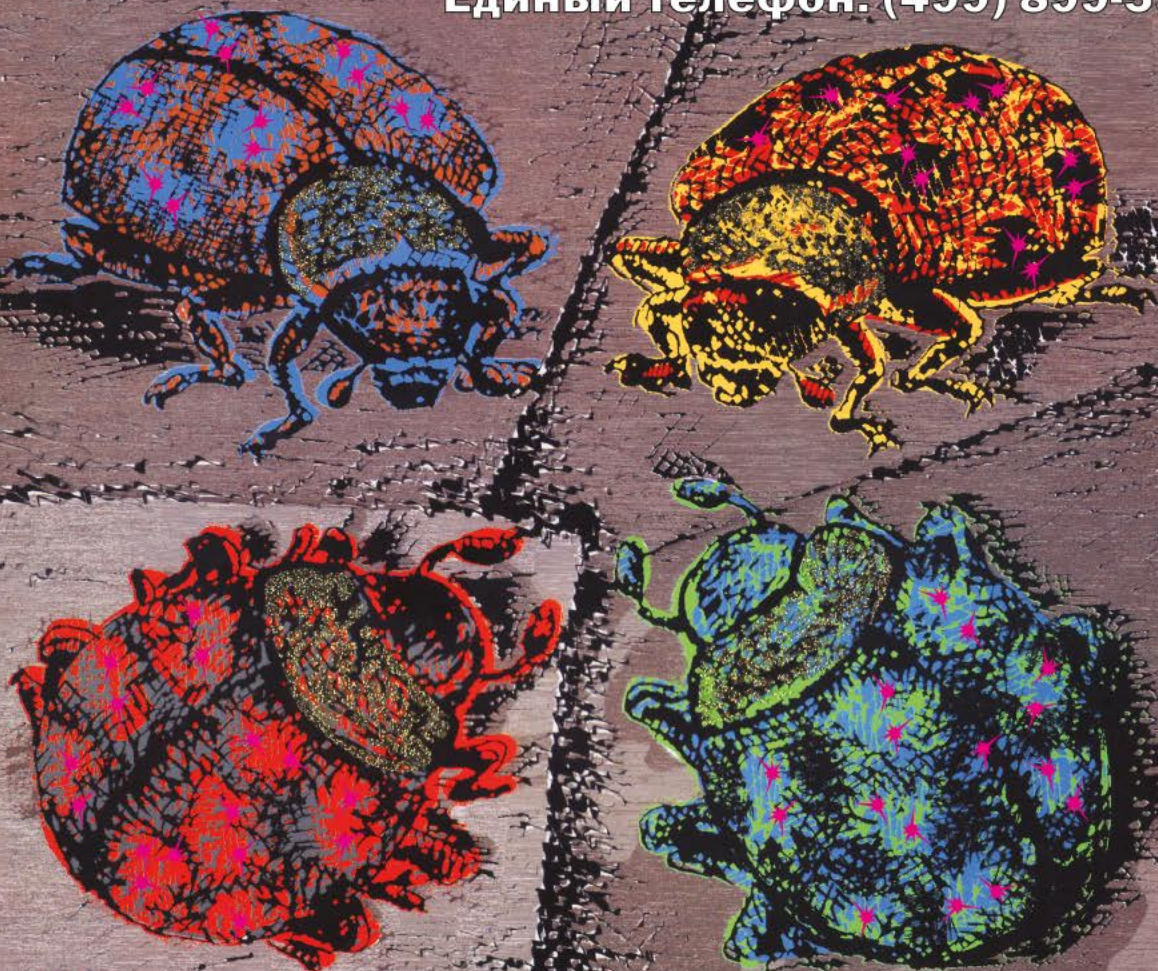
Представительство в России:
ООО «ЦБК-Трейдinг»
+7 (499) 270-05-53
mig@cbk-tr.ru
www.cbk-tr.ru

ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М Y К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи

от **250** экз.

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ

трафаретной
печатью



«Омела» применяется для печати
высокохудожественных многокрасочных
иллюстрационных и иллюстрационно-
текстовых изданий:
книги, годовые отчеты, каталоги,
журналы, брошюры,
листовки, календари, плакаты.

В секретах бумаги —
история вдохновения



www.ilimgroup.ru



www.omelapaper.ru

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов 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.