

ОФОРМАТ

№3, Апрель, 2013



ЧТО НУЖНО?

Изменить в организации полиграфического бизнеса в России — стране, где бизнесом считается только продажа нелегитимно



ЕСТЬ ЛИ ВЫХОД?

Для типографий России, когда руководству страны такой вид деятельности, как полиграфия, некими образами не интересен



ЧТО МЕШАЕТ?

Типографии России на равных конкурировать со своими коллегами из развитых стран Европы

ЧЕРНЫЕ МЫСЛИ: ЧТО НЕ ТАК В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПОЛИГРАФИИ?
(впрочем, может, что-то не так в стране?)

«УБИТЬ, НЕЛЬЗЯ ПОМИЛОВАТЬ!»
РОССИЙСКАЯ «МОДЕЛЬ» ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА

ФОРМАТ

Журнал для производителей
и заказчиков полиграфической продукции

Формат №3(80)-2013

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Другая экономика III, или Корень зла российской полиграфии 4
Стоимость полиграфического заказа при расчете в европейской типографии будет кардинально отличаться от той, которую можно получить в России. Как у них это получается и за счет чего?

ИНТЕРВЬЮ

Юрий Уколов, «КБА РУС»

Инвестиции в традиционный офсет: сознательное решение типографий 10
Стефан Валуцкий, «Терра Системы»
«Yubi — сильный игрок с правильным вектором развития» 12
Конрад Левандовски, ABC/Allied
Средства помощи типографиям 14

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

ООО «КАРТ РЕГИОН»

Такая разная «цифра», или Как использовать цифровые «фишечки» 16
Kaizer Group
«Типография завода», или Развитие одного бизнеса для процветания другого 20

ОБОРУДОВАНИЕ

Группа компаний «Шар»

«Шар» больших возможностей, или «Зарабатывать лучше любимым делом» ... 24
Типография «Елена»
«Восьмое чудо света» от Agfa 28

ТЕСТИРОВАНИЕ

Разворот на 180°: новая бумага для печати фотоальбомов 32
Тестирование бумаги с технологией FlexBind® с ламинированным шлицем, предоставленной ЗАО «Корпорация ЗНАК»

СОБЫТИЕ

Рулонная цифровая печать: новый взгляд на книгоиздание 34

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн 11
Гейдельберг-СНГ 7
ЗАО «Корпорация ЗНАК» 2-я обл
НИССА Центрум 27
ОктоПринт Сервис 5
Терем 29
Терра Системы 13

Фабрика офсетной печати вкладка
Agfa Graphics 31
AGService 15
KBA 9
Konica Minolta 19
Viva-Star 8
Xerox 23
YAM International 4-я обл

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

Почтовый адрес:

107140, Москва,
а/я «Курсив»
E-mail: format@kursiv.ru
www.kursiv.ru

Журнал «Формат»:

Главный редактор
А. Ч. Амангельдыев
Зам. главного редактора
М. Ю. Беляева
Ведущий редактор Н. А. Шлыкова
© Издательство «Курсив»
Все права защищены
Отпечатано в типографии Viva-Star.
Тел.: (495) 780-67-05
Подписано в печать 30.04.2013
Печать офсетная. Тираж 7000 экз.

ВНИМАНИЕ!

Любое воспроизведение материала или их фрагментов запрещено.
За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет

«Кириус Коллекшн»: эволюция или революция?

Для компании Antalis 2013 год является юбилейным: ровно 20 лет назад она начала поставки материалов для полиграфии в Россию. В рамках выставки «Дизайн и Реклама-2013» компания Antalis провела симпозиум, на котором в своей лекции профессор творческих наук Кристоф Балареск представил новую бумажную коллекцию Curious Matter. Как пояснил генеральный директор Antalis в России Себастьян Жан-Поль, этим мероприятием в Москве стартовал проект «PapermanTour 20», который предусматривает по случаю юбилейного года Antalis проведение презентаций во всех городах, где расположены филиалы компании. Далее подобные мероприятия пройдут для клиентов Antalis в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде и Ростове. Завершится «PapermanTour 20» грандиозным мастер-классом в Москве осенью текущего года.

Начав лекцию, Кристоф Балареск обратился к аудитории с вопросом: «Давно ли вы писали или получали письмо по почте?» Он считает, что именно в послании, написанном от руки на листе бумаги, мы можем полностью выразить мысли и чувства! И эмоции! «Мы нечасто используем бумагу, однако мы всегда хотим сделать наше сообщение незабываемым. Для этого мы выбираем особенную бумагу. Именно таковой — непохожей на других — является новая коллекция бумаги Curious Matter», — отмечает К. Балареск. Эта оригинальная коллекция делается из картофеля! Крахмал, добываемый из воды, в которой промывают картофель в процессе производства чипсов и картофеля фри, способствует формированию уникальной фактуры поверхности бумаги Curious Matter и является основой для создания интенсивного цвета. На ощупь она напоминает невообразимое сочетание песка и шелка, в то время как ее цвета отличаются однородностью и обладают глубоким матовым эффектом. «Дезире Красный», «Адирон Синий», «Пурпурный Маджести», «Черный Трюфель» — все цвета бумаги Curious Matter перекликаются с названиями сортов картофеля, популярных в Европе. Безусловно, эта бумага поражает и привлекает всеобщее внимание.

Дизайнерские материалы от «Регент-Арт»

Компания «Регент-Арт» традиционно обновляет свой ассортимент дизайнерских бумаг к весеннему сезону. На выставке «Дизайн и Реклама-2013» на стенде компании прошла презентация двух коллекций дизайнерских бумаг и картонов от фабрики Gmund.

Gmund Action — это дальнейшее развитие популярной коллекции Reaction. В новой серии, помимо уже известных оттенков, появилась бумага ярких сияющих цветов с мерцающей поверхностью. Бумаги Gmund Action охватывают полный спектр летних и зимних оттенков и гарантируют, что следящие за модными трендами потребители будут оставаться на пике моды на протяжении всего года. Бумага отлично подходит для изготовления цифровым и офсетным способом (фолиевые краски) каталогов, брошюр и открыток, которые просто обязаны быть увиденными.

Вторая новинка от фабрики Gmund — абсолютно натуральная коллекция Cotton, все бумаги которой изготовлены из 100%-ного хлопка. Материалы Gmund Cotton сочетают прочность, мягкость и нейтральный pH, что делает их оптимальным выбором для изготовления полиграфической продукции (деловой корреспонденции, визиток, открыток или упаковки), которая должна храниться много лет. В ассортименте представлены материалы плотностью от 110 до 900 г/м². Чтобы подчеркнуть натуральность коллекции, цветовая гамма бумаг Gmund Cotton сделана очень естественной. Бумаги Gmund Cotton можно запечатывать офсетным, высоким и трафаретным способом. Кроме того, эта бумага открывает безграничные возможности при блинтовом и горячем тиснении фольгой. Также в коллекции представлен широкий ассортимент конвертов различных размеров в трех пастельных цветах.

Другая экономика III, или Корень зла российской полиграфии

Не так давно в составе российской делегации, в которой были владельцы и руководители полиграфических предприятий, мы побывали в типографии одной из развитых в экономическом плане стран. В разговоре с владельцем этой типографии выяснилось довольно много любопытных цифр и фактов, которые нам показались несколько надуманными, более того, возникло даже подозрение, что нас немного дурачат. Но в то же время вспомнилось посещение типографии в Японии. В официальном прайс-листе на услуги этого предприятия стоимость типовой полиграфической продукции была заметно ниже той, которую можно получить в России «при самом лучшем раскладе». Тогда эти цифры также показались неправдоподобными. Как этого добиваются, понять совершенно невозможно. В такой дорогой стране, как Япония, с очень высоким уровнем зарплат рабочих и довольно большим уровнем налогов цены на продукцию оказываются ниже, чем у нас. После нескольких подобных посещений типографий в разных странах и изучения разных видов «полиграфических экономик» мы решили разобраться, как

это у них получается, и если получается, то за счет чего.

Сравниваем цены

Итак, некоторые факты. Имеется небольшая по европейским меркам типография, в которой работа-

Стоимость полиграфического заказа при расчете в европейской типографии будет кардинально отличаться от той, которую можно получить в России даже при самом лучшем раскладе. Как это у них получается и за счет чего?

ют две печатных машины формата B1: одна четырехкрасочная, другая восьмикрасочная. Помимо этого, есть еще цех малоформатной печа-

ти, где используются две машины формата B3: одна четырехкрасочная, другая двухкрасочная. Типография работает в одну смену. Общее число сотрудников — 15 человек. Годовой оборот типографии составляет 2,5 млн евро. Величина чистой прибыли около 230 тыс. евро, что соответствует вполне нормальным для Европы 9%. Средняя заработная плата сотрудников типографии (грязная, с учетом всех налогов и отчислений) — около 50–55 тыс. евро в год. Срок окупаемости оборудования 6–7 лет. В принципе, это типовая ситуация, и пока все не так удивительно. Тем не менее следует обратить внимание на следующее: суммарная стоимость оборудования, используемого в типографии, составляет примерно 4,5–5 млн евро (помимо печатных машин, есть немало послепечатного оборудования, CtP, а также приличных размеров здание (недавно построенное) и все необходимое для полноценной работы). Оборудование относительно новое, машинам вряд ли больше 5–7 лет. Типография выводит в месяц около 3,5–4 тыс. пла-

стин, что соответствует примерно тысяче выполненных в месяц приладок. Для четырех печатных машин, работающих в одну смену без выходных, это довольно много. На каждую машину приходится примерно по 12 приладок в день. Вроде бы и не так страшно, многие наши типографии умеют это делать, но нужно учитывать, что средняя тиражность более 2 тыс. экз., так что в час вряд ли можно сделать более 2–2,5 приладок. То есть типография работает не на максимуме своих мощностей, и у нее остается еще возможность в пиковый сезон добавить производительности. Конечно, мы понимаем, что считать чужие деньги — это не очень тактично, но наша задача — понять общий экономический механизм, действующий в развитых странах, и можно ли нам пользоваться имеющимися там наработками.

Исходя из этого попробуем очень грубо просчитать ситуацию «с другой стороны». Если общий оборот типографии в год составляет 2,5 млн евро, то средняя приладка (или точнее, средний заказ, включающий приладку, листопрогоны, бумагу и другие материалы) должна продаваться не более чем за 250 евро! И это при тираже 2 тыс. листов формата В1! С формами! С бумагой! Точнее, с половиной необходимой бумаги, поскольку на один заказ, или скорее печатный лист, уходит две приладки — по одной на каждую сторону. Вот эта цифра вызывает большие вопросы. Как можно продавать заказ за такие деньги? Это же безумно дешево! Типография, работающая при таких низких продажных ценах, не может быть прибыльной, она давно бы уже разорилась. Либо где-то что-то не учитывается, либо нам дали неверную информацию. Просчитав подобный заказ в московских типографиях, мы получили существенно большие цифры. Стоимость такого заказа составит никак не меньше 450–500 евро! То есть в два раза дороже. И это в типографиях, которые проводят гуманную ценовую политику. А если просчитать наобум, то стоимость могла бы достигнуть и трехкратного превышения цены. Так что опасения руководителей российских типографий вполне оправданны.

Ищем причины

Тщательно все обдумав, мы пришли к выводу, что на самом деле информация, полученная от иностранных коллег, скорее всего, правильная, просто в нашей стране многое устроено не совсем верно. Для начала мы проверили «сходимость экономики» в той самой европейской типографии, а затем уже выявили

причины, почему в нашей стране ситуация совсем иная.

Общие прямые затраты типографии должны состоять из нескольких частей. Мы уже упоминали, что в типографии работает 15 человек со средней зарплатой в 55 тыс. евро. Таким образом,

из всего оборота типографии более 800 тыс. евро уходит на заработную плату (в этой сумме уже учтены налоги на персонал). Типография должна окупать приобретенное оборудование. И вот здесь у нас появляется первый сюрприз. Лизинг оборудования в развитых

станции смешения офсетных красок: цвета и оттенки на любой вкус

www.hostmann-steinberg.ru

Москва

+7 (495) 789-8081

Санкт-Петербург

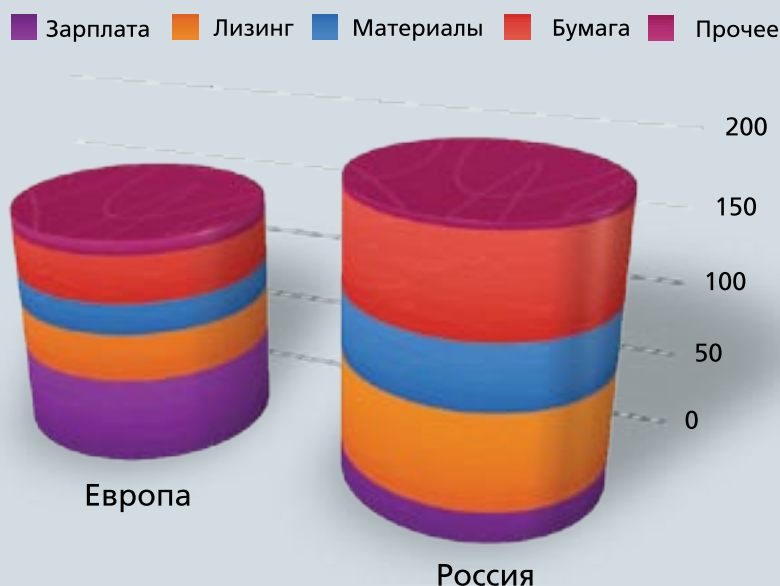
+7 (812) 313-7448

Новосибирск

+7 (383) 230-2798



huber
group



Упрощенная схема структуры затрат средней типографии в Европе и в России. Легко заметить, что специфика затрат совершенно разная. Те виды затрат, которые, по идее, должны способствовать развитию бизнеса и расширению производства, в нашей стране непомерно высоки и являются явным сдерживающим фактором. В реальности типографии России должны платить в разы больше за современное оборудование, чем их коллеги из европейских типографий. Аналогичная ситуация и с расходными материалами, поскольку все они приезжают в нашу страну из-за рубежа, и особенно с бумагой. При прочих равных бумага в нашей стране примерно в два раза дороже, чем в Европе. Единственный плюс, которым может похвастаться Россия, это более низкие средние заработные платы, что немного сглаживает проблему. Более того, заработная плата имеет тенденцию к росту, и европейцев мы потихоньку догоняем. Но такой подход приведет к тому, что печатать в нашей стране будут еще меньше (слишком дорогое удовольствие)

странах Европы составляет около 3–5% в год, а не 15–20%, как у нас. Таким образом, за 7 лет срока лизинга удорожание оборудования составит не более 25%. У нас за тот же промежуток времени за оборудование приходится отдавать две с половиной цены! Так что при общих затратах типографии на оборудование, которые мы оценили в 4,5 млн евро, выплаты составят еще примерно 800 тыс. евро в год. И это в том случае, если все оборудование находится в лизинге. Но, скорее всего, часть оборудования уже давно окупилась, например малоформатные печатные машины, да и некоторое послепечатное оборудование. По крайней мере, владелец типографии отмечал, что он ждет окончания лизинга на те или иные виды оборудования, чтобы затем строить планы дальнейшего развития. Брать следующее в лизинг бездумно там не планируют. Это косвенно говорит о том, что за экономикой на предприятии следят очень пристально.

Получается, что из тех 2,5 млн евро, которые типография проворачивает за год, 1,6 млн евро расходуется на косвенные затраты (а до прямых мы еще и не дошли). Если же вычесть из оборота те самые 9% прибыли, то на прямые затраты остается не более 650 тыс. евро. И это

на все материалы, энергию, а также на содержание здания. На первый взгляд может показаться, что это абсолютно нереальные цифры. Опять что-то не сходится. У нас считается хорошим результатом, если доля бумаги в себестоимости производства рекламной продукции составляет около 50%. Но у нас уже осталось не больше четверти всех средств. А нужно еще купить как минимум печатные формы, которые также составляют заметный объем затрат типографии. Впрочем, в той типографии, в которой мы были, используется выводное устройство, работающее на аналоговых формных пластинах, что, по мнению владельца типографии, дает ощутимую выгоду. Стоимость хороших аналоговых пластин производства Agfa для этой типографии не более 5 евро за 1 м², причем включая всю необходимую химию! Таким образом, за 35–40 тыс. м² формных материалов, которые типография «съедает» за год, она платит не более 180–200 тыс. евро. Впрочем, если бы в типографии использовалось выводное устройство, работающее на цифровых формах, то она потратила бы на это как минимум на 50–60 тыс. евро больше. Это, конечно, существенное увеличение затрат, но, как покажет окончательный рас-

чет, не смертельное, просто прибыль типографии сократилась бы на пару процентов.

Теперь бумага. Самый сложный вопрос: сколько денег уходит на бумагу? К сожалению, точно подсчитать мы не сможем, поскольку владелец типографии обмолвился, что иногда бумагу заказчик привозит сам. Какая доля этого «иногда», нам объяснить не смогли. Но попробуем для начала посчитать затраты, если бы всю бумагу типография покупала сама, и посмотрим, насколько это реально при сложившихся у нас расходах. При указанных ранее тиражах и числе заказов типографии нужно примерно 12 млн листов бумаги усредненного формата 60х90 см в год. Бегло посмотрев на печатаемую в типографии продукцию, можно сказать, что используется и тонкая бумага 70–80 г/м², и довольно плотная 170 г/м², хотя тонкой бумаги на момент нашего визита было заметно больше (примерно 65%). При грубых подсчетах общий вес потребленной бумаги составит около 700 т в год. Таким образом, из всей суммы оборота на бумагу осталось не более 470 тыс. евро. В типографии используют для печати и мелованную, и офсетную бумагу. Доли всего этого нам неизвестны, но если принять за основу, что вся бумага мелованная, то даже в этом случае расчеты вполне сходятся. Получается, что тонна бумаги должна стоить не более 700 евро. Не так уж и несбыточно!

Конечно, вчистую такие расчеты не проходят, поскольку есть еще и другие материалы, и электроэнергия, которая в Европе не очень дешевая, и всевозможные прочие затраты (хотя они относительно небольшие и, наверное, в 100 тыс. евро уложатся). Так что с учетом того, что часть бумаги привозят клиенты, часть составляет более дешевая офсетная бумага, эти расчеты недалеко от истины! Просто в Европе немного другая экономика. При всем этом типографии используют многие хитрости для того, чтобы быть еще более экономически эффективными. Например, принципиально не заводят вторую смену, хотя теоретически найти заказы

HEI PRODUCTIVITY



Бесперебойный производственный процесс, надежные и эффективные ресурсы – гарантия окупаемости типографии. Heidelberg поможет вам максимально эффективно использовать скорость, качество и надежность оборудования для выпуска экономически выгодной печатной продукции. Высокая производительность – ваше главное конкурентное преимущество.

ООО «Гейдельберг-СНГ» Центральный офис
125493 Москва, ул. Смольная, д. 14. Тел.: +7 495 995 04 90 Факс: +7 495 995 04 91
E-mail: HD-CIS@heidelberg.com
www.heidelberg.ru

HEIDELBERG

можно. Но это потребует увеличения количества персонала, что составит чуть ли не треть всех затрат. Персонал придется оплачивать полностью (а за ночные смены еще и доплачивать, как диктует законодательство), а вот удастся ли удвоить оборот, чтобы это было прибыльно, еще неизвестно. Любопытным оказалось и то, что в типографии используют некоторые виды оборудования, например экспонирующее устройство, только в ночное время, причем в полностью автоматическом режиме. Проявочный процессор, да и само устройство, потребляют заметное количество энергии, и если есть возможность не использовать его днем, когда энергия дорогая, то это нужно делать. Так что оператор вечером перед уходом запускает в очередь вывода все заказы на следующий день (48 приладок, около 200 пластин), и за ночь устройство изготавливает весь комплект. Даже не самое быстрое устройство со скоростью 20 пластин в час с этим легко справляется. При этом днем выводное устройство всегда свободно, чтобы делать сверхсрочные заказы (если такие возникают), или изредка используется для переделки пластин.

Почему у нас по-другому?

Вот такая получается «другая экономика». Оказывается, что все указанные

цифры, какими бы странными они ни казались, вполне правдоподобны. Реально продавать заказы недорого, при этом не сильно напрягаться в процессе работы и быть прибыльным. Так почему же это не получается у нас? Однозначного ответа мы, скорее всего, никогда не узнаем. Неужели владельцы наших типографий слишком алчные и непременно хотят иметь огромную норму прибыли? Отчасти, может быть, и да, но опять же это не всегда потому, что просто хочется до отказа набить карман. У нас экономика альтернативная... Альтернативная здравому смыслу. Начиная от начисления налогов (НДС на бумагу сначала платится импортером в полном объеме, а потом что-то из этого можно попробовать вернуть). Но если бумага куплена на внутреннем рынке (например, у оптовика), то вернуть уже ничего невозможно. Владелец типографии нужно еще и думать о «непредвиденных расходах», которые случаются регулярно в виде проверок, визита инспекций, комиссий и т. д., которые, уходя, обычно уносят с собой некоторые суммы денег (причем в расходы их просто так не спишешь).

Но даже если отвлечься от «особенностей российского бизнеса» и стараться работать «как положено», все равно есть как минимум два препятствия к тому,

чтобы у нас типографии могли работать так же, как в европейских странах. Это «стоимость денег» и стоимость импортных материалов, включая бумагу. Получается, что оборудование ведущих зарубежных производителей в нашей стране «во владении» оказывается чуть ли не вдвое дороже, чем в развитых странах. Примерно то же самое можно сказать и о бумаге. Отечественной бумаги, которую «защищают» таможенные пошлины, просто нет, а импортная дорожает почти в два раза, чем в Европе. Стоимость прочих материалов у нас также заметно выше по сравнению с европейскими странами.

Шутки ради мы попробовали пересчитать экономику той самой типографии из Европы, окажись она в нашей российской действительности. Только крупные прямые доли себестоимости (лизинг оборудования, бумага, материалы и зарплата) дают затраты более 3,6 млн евро в год! И это при том условии, что зарплату мы скорректировали до среднероссийской, в противном случае было бы еще больше. Если к этой сумме добавить те самые 9% прибыли, то получается, что оборот типографии должен составить около 4 млн евро при тех же условиях. А значит, цена одного заказа возрастает до 400 евро, то есть до тех величин, с которых эти условные заказы начинаются и у нас. Так что корень зла нашей полиграфии находится в правилах игры, устанавливаемых руководством страны. Почему в стране, которая имеет стабильный валютный доход (продавая недра в розницу и оптом), кредитование или лизинг считаются высокорискованным занятием, и за него нужно платить сумасшедшие по меркам развитых стран проценты? Не потому ли, что крупная финансовая бизнес-элита нашла подход к руководству страны и для них это выгодно? А бумага? С бумаги так и вовсе можно спокойно стричь любые налоги. Альтернативной бумаги все равно нет, а значит, платить будут сколько угодно, или точнее, «сколько скажем». Бюджет страны нужно регулярно пополнять всеми силами, ведь нужно же что-то «пилить»... Полиграфия, конечно, мелкая и жалкая отрасль (даже и не отрасль вовсе), но «с паршивой овцы хоть шерсти клок»...

ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ

МЫ



Типография ООО «Вива-Стар»
www.vivastar.ru

Москва, Электrozаводская, 20
(495) 780 67 05



КБА Rapida 75 и Rapida 76 Сильный дуэт в формате B2

Вы предъявляете специальные требования к Вашим новым листовым офсетным машинам в формате B2. Мы нашли подходящее решение. Это высокоавтоматизированная, энергосберегающая Rapida 75, занимающая небольшую площадь, печатающая со скоростью 15.000 л/ч и машина класса Highend Rapida 76 с самыми современными технологиями, позаимствованными у чемпиона мира по переналадке Rapida 106. Наклад без боковой марки DriveTronic SIS, технология прямого привода DriveTronic SPC и SFC для одновременной смены печатных и лакировальных форм или сушки VaryDryblue с вторичным использованием тепла – все это реализовано в половинном формате только на Rapida 76. К этому еще стоит добавить пакет High-Speed, позволяющий печатать на скорости 18.000 л/ч. Выберите то решение, которое Вам лучше всего подходит. Мы готовы помочь Вам в этом.

ООО «КБА РУС»: 119313 Москва, Ленинский проспект, 95а

Тел. (495) 782-13-77, факс (495) 937-52-45,

E-mail: kba@kba-print.ru, Internet: www.kba-print.ru

Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:

Тел./факс: (812) 320-92-03, 320-92-04, E-mail: spb@kba-print.ru

Представительство в Южном Федеральном округе:

Тел.: (919) 871-59-99, E-mail: rostov@kba-print.ru

Инвестиции в традиционный офсет: сознательное решение типографий



Юрий Уколов,
генеральный директор,
компания «КБА РУС»
[Москва]

Концерн КВА на полиграфическом рынке в представлении не нуждается. В настоящее время это один из главных производителей и поставщиков печатной техники на мировой полиграфический рынок. В нашей стране КВА также является лидером в своем сегменте полиграфического оборудования. О ближайших и долгосрочных перспективах развития полиграфии и концерна КВА в России мы побеседовали с генеральным директором компании «КБА РУС» Юрием Уколовым.

Формат: Юрий, как Вы оцениваете ситуацию на полиграфическом рынке в настоящее время? Верно ли говорят некоторые «полиграфисты», что отрасль умирает?

Юрий Уколов: Мне иногда приходится слышать подобное мнение. Но должен возразить. Отрасль жива и продолжает развиваться. Конечно, активность активности разноразна, и здесь важно вовремя разглядеть правильную динамику. Сегодня на рынке определенно есть немалые объемы полиграфических заказов, отмечаем мы и отложенный спрос на печатное оборудование. К сожалению, у некоторых сотрудников типографий сформировалась позиция о том, что отрасль доживает свое, но данное утверждение, скорее, исходит от нежелающих работать и что-то предпринимать, чем реально отражает действительность. Многие наши клиенты находятся в постоянном поиске, думают о том, как усовершенствовать

свой бизнес, куда развиваться дальше. И у них все в порядке... Конечно, таких «жирных» времен, как в начале 2000-х годов, нет, но это совсем не означает, что отрасль умирает. Скажу больше, сейчас на рынке мы наблюдаем определенное оживление, и даже нам не хватает рук, чтобы полноценно отреагировать на ситуацию.

Ф: То есть вам не хватает сотрудников?

ЮУ: Можно сказать и так. Мы ищем сотрудников в службу продаж и, к сожалению, пока не можем найти. Сейчас работой с клиентами у нас заняты 6 человек, включая меня

Для нас самое главное — как держатся на рынке наши клиенты. И мы видим, что большинство из них правильно разбираются в ситуации и находят для себя перспективные направления развития. А значит, и у нас будут перспективы, и это вселяет оптимизм

и наших региональных представителей, но этого недостаточно. Мы готовы были бы взять на работу еще сотрудников, однако найти подходящую кандидатуру соответствующего профиля и квалификации очень непросто. Те, кто приходят на собеседование, по нашему мнению, не смогут работать в нашей компании, поскольку продавца полиграфического оборудования «ноги кормят», а в большинстве случаев претенденты на должность менеджера по продажам готовы в лучшем случае обрабатывать входящие звонки. Для того, чтобы быть успешным, нужно «немного гореть». А мы этого в кандидатах не ощущаем... Так что с кадрами существует проблема. Но если возвращаться к ситуации на

полиграфическом рынке, то нам кажется, что, имея еще одного-двух хороших менеджеров по продажам, мы могли бы еще увеличить объем поставок печатных машин.

Ф: А сколько, кстати, машин вы продаете в год?

ЮУ: Точную цифру здесь назвать сложно, поскольку большинство контрактов «длинные», и к какому году их отнести — не всегда понятно. Но в целом можно говорить о том, что за прошлый год мы продали 8–9 машин. Это печатное оборудование разного формата, но приоритетными для нас являются офсетные машины формата 70x100 см (KBA Rapida 105 и KBA Rapida 106). В этом сегменте мы лидеры на российском рынке, впрочем, как и в сегменте машин сверхбольшого формата, интерес к которым довольно стабилен. Но в целом 2012 год был несколько неравномерным, наблюдалось существенное затишье в начале прошлого года и повышенная активность в конце...

Ф: Затишье в начале года, видимо, связано с выставкой drupa? Многие не принимали решения о покупке машин до выставки в надежде увидеть там что-то новое и понять, куда лучше развиваться.

ЮУ: Я думаю, что, скорее, нет. Большинство наших клиентов — стабильно работающие компании, и у них есть план развития производства, который подразумевает приобретение нового оборудования в соответствии с этим планом. Спонтанных приобретений дорогостоящей печатной техники обычно не бывает, это взвешенное и продуманное действие. Более того, печатная техника — это такой вид оборудования, у которого революционные изменения вряд ли возможны. Поэтому надежды на то, что на выставке можно увидеть нечто революционное в области офсетной печати, неоправданны. И неготовность приобретать оборудование до выставки, скорее, психологическая, что называется, «на всякий случай». Возможно, кого-то останавливало желание «посмотреть на прогресс цифровой печати», но drupa в этом плане каких-то особых достижений также не преподнесла. Так что после выставки затишье сменилось ожив-

ленностью на рынке, типографии продолжили инвестировать в традиционный офсет. У нас даже возникла дополнительная «переработка» у сервисной службы.

Ф: «Переработка» с чем связана, машины ломаются?

Ю: Нет, с поломками оборудования сервис справляется в штатном режиме, а дополнительная нагрузка связана с тем, что несколько крупных запусков происходили в короткое время (все поставки сдвинулись на конец года). Да и штат нашего сервисного центра небезграничен, и все одновременно делать сложно. Поэтому еще одной нашей задачей на ближайшее время мы видим развитие сервисной службы, привлечение новых сервис-инженеров.

Ф: Вы упомянули о цифровой печати на друпa, но ведь и концерн KBA также двинулся в сторону «цифры». На выставке была показана цифровая печатная машина RotaJet. Это демонстрационный прототип или концерн рассматривает это направление как будущий бизнес?

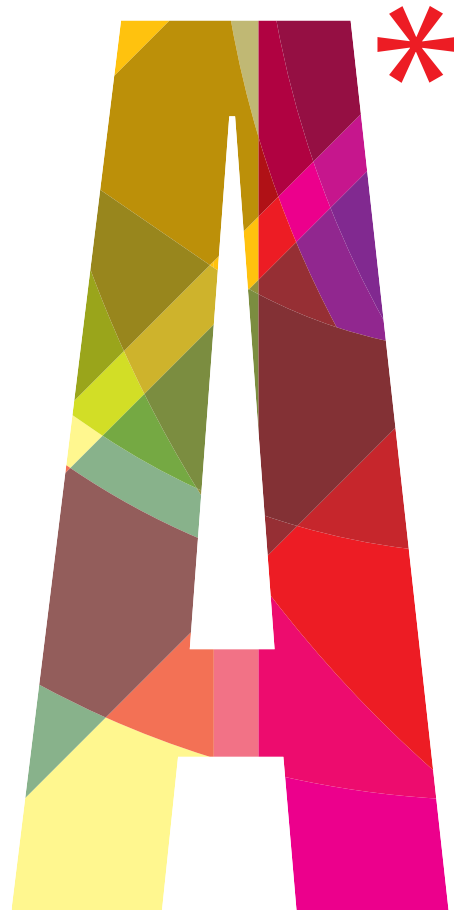
Ю: Все проекты, в которые вкладывается концерн, рассматриваются как перспективный бизнес. И RotaJet не исключение. Рынок для промышленной цифровой печати существует, и почему бы нам в нем не поучаствовать. Скорее всего, это не проекты ближайших лет, но в обозримом будущем они должны стать востребованными. Ближайшие наши перспективы развития мы видим в области традиционных офсетных машин. До недавнего времени у нас не было хорошего предложения в области полуформатных машин, поэтому в этом сегменте мы уступаем некоторым нашим конкурентам, однако в скором времени планируем и здесь «подтянуться», благо теперь есть что предложить. В связи с этим мы должны увеличить количество проданного оборудования, особенно если удастся успешно решить кадровый вопрос.

Ф: В отличие от ряда ваших конкурентов, вы являетесь компанией с одним продуктом — печатными машинами. А ведь типографиям зачастую необходим комплекс оборудования и решений. Как вы работаете в этом случае? Ведь из-за отсутствия комплексного предложения вы можете проиграть ряд сделок?

Ю: Да, у нас компания с монопольным продуктом, но мы работаем на свободном рынке, и никто не мешает действовать в партнерстве с другими поставщиками, что мы вполне успешно и делаем. Более того, иногда мы даже сотрудничаем с прямыми конкурентами, например иногда в составе комплексов мы используем резальные машины, которые поставляют один из наших конкурентов на рынке. Так что мы вполне гибко решаем эти задачи.

Ф: Можно сказать, вы с оптимизмом смотрите в будущее?

Ю: Хотя по жизни я, скорее, пессимист, тем не менее на развитие рынка и на свое место на нем я смотрю оптимистически. Полиграфические заказы на рынке есть, и их достаточное количество... Конечно, время от времени приходится выслушивать плач о том, что рынок уже не тот, бизнеса нет и т. д. Очень часто это используется в качестве аргумента для снижения цены на печатные машины. Доходность на рынке печатных услуг упала, и заказчики стремятся хотя бы частично переложить эту проблему на поставщиков. Нам понятна эта ситуация, и мы готовы в чем-то помогать. Но печатная машина — дорогой продукт, и бросовых цен на нее все равно не может быть. Для нас самое главное — как держатся на рынке наши клиенты. И мы видим, что большинство из них правильно разбираются в ситуации и находят для себя перспективные направления развития. А значит, и у нас будут перспективы, и это вселяет оптимизм. В будущем месяце в Китае пройдет крупная полиграфическая выставка. Мы пригласили посетить ее ряд российских типографий и неожиданно для себя выяснили, что желающих туда попасть и ознакомиться с тем, что мы собираемся там представлять, оказалось довольно много. Более 30 типографий выразили желание поехать в Китай в составе организуемой нами делегации, хотя это не очень дешевая поездка. Отрадно, что наши существующие и потенциальные клиенты готовы тратить время и деньги на то, чтобы ознакомиться с нашими решениями. И это, безусловно, хороший сигнал и для развития полиграфической отрасли, и успешной работы концерна KBA на российском рынке!



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 52см,

альбомный спуск, шитье «на марлю» для объемных изданий;

Переплеты — № 5, № 7, «французский», переплет с кругленным углом.



«Ryobi — сильный игрок с правильным вектором развития»



Стефан Валуевский,
генеральный директор,
компания «Терра Системы»

С 1 января 2013 г. группа компаний «Терра Принт» получила права на поставку и сервисное обслуживание офсетных печатных машин Ryobi на территории России и Украины. Соответствующее соглашение было подписано в конце прошлого года с немецкой компанией Ferrostaal, которая является эксклюзивным дистрибутором Ryobi в ряде стран. Открытие нового направления потребовало от группы компаний структурных изменений, итогом которых стало создание отдельного подразделения — компании «Терра Системы». Возглавил новую структурную единицу Стефан Валуевский, в разные годы занимавшийся продажами различного полиграфического оборудования, в том числе и в составе ГК «Терра Принт». О своих первых шагах на руководящей должности и предстоящих к реализации бизнес-планах Стефан рассказал в интервью нашему изданию.

Формат: Стефан, чем будет заниматься компания «Терра Системы» под Вашим руководством?

Стефан Валуевский: Основные наши усилия в ближайшее время будут сосредоточены в области продаж и сервисного обслуживания листовых офсетных машин Ryobi, а также бумагорезального оборудования Schneider Senator. Собственно, появление таких серьезных брендов в линейке ГК «Терра Принт» потребовало создания новой структуры, формирования отдельного кадрового состава и разработки иной маркетинговой стратегии. На мой взгляд, создание отдельной компании «Терра Системы» даст возможность максимально сконцентрироваться на решении поставленных учредителями

задач и позволит группе компаний в целом войти в пул серьезных игроков на полиграфическом рынке.

Ф: Прошло всего два месяца с официального старта работы «Терра Системы». Удалось уже что-то сделать за это время?

СВ: Безусловно. За короткий срок мы смогли достаточно быстро сформировать коллектив и взять на работу нужных нам людей, которые уже проработали огромный объем вопросов, начиная от разработки типовых шаблонов коммерческих предложений и заканчивая формированием клиентской базы и выявлением потребностей клиентов. Мы стремимся быть полностью информированными о потенциальных запросах типографий. Это непростая задача, но мы хорошо понимаем, что успех этого года зависит во многом от того, насколько мы сейчас будем активны в общении с клиентами. На сегодняшний день в московском офисе компании «Терра Системы» работают уже шесть человек, но на самом деле нас гораздо больше. Есть сотрудники в наших региональных представительствах — в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Хабаровске, Киеве, которые достаточно хорошо знакомы с региональными типографиями и уже ведут активную работу с ними. Есть и менеджеры в других подразделениях группы компаний, которым также дано право продавать машины Ryobi, и, что немаловажно, существует налаженная инфраструктура самой группы компаний (включая развитую сервисную службу), что, несомненно, позволило нам сразу приступить к выполнению поставленных задач. Постепенно штат компании будет расширяться.

Ф: Насколько нам известно, недавно Вы посетили машиностроительный завод Ryobi в Японии. Результатами поездки довольны?

СВ: Это был деловой визит с участием дилеров Ryobi из ряда зарубежных стран. За время поездки удалось побывать на заводе компании Ryobi в городе Фукуяме, ознакомиться с модельным рядом выпускаемых на нем печатных машин, посетить штаб-квартиру Ryobi в Токио и провести довольно успешные переговоры в отношении нашего сотрудничества, в том числе по формированию специальных цен для российского и украинского рынков в 2013 г. Но самое

главное, мы заручились поддержкой руководства Ryobi, которое со своей стороны готово помогать и в плане сокращения сроков производства оборудования, и с точки зрения оперативной поставки запасных частей. Кстати, что касается запасных частей, то, во-первых, мы уже сформировали небольшой склад запасных частей в Москве, а во-вторых, именно в этом вопросе мы видим основную поддержку в будущем со стороны европейского дистрибутора Ryobi — немецкой компании Ferrostaal, которая активно занимается развитием системы приема заказов и оперативной поставки запасных частей в другие страны, в том числе Россию и Украину. В этом смысле наши заказчики могут быть спокойны — мы готовы оперативно реагировать на их запросы.

Ф: Как японское руководство Ryobi оценивает перспективы развития завода? На каких моделях сегодня делается акцент?

СВ: Мы посетили один из заводов Ryobi, который специализируется на производстве печатных машин от второго формата и выше. Это современное, очень хорошо оснащенное предприятие. Безусловно, как и на всех других заводах, ощущается небольшая недозагрузка по сравнению с докризисными объемами производства, но в Японии это считают достаточно неплохим результатом. Сегодня здесь изготавливается более 200 печатных машин в год, из которых, по моей оценке, порядка 70% составляют машины Ryobi 920-й серии. Это одна из самых востребованных серий печатных машин в мире. Также достаточно много находится в производстве печатных машин Ryobi 750-й серии, которая долгие годы является одним из флагманов Ryobi. Особое внимание уделяется технологии LED-UV. В Японии продано уже более 60 печатных машин Ryobi с технологией LED-UV. Совсем недавно я посетил презентацию данной технологии в одной из европейских типографий. Мы, конечно, будем также уделять внимание данному вопросу. Из новинок была показана машина Ryobi 760-й серии. При достаточно умеренной стоимости она обладает высокой автоматизацией, может иметь комплектацию до шести красочных секций с двойными печатными и передаточными цилиндрами, что позволяет позициониро-

вать ее как оптимальное решение для средних типографий. Но, безусловно, большие надежды мы связываем с печатной машиной Ryobi 1050-й серии. Эта машина была впервые продемонстрирована еще на выставке drupa 2008. По отзывам всех, кто видел эту машину в работе, это лучшее решение в своем классе, в том числе для производства упаковки. Меня в последнее время много спрашивают на тему возможного сотрудничества компаний Ryobi и Mitsubishi в области первого формата. Давайте немного потерпим. Летом мы ожидаем официального пресс-релиза на эту тему, и я уверен, нам будет что предложить нашим заказчикам.

Ф: А как Вы лично оцениваете ресурс завода Ryobi?

СВ: На мой взгляд, Ryobi — это очень сильный игрок с правильным вектором развития и достаточно четкой стратегией на будущее. У компании Ryobi есть большое преимущество — помимо производства офсетных печатных машин, она долгие годы успешно занимается рядом других направлений (включая всем известное алюминиевое литье для ведущих мировых автопроизводителей и производство электроинструментов), и за счет этого достигается ее здоровое финансовое состояние. По сравнению с большинством других производителей офсетных печатных машин, компания Ryobi несмотря на все мировые кризисные явления очень уверенно чувствует себя с финансовой точки зрения, что немаловажно, на мой взгляд, для руководителей полиграфических предприятий, принимающих решение о вложении достаточно серьезных инвестиций в развитие собственного производства.

Ф: Вы уже упомянули, что работаете над формированием сервиса Ryobi. Каким Вы видите сервис от «Терра Системы»?

СВ: Это один из первых вопросов, который задают нам владельцы машин Ryobi. И это действительно важно. С моей точки зрения, хороший сервис начинается не столько с декларации наличия необходимого количества сервисных инженеров или запчастей на складе, сколько с наличия отработанной схемы

оперативного реагирования на запросы клиентов. Сервис — это когда клиент обращается в клиентскую службу, и его проблемой сразу начинают заниматься. Ведь обычно недовольство клиента связано как раз с тем, что ему какое-то время даже не отвечают на запрос. Так вот я хочу сделать так, чтобы ни один запрос не оставался без внимания. Как показывает практика, статистика всех возможных неисправностей хорошо известна, и большинство проблем можно решить дистанционно еще до отъезда к клиенту сервисного инженера. Во многих случаях типографии решают проблемы своими силами, но при этом иногда им необходима дистанционная профессиональная консультация. Проблема упирается в грамотное администрирование и понимание того, как нужно реагировать и что для этого надо делать. Так что наша задача в ближайшее время наладить дистанционный анализ сервисных запросов, а также решить вопрос с оперативностью коммуникаций, чтобы наш инженер, выезжая на место, уже знал, какой объем работ ему предстоит выполнить, и смог в любой момент оперативно связаться с нашим сервисным центром из любой точки с страны.

Ф: Как это будет осуществляться на практике? Вы уже принимаете какие-то шаги?

СВ: Нами уже принято решение на уровне совета директоров группы компаний о выделении части сервисных инженеров достаточно высокой квалификации в отдельную группу, которая будет максимально ориентирована только на сервисную поддержку печатных машин Ryobi. При этом другие направления группы компаний не пострадают, так как уже сейчас начата работа по расширению общего штата сервисных инженеров. Для нас стратегически важно сделать так, чтобы все владельцы печатных машин Ryobi чувствовали профессиональную поддержку с нашей стороны и уверенность в том, что наш сервис сможет оказать адекватную помощь. Главное, что у нас есть четкая стратегия, и все, что можно сделать в этом направлении, мы будем стараться делать!

■

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ УСЛОВИЯ В 2013 ГОДУ

RYOBI

ПРИБЫЛЬ В ОФСЕТЕ



+7 (495) 363-00-78
www.terraprint.ru

terraSystems
ГРУППА КОМПАНИЙ ТЕРРА ПРИНТ

Средства помощи типографиям



Конрад Левандовски,
генеральный директор,
компания ABC/Allied [Польша]

Полиграфисты хорошо знают, что в основе офсетного производства лежат довольно сложные физико-химические процессы, и помимо краски и алюминиевых офсетных пластин, используется огромное количество самой разной химии. Зачастую именно от этой химии во многом зависит качество печати, производительность и долговечность печатного оборудования, а также стабильность процесса во времени. Одним из ведущих международных производителей полиграфической химии является американская компания ABC/Allied Pressroom Products (ABC/Allied). Эта компания, штаб-квартира которой находится в Варшаве (Польша), хорошо известна во многих странах в первую очередь тем, что всегда стремится учитывать уникальные пожелания клиентов. О своей компании и производимых продуктах мы попросили рассказать генерального директора компании ABC/Allied Конрада Левандовски (Konrad Lewandowski).

Формат: Конрад, какими принципами руководствуются в ABC/Allied при разработке новых расходных материалов?

Конрад Левандовски: С самого основания нашей компании в 1952 г. мы придерживаемся принципов инновационности и востребованности нашей продукции. Именно такими были первые химические продукты для полиграфии, которые мы вывели на рынок. Благодаря постоянным научным исследованиям у нас регулярно появляются новые расходные материалы с уникальными свойствами, делающими процесс печати более легким, а качество более стабильным. Все современные материалы разрабатываются с учетом охраны окружающей среды.

Не секрет, что в настоящее время производители стремятся к уменьшению се-

бестоимости продукции, а значит, и стоимости расходных материалов. Можно, конечно, приобрести недорогие расходные материалы, однако последствия этого шага могут сказаться на всех аспектах работы: и на качестве, и на производительности. Мы стараемся разрабатывать материалы как раз с максимально высоким соотношением «цена–качество».

Ф: Требования полиграфистов к химии отличаются в разных регионах?

КЛ: Мы активно работаем не только в Европе, но и в Северной Америке, Австралии и даже Африке. И действительно, в каждой стране предъявляются свои требования к свойствам расходных материалов, поэтому требуются разные буферные добавки, смывки и т. д. Благодаря тесному взаимодействию с типографиями и с нашими дистрибуторами мы постоянно получаем информацию о том, что можно улучшить в наших продуктах, чего хотят от них наши клиенты. В результате у нас огромный ассортимент всевозможных материалов для ухода за печатной машиной, добавок, адаптированных к любому печатному процессу и к любой машине.

Ф: Какими продуктами в своей линейке вы особенно гордитесь?

КЛ: Мне хотелось бы отметить некоторые новые продукты. Во-первых, это, конечно, буферные добавки во увлажнение. Например, инновационный буферный концентрат Web Founts 6068 для газетной печати без сушки (ColdSet) в отличие от всех прочих аналогов имеет почти нейтральный pH около 6,3–6,8 за счет принципиально новой рецептуры. Чтобы добиться этого, мы использовали специальные добавки-агенты, которые помогают очень быстро достичь баланса «краска-вода» на пластине во время пуска машины или после технических остановок. Эти агенты-десенсибилизаторы также стабильно держат водяную пленку даже на достаточно плохих газетных бумагах. Появляющиеся в газетных бумагах абразивные вкрапления часто вызывают проблемы при печати ColdSet, поскольку царапают форму. Новое увлажнение помогает бороться с этими проблемами, а также минимизирует тенение и зажиривание формы. Для этого буфера характерен высокий уровень электропроводности, так как в его состав входят около 30 различных компонентов. Ней-

тральная кислотность увлажнения позволяет также минимизировать пыление при работе на легкомелованных бумагах, возникающее при химической реакции кислоты с меловой пастой (основа которой карбонат кальция — мел).

Другая добавка во увлажнение Green Fount 9068 позволяет работать с водой любой жесткости, даже обессоленной после осмоса, без использования модификаторов жесткости. Обе эти добавки исключительно бережно относятся к пластинам любого типа, так как не содержат привычных органических растворителей (сольвентов), а также имеют очень низкое содержание VOC (летучих органических компонентов). В результате добавка Green Fount 9068 получила сертификат ISEGA (low migration — «низкая миграция») для работы с пищевой упаковкой при прямом контакте с продуктами питания.

Есть у нашей компании и еще один продукт, который можно считать инновационным. Это буферная добавка High Fidelity Fount самого последнего поколения, позволяющая печатать без изопропилового спирта на любом типе печатного оборудования, включая листовой офсет. High Fidelity Fount полностью универсален и подходит для использования с традиционными, металлизированными и УФ-красками.

Ф: Помимо концентратов увлажнения, что еще предлагаете?

КЛ: У нас довольно широкий ассортимент смывок для печатных форм (их еще называют «йогуртами» за цвет и консистенцию). Они охватывают все типы пластин — аналоговые, CtP-пластины, обожженные и пластины для УФ-печати. Эмульсии, такие как CtP Plate Cleaner, Pronto Plate Cleaner, используются в рулонной печати и имеют pH около 10,5 (щелочная реакция). Обработка этой эмульсией позволяет убирать с формы микроцарапины, возникающие при контакте с плохой бумагой, и не окисляет формы. При этом эмульсия CtP Plate Cleaner специально сделана более жидкой, поэтому ее можно наносить на зажиренную форму непосредственно при работе печатной машины. Это сильно экономит бумагу при остановках машины для очистки форм.

Ф: Правда ли, что ваши средства для ухода за валиками и резиной обладают особыми свойствами?

КЛ: Обычно при глубокой очистке резины происходит вымывание (вы-

щелачивание) пластификаторов, что приводит к изменению свойств резины: объем ее восстанавливается, но сильно снижаются упруго-эластичные свойства. Наше универсальное средство для глубокой очистки красочных валиков Blast содержит в своем составе пластификаторы, которые проникают в поры резины при чистке, сохраняя упругость и увеличивая время ее работоспособности. Это средство хорошо использовать в тех случаях, когда пластина прирабатывается по формату, например при печати на толстом картоне. Blast позволяет его восстановить, тем самым удлиняя время использования резины.

Ф: Типографии работают с различными производителями офсетных красок, которые могут различаться составом. Какими очищающими средствами вы рекомендуете им пользоваться?

КЛ: Безусловно, офсетные краски разных производителей могут отличаться составом входящих в них масел, смол, связующих и пигментов. В связи с этим компания ABC/Allied разработала несколько типов средств для глубокой очистки красочных валиков. Среди них — CRUD Roller Paste, которое эффективно использовать при переходе с одного металлизированного цвета пантон на другой. Еще одно средство — Pull It Off Roller Paste — содержит специальные натуральные моющие вещества-детергенты, которые очень бережно относятся к красочным валикам, глубоко проникая в поры и выталкивая на поверхность остатки пигментов и бумажной пыли. Это создает хорошие условия для печати, поскольку улучшается краскоперенос, и к тому же способствует продлению жизни валиков и резины. Средство Solvex — это водорастворимая, биоразлагаемая паста, которая может использоваться не только для глубокой очистки красочных валиков, но и для удаления глазури. Паста не содержит нефтяных фракций, поэтому бережно относится к валикам. Также может применяться для очистки офсетной резины.

У нас есть еще целый ряд средств «первой помощи», например Etch Control для кратковременной (до 2 дней) регенерации увлажняющего раствора. Средство помогает допечатать тираж без остановки на чистку системы увлажнения. Он стабилизирует pH раствора. Незаменимым помощником для содержания в чистоте системы увлажнения является Powder Systems Cleener. Печатники любят это средство за простоту в применении: нет

необходимости сливать грязный раствор, затем заливать воду и т. д. Здесь вы просто выливаете заранее растворенный порошок из одной бутылки, а затем через 45 мин нейтрализуете раствор содержимым второй бутылки. Остается только слить и промыть бак увлажнения. Это намного проще, чем чистить систему увлажнения традиционными средствами.

Ф: Еще один продукт в вашей линейке — противоотмарывающие порошки. Они отличаются от порошков других производителей?

КЛ: Противоотмарывающие порошки ABC/Allied обладают хорошей текучестью, не образуют комков, практически не гигроскопичны. И главное — они однородны по составу, до 98% частиц имеют одинаковый размер. В результате порошок наносится ров-

ным, но при этом тонким слоем, что позволяет существенно уменьшить его дозировку при печати, что не всегда получается с порошками других производителей. Уникальность размеров частиц порошка ABC/Allied достигается за счет специальной обработки частиц кукурузного крахмала жидким силиконом при определенных условиях.

Наши продукты помогают типографиям в работе, делая процесс печати более стабильным и качественным, а обслуживание печатной техники простым и быстрым. У нас есть решения для самых сложных производственных полиграфических задач. В России право представлять компанию ABC/Allied Pressroom Products мы доверили компании «Эй Джи Сервис», имеющей большой опыт в работе с полиграфической химией.



ПО ПЕРВОМУ ЗВОНКУ!

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СЕРВИС
КАЧЕСТВЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ

Druckfarben

blueprint
products

HI-TECH COATINGS

Sawa



Henkel



AGFA

hinyo

Dot.MASTER

POLICROM
SCREENS

Imaje



Atéce
GRAPHIC PRODUCTS



ТЕЛ: (495) 223-45-33, ФАКС: (495) 223-45-63
Г. МОСКВА, УЛ. ПОЛЯРНАЯ, Д. 31 В, СТР. 1; E-MAIL: INFO@AGSERVICE.RU, WWW.AGSERVICE.RU

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

Такая разная «цифра», или Как использовать цифровые «фишечки»



Сергей Весенев,
директор,
ООО «КАРТ РЕГИОН»
[Москва]

Цифровая печать активно занимает свою долю практически во всех сферах полиграфии. И порой удивительно, сколько можно найти ей различных применений. Например, компания «КАРТ РЕГИОН» уже много лет использует цифровое печатное оборудование для производства картонных карт с последующей ламинацией — карт оплаты интернет-услуг, IP-телефонии, сотовой связи, мобильного контента и т. д. Сергей Весенев, директор этого производственного предприятия, рассказал, как зародился этот бизнес и какие претерпел за это время изменения.

Бизнес карт предоплаты

На самом деле понятие «карта предоплаты» известно уже давно. Такие карты появились в 1980-х гг. и использовались для оплаты междугородных телефонных звонков. Однако с развитием телекоммуникационных услуг, сети мобильной связи, а затем и Интернета спрос на карты предоплаты стремительно вырос. Провайдеры и операторы подобных услуг оценили удобство и возможности такого носителя, как карты предоплаты, на которых специальным образом можно зашифровать единицы оплаты (деньги, минуты, баллы и т. д.). Более 10 лет назад сотрудники компании «КАРТ РЕГИОН» одними из первых начали осваивать производство картонных карт предоплаты телекоммуникационных услуг. В то время рынок локальных поставщиков услуг связи активно развивался. И как рассказы-

вает Сергей, в такой ситуации был смысл поконкурировать с производителями пластиковых карт, предлагая альтернативное решение — изготовление ламинированных картонных карт, которые визуально практически ничем не отличались от пластиковых, а по себестоимости производства оказывались дешевле. И такой пробный проект был запущен на региональном рынке.

«Мы смогли наладить офсетное производство картонных карт, причем тиражи их были довольно большие, — отмечает Сергей. — Однако вскоре начался процесс объединения поставщиков связи в крупные корпорации, а мелким телекоммуникационным компаниям, работающим на локальном рынке, деваться оказалось некуда. Нужно было каким-то образом удовлетворять их запросы, при этом цены оставить в оптимальных пределах. Так мы приняли решение осваивать цифровую технику, чтобы иметь возможность быстрее и дешевле изготавливать тиражи картонных карт на собственном оборудовании, а не переразмещать заказы на стороне».

Освоение «цифры»

Первым цифровым печатным устройством для «КАРТ РЕГИОН» стал Xerox DocuColor12. Экономия на времени производства определенно дала компании преимущества. Одновременно с оперативностью тиражирования усложнялись и сами технологии изготовления карт и их защиты. Карты могли содержать нумерацию, пин-код или стираемый защитный слой, выполненный с помощью горячего тиснения металлизированной фольгой (такой способ изготовления скретч-слоя позволяет надежно защитить напечатанную на карте информацию).

Параллельно в компании «КАРТ РЕГИОН» приняли решение и о начале производства пластиковых карт, в том числе с эмбоссированием, нумерацией, магнитной полосой, скретч-панелью, любой переменной информацией и т. д. Кстати, вопросам нанесения переменной информации (персонализации, штрихкодов, а в последнее время и QR-кодов) в компании с самого начала уделяли серьезное внимание, ведь любые виды карт обычно содержат несколько по-



Цифровая печатная машина Konica Minolta bizhub PRO C5501 позволяет компании «КАРТ РЕГИОН» печатать на различных материалах — от картона до пластика, осуществлять печать переменных и персонализированных данных, что важно при производстве картонных карт, а также использовать возможности оборудования для изготовления нестандартной рекламной продукции



Оборудование для производства пластиковых и картонных карт: печь для спекания листов пластика, вырубной пресс и устройство для нанесения скретч-полосы



лей с меняющимися данными. Цифровая печать позволяла довольно легко осуществить впечатывание этих данных на нужные участки на предоплатной карте.

Возможность расширить применение «цифры» на своем производстве представилась компании «КАРТ РЕГИОН» несколько лет назад. Как говорит Сергей Весенев, однажды раздался звонок от компании Konica Minolta с довольно заманчивым предложением рассмотреть вариант покупки цифровой машины. Собственно, это и заставило задуматься о замене оборудования и новых перспективах развития бизнеса. Посчитав это предложение лучшим из существующих на тот момент на рынке, Сергей подписал договор о поставке машины Konica Minolta bizhub PRO C5501. Произошло это под самый сезон, осенью 2011 г.

Увеличение плана по печати

«Сервисный покликковый контракт на эту машину заставил нас пересмотреть план по печати — его необходимо было увеличить в пять раз, — рассказывает Сергей. — Несмотря на это для себя мы приняли решение, что обслуживанием оборудования будут заниматься сервисные инженеры поставщика, поскольку любое несанкционированное вмешательство, как правило, отражается на качестве печати. Мы сразу же перевели на Konica Minolta все средние и мелкие заказы. За счет того, что эта цифровая машина в отличие от предыдущего нашего оборудования позволяла работать с мелованными бумагами, мы заметно расширили ассортиментные позиции и смогли брать новые заказы, которые ранее выполнять у нас не было возможности. Чтобы подстраховаться по копиям (все же было опасение, что не

сможем выполнить требуемый объем по печати), некоторое время делали отпечатки для офсетных типографий и отдавали в листах. Загрузить оборудование помогло и сотрудничество с другими типографиями, образующими здесь своего рода технопарк».

Сергей имеет в виду полиграфический технопарк, который, можно сказать, по стечению обстоятельств появился на территории «Московского комбината игрушек». На его площадке сосредоточено несколько полиграфических компаний, каждая из которых работает в своем сегменте рынка и поэтому оснащена различным оборудованием (и по формату, и по отделке, и по печатным технологиям). По словам Сергея, это позволяет не конкурировать друг с другом, а эффективно взаимодействовать, перерасмещая часть полиграфических операций на оборудовании партнера. Ведь время от времени у каждой из этих компаний возникает необходимость в услугах, которые невозможно выполнить в рамках своего производства. Для заказчика печатной продукции такое соседство имеет только положительные стороны, поскольку в итоге он получает широкий перечень услуг и возможности изготовить практически любое полиграфическое изделие. Так, например, «КАРТ РЕГИОН», присоединившись к «технопарку», смог предложить услуги по промышленной ламинации, а также по цифровой печати, которых до этого здесь ни у кого не было. В конечном итоге, это обеспечило компании дополнительный приток заказов на цифровую печать, на которую к тому же с приобретением машины Konica Minolta удалось предложить более низкие цены, не говоря уже о высоком качестве цифровых отпечатков.



Картонные карты ламинируются пленкой разной толщины — 32, 75, 125 мкм. Чем больше толщина пленки, тем прочнее карта. Как правило, карты содержат несколько полей с переменной информацией, в том числе штрихкоды, QR-коды, а также защищенные скретч-слоем данные



Сегодня карты заказывают не только телекоммуникационные компании, но и банки, и торговые сети для проведения рекламных и скидочных акций

Открывшиеся перспективы

С точки зрения расширения применения «цифры» в компании «КАРТ РЕГИОН» отмечают возможность Konica Minolta bizhub PRO C5501 печатать на различных материалах — картоне, мелованной бумаге, дизайнерских материалах, самоклеящихся пленках и даже прозрачном пластике. Уже это позволяет заявить о себе как о серьезном поставщике циф-

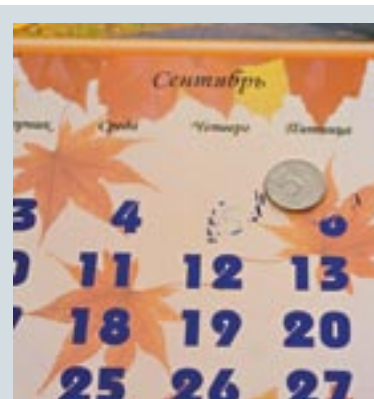
ровых печатных услуг. Сергей также отмечает, что, помимо изготовления разнообразных карт, компания в прошлом работала в качестве рекламного агентства, и еще с тех времен у нее остались заказчики на традиционную полиграфию — календари, буклеты, брошюры и другую рекламную продукцию. Периодически для ее изготовления требуется опыт компании по персонализации, например, приглашений, конвертов, купонов и т. д. Кстати, оборудование Konica Minolta, как говорит Сергей, позволяет в полной мере реализовывать любые задачи по персонализации, причем одновременно с печатью. Сегодня у типографии много интересных проектов, предусматривающих генерацию переменных QR-кодов, штрихкодов, которые используются не столько в картах предоплаты (надо сказать, что

этот рынок несколько трансформировался за эти годы), сколько в рекламных картах различных торговых сетей или лотерейных билетах.

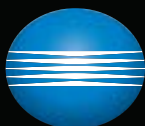
Еще одна интересная особенность машины Konica Minolta заключается в возможности печати удлиненного формата листа, что позволяет изготавливать продукцию, в частности календари, длиной 1 м. Более того, в компании научились использовать, как говорит Сергей, цифровые «фишечки». Например, добиваться на цифровой машине эффекта выборочного глянцевого УФ-лакирования, не прибегая при этом к самой технологии лакирования. То, как это получается, Сергей держит в секрете. Эти и другие возможности в компании «КАРТ РЕГИОН» планируют продвигать в изготовлении календарной продукции уже в предстоящем сезоне!



Календари длиной до 1 м позволяет печатать машина Konica Minolta



Интересная идея календаря со стираемыми числами месяца. Технология используется та же, что и при изготовлении скретч-панелей. В новом сезоне планируется предлагать такие календари заказчикам



KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

**НОВЕЙШИЕ
ТЕХНОЛОГИИ
KONICA MINOLTA
для ВАШЕГО БИЗНЕСА**

bizhub PRESS C6000 / C7000

для полиграфии и оперативной печати

- Рациональное дополнение офсетной печати
- Гармония цены, качества и производительности
- Печать на широком спектре материалов
- Разрешение растривания и печати 1 200 dpi

ООО «Кonica Минолта Бизнес Сольюшнз Раша»

115230 Москва, Варшавское шоссе, д. 47, к. 4 · Тел.: +7 (495) 545 0911 · Факс: +7 (495) 545 0910 E-mail: info@konicaminolta.ru · www.konicaminolta.ru

«Типография завода», или Развитие одного бизнеса для процветания другого



Александр Косенков,
генеральный директор,
компания Kaizer Group
[Санкт-Петербург]

Санкт-петербургская компания Kaizer Group является одним из крупнейших российских производителей и продавцов товаров для маникюра, педикюра и макияжа. Компания реализует товары как для профессионального рынка, собственно для салонов красоты, парикмахерских, так и для розничных продаж через крупные товаропродающие сети. Товарная линейка Kaizer Group насчитывает почти полторы тысячи наименований, не считая того, что разновидностей одной ассортиментной позиции может быть несколько (например, разного цветового исполнения). Соответственно, товарный каталог компании представляет собой весомое издание объемом примерно в 300 страниц. Как уверяют сотрудники компании, у Kaizer Group заметная доля в своем сегменте рынка. Может возникнуть вопрос: почему, собственно, мы решили рассказать об этой компании на страницах нашего журнала? Ведь тематика издания далека от вопросов косметического рынка. Дело в том, что эта компания — практически идеальный образец такого пока мало распространенного в нашей стране явления, как *in plant printing* (в вольном переводе «типография завода»). Иными словами, Kaizer Group организовал собственное печатное производство в первую очередь с целью развития своего основного бизнеса — продажи профессиональных инструментов и средств для косметической индустрии. С самых первых шагов

компания продемонстрировала серьезный подход — на предприятии была установлена цифровая печатная машина Xerox iGen4 и комплекс необходимого послепечатного оборудования. О создании цифровой типографии в рамках производства товаров для косметического рынка нам рассказал генеральный директор компании Kaizer Group Александр Косенков.

«Цифра» для «фантиков»

Потребность в собственной типографии, как отмечает Александр, была продиктована необходимостью изготавливать картонную упаковку для товаров, выпускаемых Kaizer Group. Без упаковки нет никакой возможности продавать товары через розничные сети. В большинстве случаев товары компании Kaizer Group поставляются в блистерной упаковке, состоящей из картонной подложки (или, как ее здесь называют, «фантика») и прозрачного блистера, изготовленного на термопластавтомате нужного профиля для каждого вида изделия. До появления на предприятии Kaizer Group своей печатной базы «фантики» для упаковки заказывались в сторонних типографиях, что вызывало и ряд

организационных сложностей, и по стоимости получалось не всегда эффективно.

«Ассортимент «фантиков» у нас довольно широкий. Заказывать небольшие партии тиражей нерентабельно (стоимость единицы изделия становится высокой), а печатать большие объемы впрок — тоже не очень выгодно, поскольку их приходится подолгу хранить, а товарная линейка может поменяться, и «фантики» окажутся ненужными», — поясняет Александр.

Проанализировав структуру себестоимости, руководство Kaizer Group пришло к выводу, что организовать свое производство картонных подложек для упаковки будет выгоднее, чем заказывать их в других компаниях. Помимо упаковки, у Kaizer Group есть и более широкие полиграфические задачи: нужно печатать наклейки на транспортную упаковку, рекламные материалы собственной продукции, каталоги и т. д. К тому же было принято решение, что типография может оказывать и печатные услуги на сторону.

Серьезность подхода

Исходя из сформулированных задач было решено приобрести



Компания Kaizer Group приобрела промышленную цифровую печатную машину Xerox iGen4 с целью печати упаковки для собственной продукции, однако сегодня типография выполняет и много сторонних заказов



Послепечатное оборудование выбиралось исходя из потребностей производства различной рекламной продукции

промышленную цифровую печатную машину Xerox iGen4. Может показаться, что для такой относительно несложной продукции, как подложки для blisterной упаковки, затевать столь серьезное производство большого смысла нет, с печатью этих изделий легко справится и более простая машина. Но как объ-

яснил Александр, выбор высококачественной машины был не случаен. Во-первых, хотелось оказывать услуги на сторону с должным качеством и оперативностью, во-вторых, продукция с машины Xerox iGen4 характеризуется высокой стабильностью и прогнозируемым результатом. Такая стабильность является в определенной степени защитой от подделок. Александр сказал, что в последнее время начали появляться подделки под ставшую популярной продукцию Kaizer Group. Однако несмотря на то, что внешне упаковка кажется простой, тем не менее воспроизводить сложные градиенты и при этом всегда одинаково — непростая задача, осо-

бенно при цифровой печати. И у поддельных товаров цветковые вариации «фантиков» становятся сразу видны. Впрочем, более дорогая продукция Kaizer Group содержит еще и голографическую наклейку, но и картон свою функцию выполняет.

Однако не только этим было обусловлено желание приобрести Xerox iGen4. При проработке вопроса о создании типографии с самого начала имели в виду очень высокую оперативность работы, вплоть до того, что некоторые заказы можно было бы исполнять, что называется, в присутствии заказчика. То есть нужна была производительная, бесперебойная машина с хорошим сервисом. «Ког-



Компания Kaizer Group — один из крупнейших российских производителей товаров для маникюра, педикюра и макияжа. Эти товары поставляются в blisterной упаковке с картонной подложкой («фантиком»). Благодаря собственному цифровому производству здесь изготавливают не только «фантики», но и печатают ярлыки с подробным описанием конкретного изделия, содержащегося в упаковке. Раньше ярлыки печатались на самоклеящихся материалах и вручную приклеивались на подложку. Теперь без этой ручной операции удается обойтись



Благодаря полиграфическому подразделению у Kaizer Group теперь есть возможность выполнять заказы на рекламную продукцию не только для продвижения на рынке собственных товаров, но и для целого ряда сторонних клиентов

да решался вопрос о выборе поставщика, мы практически без колебаний остановились на компании Херох. Нам понравились предлагаемые условия, в частности тот покопийный контракт, который предлагает Херох. Еще больше нам нравится уровень сервисного обслуживания печатного оборудования, которое компания оказывает в Санкт-Петербурге. Ну и наконец, мы многократно слышали очень положительные отзывы от других владельцев печатных машин Херох, в частности серии iGen, а их довольно много в нашем городе», — рассказывает Александр Косенков.

Соответствие ожиданиям

После такого отзыва мы заинтересовались, насколько ожидания совпали с действительностью. Оказалось, что все получается. «Вот пока мы с вами тут разговариваем, вполне реально, что типография уже приняла заказ (например, визиток), обработала его и отдала заказчику, — говорит Александр. — У нас оперативность очень высокая. Считается хорошим результатом сегодня принять заказ, а завтра утром его отдать заказчику. Мы же часто исполняем заказы за час-два и считаем это нашим большим конкурентным преимуществом, которое уже востребовано клиентами». А что касается собственной продукции, то теперь производство косметических товаров Kaizer Group может оперативно заказать строго заданное количество «фантиков» именно для тех товаров, которые нужно произвести сейчас. Более того, появление своей цифровой печати позволило ликвидировать еще одну сложную и при этом ручную операцию: наклейку на обратную сторону упаковки ярлыка с подробным описанием конкретного изделия, содержащегося в упаковке.

Раньше эту операцию выполняли вручную специальные люди. Теперь ярлыки будут уже отпечатаны на самих «фантиках», причем в строго необходимом количестве.

Для организации такой работы компании пришлось освоить технологию печати переменных данных с загрузкой их непосредственно из базы данных продукции, и эта задача оказалась вполне разрешимой: технологии Херох легко позволяют изготавливать персонализированную продукцию. «Поначалу нам казалось, что переход на персонализированную печать для нас будет постепенным и долгим. Но начав это делать, мы поняли, что все получается и не требует каких-то сверхусилий. Хотя типография у нас работает не так давно, мы уже смогли существенно продвинуться в области печати переменных данных. Пока еще не вся продукция изготавливается с исполь-

зованием в печатывания переменной информации (это связано с другими технологическими процессами), но в ближайшее время планируем внедрить технологию персонализации для производства всей нашей продукции. Это позволит нам существенно сократить расходы как на саму упаковку, так и на процессе упаковки готовой продукции», — говорит Александр.

Вот такое не совсем обычное применение цифровой печатной техники нам продемонстрировали в компании Kaizer Group. Оказывается, наличие своей печатной базы на производстве, не связанном с полиграфией, может стать способом финансовой оптимизации всей деятельности предприятия, даже несмотря на то, что цифровая печать — это серьезные инвестиции.



Качество печати на машине Херох iGen4 характеризуется высокой стабильностью и прогнозируемым результатом. Такая стабильность является в определенной степени защитой от подделок продукции Kaizer, даже коробки с готовой продукцией оклеивают фирменными этикетками (слева) в подтверждение их подлинности

Северодвинская типография (Северодвинск)

Год рождения: 1937

Оборудование: Xerox DC 8080 (с 2012)



Генеральный директор,
Буянова Елена Владимировна

Совсем недавно наша типография была исключительно газетной, но теперь у нас работают офсетные листовые машины, трафаретная линия, а также разнообразное постпечатное оборудование.

Наблюдая неуклонное снижение тиражности заказов, мы задумались о приобретении ЦПМ и освоении ниши оперативной малотиражной полиграфии.

Основными требованиями при выборе модели были качество, близкое к офсетной печати, стабильная работа на различных видах бумаги и наличие сервисной службы в нашем регионе.

Компания Xerox зарекомендовала себя с лучшей стороны, обеспечивая оперативные поставки расходных материалов и отличный сервис, что немаловажно для нашего местоположения.

На Xerox мы печатаем штучные и малые тиражи журналов, книг, календарей и рекламной продукции, разгрузив офсетные машины, благо цветовоспроизведение при соответствующем контроле приближено к офсету. При этом, круг заказчиков типографии заметно расширился.

В планах – организация отдельного участка оперативной полиграфии с рекламным агентством.

Типография ИНТ (Кемерово)

Год рождения: 1997

Оборудование: Xerox Nuvera Classic Light (с 2012)
Xerox DC 8080 (с 2011)



Зам. директора по развитию,
Андрей Грузин

К покупке цифровой машины нас подтолкнуло желание иметь оборудование для печати многостраничной продукции небольшими тиражами с достойным качеством и приемлемой себестоимостью. Основными критериями выбора для нас были себестоимость отпечатка и качественный сервис, но подходящих предложений в нашем регионе не было.

Xerox первым предложил устраивающие нас оборудование и условия обслуживания, что и определило выбор этой марки.

8 месяцев эксплуатации DC 8080 оправдали наши ожидания. Отпечатано около 350 тыс. оттисков формата SRA3, появились новые заказчики, потребности которых не ограничиваются цифровой печатью. Объем продаж продукции, отпечатанной на DC8080, достиг 15% от общего объема продаж типографии в денежном измерении.



Типография «Борус» (Тула, Орёл)

Год рождения: 1991

Оборудование: Xerox DC 250 (с 2010),
Xerox 700 (с 2011), Xerox 700i Pro (с 2012),
Xerox Nuvera Classic Heavy (с 2012)



Генеральный директор,
Михаил Тенцер

Мы любим Xerox и поэтому оснащаем этими машинами наши салоны оперативной полиграфии «Борус-Принт». Весной этого года мы открыли такой салон в г. Орле и установили там Xerox 700. Качество, себестоимость оттиска, сервис – нам нравится все. Хотелось бы пожелать нашим друзьям из компании Xerox и дальше совершенствовать службу поддержки клиентов. Будем развиваться вместе!



Типография «Футурис» (Москва)

Год рождения: 2004

Оборудование: Xerox Color 800/5C (с 2012)
Xerox Color 700 Pro (с 2011)
Xerox Nuvera 144 EA (с 2011)



Генеральный директор,
Демьян Гресь

Мои личные отношения с Xerox сложились более 10 лет назад и опыт нашего сотрудничества всегда был положительным. При выборе оборудования для типографии «Футурис», мы рассматривали все имеющиеся на рынке предложения, но никто из поставщиков не смог предложить аналогичный уровень цен и качества сервисного обслуживания. Например, мы имеем склад ресурсных запчастей и расходных материалов прямо в типографии. Xerox заранее перемещает сюда все, что может потребоваться в ближайшее время, а мы оплачиваем использованные материалы.

Что касается технических особенностей машин, то сейчас различия между марками оборудования уже не так велики, как 5-7 лет назад. Каждую особенность, будь то расширенный формат или улучшенную пропечатку фактурных материалов, необходимо оценивать в применении к конкретной бизнес-модели. Дополнительные возможности очень интересны, но для нас важнейшим фактором остается сервис, а значит, вопрос использования ЦПМ других марок пока остается закрытым.

«Шар» больших возможностей, или «Зарабатывать лучше любимым делом»



Игорь Золотов,
генеральный директор,
группа компаний «Шар» [Тула]

Группе компаний «Шар» принадлежит сегодня заметная доля на рынке производства упаковки из картона и микрогофрокартона. В настоящее время бренд «Шар» объединяет издательство, типографию, салон оперативной полиграфии и завод по переработке макулатуры. На протяжении более чем 20-летней работы на издательско-полиграфическом рынке компания «Шар» постоянно инвестировала в свое развитие, каждый раз поднимаясь на новый технологический и организационный уровень. Прошлый год стал для группы компаний очередным шагом на новую ступень. На производственной площадке «Шара» была инсталлирована новая шестикрасочная печатная машина Heidelberg Speedmaster CD 102-6 с сек-

цией лакирования поколения drupa 2012. Переход в первый печатный формат повлек за собой переоснащение допечатного участка и приобретение нового CtP-комплекса Kodak Trendsetter 800 с проявочным процессором T-860. О работе обновленного производства, а также интересных проектах в различных направлениях деятельности группы компаний «Шар» рассказал нам генеральный директор Игорь Алексеевич Золотов.

«Сказочная» история

История компании «Шар» началась со сказки — «Сказки о пурпурной шляпе». Так называлась небольшая книжка для детей, которую автор Игорь Золотов хотел издать. Собственные книги мечтал издавать не только Игорь Алексеевич, но и его многочисленные друзья-литераторы, для которых возможности свободно печататься в государственных издательствах не было никакой. Решение пришло само — если хочешь издавать свои произведения, нужно создать собственное издательство. Так в 1991 г. было зарегистрировано издательство «Шар», и так уж получилось, что совпало это с августовскими событиями того года, после которых и в самой стране много что изменилось.

Благодаря издательской деятельности «Шара» сбылась мечта о собственной печатной книге многих авторов того времени. Заказы приходилось размещать в типографиях Тулы, однако вскоре возникла мысль о своем, пусть и небольшом, печатном производстве. Взяв в 1994 г. кре-

дит, компания приобретает первое оборудование для изготовления мелких оперативных заказов. В следующем году «Шар» переезжает в помещение типографии конструкторско-технологического института, где арендует неиспользуемое институтом полиграфическое оборудование — две печатные машины Romaorg, два плоскочечатных станка, ручной позолотный пресс, тигельную машину. Как рассказывает Игорь Золотов, именно на том тигеле сделали первую упаковку, производство которой впоследствии стало основной специализацией полиграфического направления «Шара». Однако впереди компанию ждали уникальные издательские проекты, в числе которых выходивший в течение нескольких лет литературно-художественный альманах «Альбом», который потрясал сложностью и качеством исполнения.

В фокусе — упаковка

О «Шаре» широко заговорили в полиграфических кругах в 2000 г., когда типографии посчастливилось стать обладателем четырехкрасочной машины Heidelberg Speedmaster 52-4 с «золотой» печатной секцией с юбилейным номером 10000 (этой машины давно на производстве нет, но короб с секции бережно хранится). К тому моменту «Шар» уже почти три года тесно сотрудничал с компанией Heidelberg, начав с покупки в 1997 г. офсетной машины GTO-52 и резательной Polar 66. Оборудование со временем сменялось одно другим, с большим количеством печатных секций, дополнительными



Печатный парк оборудования типографии «Шар» представлен машинами Heidelberg. Одно из последних приобретений — печатная машина первого формата Heidelberg Speedmaster CD 102-6+L (слева)



Приобретение печатного оборудования первого формата потребовало и замены допечатного комплекса. На производстве недавно было установлено CtP-устройство Kodak Trendsetter 800 с онлайн процессором T-860. Для работы комплекса используется программное обеспечение Prinergy EVO. Более того, для вывода форм применяются пластины Electra XD также от Kodak



секциями лакирования, а впоследствии и другого печатного формата (в типографии работает сегодня полуформатная пятикрасочная машина Heidelberg Speedmaster CD 74-5+L-P с секцией лакирования и устройством переворота листа после второй секции). Однако каждый раз это был выбор в пользу немецкого гиганта Heidelberg.

С начала 2000-х гг. «Шар» все больше фокусируется на производстве упаковки, которое становится высокорентабельным и востребованным бизнесом. Все последующие шаги в оснащении предприятия делались с учетом специфики именно упаковочного направления. Сегодня «Шар» занимается изготовлением упаковки из картона различной плотности, со клейкой до 4 точек и всеми возможными видами отделки (от тиснения фольгой и конгрева до УФ-лакирования), а также упаковки из лакированного картона (его на предприятии

делают на собственной лакировальной линии) для самой разной продукции — бытовой техники, кондитерских изделий, лекарственных препаратов, парфюмерных и косметических средств, алкогольной продукции и т. д.

В «Шаре» гордятся не только технологиями и наличием надежного оборудования, но и законченными, инновационными решениями. Например, компания первой внедрила производство упаковки из картона со склеенным европодвесом, за который очень удобно вывешивать продукцию на кронштейны торговых витрин (такую упаковку активно используют производители детских товаров, косметических и лекарственных средств). Более того, технологи предприятия сами занимаются разработкой конструкций картонных коробок, и на часть из них получены соответствующие патенты.

На ступень выше

Серьезные планы по развитию упаковочного производства не позволяли долго оставаться во втором формате. Промышленные объемы упаковки, которая сегодня требует и высокой производительности, и использования дополнительных цветов, и безупречного качества, подтолкнули предприятие к новым инсталляциям. В конце прошлого года на производственной площадке «Шар», расположенной в поселке Первомайский недалеко от Тулы, была установлена новая шестикрасочная печатная машина Heidelberg Speedmaster CD 102-6+L с секцией лакирования. Она позволяет работать с более плотным картоном толщиной до 1 мм и располагать раскладки коробок на максимальный печатный формат 720x1020 мм. Как отмечают специалисты типографии, в

работе довольно часто приходится задействовать все шесть печатных секций для нанесения белил, грунта или пантонных красок, а покрытие оттисков ВД-лаком давно стало стандартом при производстве упаковки.

С появлением машины первого формата автоматически встал вопрос о выводе форм. С предыдущим CtP-устройством в типографии вынуждены были расстаться, по-



Типография «Шар» специализируется на производстве упаковки из картона и микрофрактона. Для изготовления этой продукции цех оснащен соответствующим послепечатным оборудованием — фальцевально-склеивающими машинами, вырубными прессами, оборудованием для конгрева и тиснения фольгой, лакировальной линией, лакировальной машиной и т. д.



Малоформатная упаковка для лекарственных и косметических препаратов составляет заметную долю заказов типографии «Шар». Она одной из первых начала делать картонную упаковку с так называемым склеенным евро-подвесом



Из формованной бумажной массы компания «Шар» производит детские игрушки для раскрашивания под брендом «Шар Папье». В Туле уже несколько лет проводятся фестивали, посвященные росписи таких игрушек



сколько теперь стало необходимо изготавливать печатные формы большего формата. К покупке новой печатной машины была приурочена и смена допечатной системы. Этот вопрос, как сказал Игорь Золотов, был отдан на откуп специалистам типографии, которые сошлись во мнении, что по техническим показателям лучшим решением для их производства станет CtP компании Kodak. В итоге допечатный участок был полностью обновлен термальной системой прямого экспонирования

печатных форм Kodak Trendsetter 800 в комплексе с процессором для проявки пластин T-860 и программным продуктом для управления в допечатном процессе Kodak Prinergy EVO. Как отмечают в типографии, данный комплекс при хорошей производительности (22 пластины/час в высоком разрешении 2400 dpi) имеет неоспоримое преимущество — экспонирующая термоголовка Kodak обладает встроенной избыточностью: деградация (или даже выход из строя) одного или даже не-



Упаковка для кондитерских изделий отличается сложной формой и наличием разнообразной отделки — тиснения металлизированной фольгой, конгрева, вырубных окошек, лакирования и т. д.



Упаковка для алкогольной продукции



Из переработанной макулатуры на предприятии «Шар» делают упаковку, в частности поддоны и короба для яиц

скольких диодов никак не сказывается на работоспособности комплекса. Более того, специалисты компании «НИССА Центр» смогли предложить уникальные условия как по стоимости, так и по гарантийному «пожизненному» обслуживанию системы. Для изготовления печатных форм в типографии используют также и пластины Kodak Electra XD. Термальными пластинами Kodak в «Шаре» также очень довольны, поскольку они отличаются повышенной устойчивостью и способны выдерживать длинные (до 500 тыс. оттисков без обжига) и повторяющиеся тиражи, что при производстве упаковки не редкость.

Новое печатное и допечатное оборудование, специально подобранное с учетом требований упаковочного производства, позволит типографии «Шар» добиваться не только стабильного и предсказуемого результата, высоких производственных показателей, но и, что немаловажно, минимизации затрат, максимальной автоматизации, легкости в обслуживании и эксплуатации новых технологий.

Работа как хобби

Игорь Алексеевич уверен, что деньги лучше зарабатывать любимым делом.



Один из издательских проектов группы компаний «Шар». Это первый экземпляр многотомного издания «Небо», в котором собрана информация о строении звездного неба, происхождении созвездий и небесных светил. Над его выпуском и дальнейшим продвижением в книготорговых сетях работают сейчас в издательстве

Ему как предпринимателю, издателю, автору в этом смысле повезло. Каждый из тех проектов, которые он начинал, стал успешным. По-прежнему работает издательство «Шар», выпуская великолепные книги. Как говорит Игорь Золотов, «издательство осталось как хобби», это романтическая мечта, не только ставшая для него реальностью, но и способствовавшая развитию полиграфических направлений бизнеса. В частности, с 2004 г. работает салон оперативной полиграфии «Визитка», который также входит в ГК «Шар». Весь ассортимент рекламной и имиджевой продукции — открытки, приглашения, календари, афиши, флае-

ры и многое другое — здесь готовы заполнить в короткие сроки. Тем не менее в «Шаре» есть и другие удачные проекты, так или иначе с полиграфией связанные.

Что делать с макулатурой?

Этот вопрос естественным образом возникает в любой полиграфической компании. Большинство из них обычно утилизируют отходы производства. Однако в ГК «Шар» поступают наоборот — здесь скупают макулатуру у других предприятий. Еще в 2000 г. в структуре компании появилось дочернее предприятие — завод по переработке макулату-

ры «Шар Молдинг Технолоджи». На предприятии догадались не просто утилизировать остатки бумаги, но и сделать из этого отличный бизнес по производству изделий из формованной бумажной массы. Для начала из нее стали выпускать упаковку — контейнеры для яиц, капсулы для бахил, поддоны для упаковки различных тюбиков и баночек. Такая упаковка абсолютно экологична и при этом обладает высокой прочностью и хорошо защищает даже хрупкие изделия во время транспортировки. Сегодня безотходная технология утилизации макулатуры используется и еще в одном интересном направлении — из бумажной массы изготавливают детские игрушки для раскрашивания под брендом «Шар Папье». Силами ГК «Шар» в Туле уже состоялось два фестиваля «Шар Папье», во время которых проводились мастер-классы для детей и взрослых по раскрашиванию игрушек, а также были представлены работы известных художников и дизайнеров, принявших участие в этом проекте. А скоро в Туле откроется музей «Шар Папье», где все эти уникальные работы можно будет увидеть и даже приобрести набор, чтобы сделать игрушку своими руками. ■

ФЛЕКСО 1:1 С ОФСЕТОМ

ТЕ ЖЕ ФАЙЛЫ, ТЕ ЖЕ ВОЗМОЖНОСТИ
ВПЕРВЫЕ, НО — НАВСЕГДА



ПРИБЫЛЬ В ЦИФРЕ

1:1

Флексо 1:1 с офсетом

Kodak

СГР KODAK FLEXCEL NX

Вы еще не знаете, как может печатать ваша флексо машина. Это знают в FTA и GATF. Просто посмотрите на образцы. Просто попробуйте сами. Вы можете конкурировать при помощи Kodak Flexcel NX или конкурировать против Kodak Flexcel NX. Линиатура до 300 lpi | передача раstra в печати — 1:1, что позволяет печатать флексо с цветodelением для офсета, с точным попаданием в офсетную цветопробу | передача полного тонального диапазона, включая отсутствие так называемого флексо обрыва в светах

www.nissa-centre.ru

«НИССА Центр»
Москва (495) 956-7719
Санкт-Петербург (812) 640-0363
Екатеринбург (343) 220-3783
Новосибирск (383) 209-0725
Ростов-на-Дону (863) 255-2638
Ульяновск (842) 241-0571/72
Киев (38044) 490-3460
Алматы (727) 395-6820/21/82

NISSA | CENTRE

«Восьмое чудо света» от Agfa

В прошлом году типография «Елена», которая входит в структуру одного из крупнейших на российском рынке рекламно-производственных холдингов Helen Group, стала обладателем одного из «восьми чудес света». Акцию с таким названием организовали в рамках выставки dpa 2012 компания «Терем» и ведущий мировой производитель допечатного оборудования Agfa Graphics. Восемь довольно выгодных предложений распространялись на бесхимические системы CtP Agfa, которые можно было приобрести в период действия акции со значительной скидкой. Одним из таких предложений воспользовались в типографии «Елена», где осенью прошлого года был запущен автоматизированный допечатный комплекс Agfa :Avalon N4, предусматривающий также установку программного обеспечения Agfa :Arogee Prepress с возможностью работы с гибридным растром Sublima. Каково это — быть пользователем одной из современных и передовых технологий в допечатных процессах, нам рассказал руководитель полиграфического направления холдинга Helen Group Александр Русаков.

Что обещает «зеленая» технология?

О существовании технологии экспонирования офсетных пластин с использованием малого количества химии известно как минимум уже лет шесть. Разработки в отношении того, чтобы сделать допечатный процесс еще более экологически дружелюбным, со временем привели к появлению технологий и вовсе без применения каких-либо агрессивных химических средств. И компания Agfa Graphics является одним из основных производителей подобных экспонирующих устройств. Для типографий такая «зеленая» технология обещает существенную экономию расходных материалов и энергоресурсов, абсолютную экологическую безопасность, чистоту производственного процесса из-



Бесхимический автоматизированный комплекс Agfa :Avalon N4 для экспонирования термальных офсетных пластин инсталлирован в типографии в прошлом году

за отсутствия пыли, засоряющей проявочный аппарат при испарении копировального слоя при других экспонирующих технологиях, оптимизацию работы допечатного участка и, как следствие, финансовую эффективность, а в сочетании с программными решениями еще и максимум удобства и простоты изготовления форм для офсетной печати. Тем не менее, несмотря на, казалось бы, положительные моменты использования бесхимической технологии, нельзя сказать, что полиграфические предприятия массово ринулись на нее переходить. С одной стороны, это объясняется тем, что у большинства типографий вопрос изготовления форм так или иначе решен, и серьезно менять технологию в условиях реального производства — довольно сложная задача. А с другой стороны, можно отметить и некоторую настороженность типографий в том, что бесхимическая технология экспонирования действительно работает. Эти же сомнения были и у типографии «Елена».

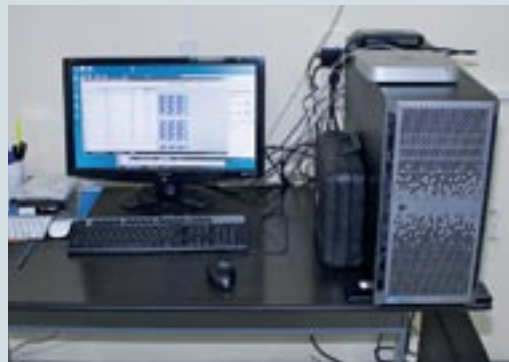
Заманчивая акция

Как рассказывает Александр, на предприятии долгое время использовали для изготовления форм фотонаборный автомат Agfa Avantra 30. «Нас вполне устраивала пленочная технология ровно до тех пор, пока не начались перебои с пленкой, а следом с химией и запчастями. Мы

рассчитывали перейти на цифровое экспонирование пластин и даже ожидали поставку устройства CtP от одного из поставщиков, однако вследствие внутренних проблем этой компании сделка не состоялась, и мы вынужде-



Цветопробное устройство Epson позволяет быть уверенными в точности цветопередачи



Одновременно с CtP было приобретено и программное обеспечение Agfa :Arogee Prepress, обеспечивающее управление потоками данных в допечатном производстве



Печатный парк типографии «Елена» — двухкрасочная машина Ryobi 522 для запечатки плотных материалов (слева) и шестикрасочная Heidelberg Speedmaster 52-6 (справа), на которой изготавливается основная доля рекламных заказов

ны были заказывать формы на стороне, столкнувшись при этом со всеми возможными проблемами работы с подрядчиками», — говорит Александр Русаков. Было очевидно, что вопрос с организацией собственного допечатного участка нужно в итоге решать. И предложение от компании «Терем» появилось как раз вовремя. В типографии решили приобрести один из допечатных комплексов, на который распространялась очень заман-

чивая по ценам акция. Другого конкурентного предложения на тот момент найти было практически невозможно. Да и технология сама по себе казалась весьма перспективной.

Оцениваем технологию

Сегодня, спустя почти полгода работы автоматизированного комплекса на базе термальной CtP-системы Agfa :Avalon N4, в типографии очень довольны приобретением. «Я удивлен,



В типографии используют бесхимические термальные пластины Agfa :Azura TS



www.terem.ru

КОМПАНИЯ «ТЕРЕМ» — ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ДИСТРИБУТОР AGFA GRAPHICS В РОССИИ



ЗВОНИТЕ:

(495) 956 04 04

e-mail: sales@terem.ru

Специальные цены на CtP AGFA

+ 500 м² пластин — В подарок!*

:Avalon V4
от 2,5 млн. руб.
+ 500 м² пластин



:Avalon N4
звоните!
+ 500 м² пластин



:Avalon N8
от 4 млн. руб.
+ 500 м² пластин



* Все комплексы по акции включают систему CtP, он-лайн процессор, АСУ ТП Arapree Prepress 8, а также НДС, пусконаладочные работы и обучение персонала. Возможно расширение гарантийного срока на весь комплекс до 2-х лет.

Акция действует весь 2013 год!

Обращайтесь до 31 мая 2013 года и получите сертификат на включение в поставку дополнительных 200 кв.м. пластин совершенно бесплатно. Сертификат будет действовать в период проведения акции до 31 декабря 2013 года!



Послепечатный комплекс оборудования позволяет типографии выполнять все основные виды работ по отделке и обработке оттисков



тизированной систему управления потоками данных в допечатном производстве. С одной из версий Agfa :Arogee в типографии были знакомы еще со времен работы на фотонаборном аппарате Agfa Avantra 30. «Пожалуй, это один из лучших workflow для типографских задач, — говорит Александр. — Интеллектуальное решение для спусков полос :Arogee Impose позволяет грамотно расположить заказы на листе с учетом их особенностей производства, причем в автоматическом режиме. Теперь я могу в удаленном доступе отправлять задания на вывод форм. Все это стало возможным! И уже с ужасом вспоминаешь, как приходилось работать с пленочной технологией вывода».

Тем не менее Александр отмечает и некоторые особенности комплекса: «На наш взгляд, бесхимические термальные пластины, которые мы применяем (Agfa :Azura TS), несколько медленные. Максимальная производительность — 20 пластин в час. Но пока нас это устраивает, поскольку интенсивность работы допечатного участка даже при такой скорости экспонирования опережает загрузку печатных машин». Обеспокоенность по поводу скорости изготовления форм вызвана тем, что в перспективе типография планирует выйти во второй печатный формат. Пока полиграфическое предприятие «Елена» работает в третьем формате, изготавливая весь объем рекламной продукции, которую клиенты заказывают через одноименное рекламное агентство. На производственной площадке типографии установлена шестикрасочная машина Heidelberg Speedmaster 52-6, на которой выполняется основной поток заказов. Как отмечает Александр, довольно часто встречаются работы

что технология на самом деле работает, — отмечает Александр. — Теперь мы абсолютно уверены в стабильности качества изготовления печатных форм. Важно и то, что процесс экспонирования стал «зеленым» — наше производство находится рядом с водоохранной зоной. Правда, мы все равно не решаемся сливать в канализацию отходы, хотя производитель гарантирует безопасность для окружающей среды используемых составов».

Инсталляция системы CtP включала и программное обеспечение Agfa :Arogee Prepress, автома-



В числе типовой рекламной продукции — изготовление календарей и иллюстрированных каталогов



Типография также изготавливает ежегодные справочники. Иногда рекламные материалы повторяются из года в год. И здесь очень важно, чтобы такие изображения были отпечатаны с одинаковым качеством. Производство многостраничной продукции с различными видами скрепления — одно из направлений работы типографии «Елена»

с пантонами и лаком, который кладется из печатной секции. Собственно, этим и объясняется именно такая конфигурация печатной машины. Есть еще и двухкрасочная Ryobi 522, используемая для запечатки картона и других плотных материалов. Однако мысли о расширении производства у руководства типографии есть. Даже новое помещение, в которое несколько месяцев назад переехало производство, брали с прицелом на увеличение печатной техники. Поскольку Agfa :Avalon N4 позволяет выводить формы до 830x660 мм, то при переходе в следующий печатный формат на нем можно будет экспонировать пластины формата B2. А если потребности типографии все-таки вырастут, то, как сказал Александр, в типографии, скорее всего, приобретут вторую такую же допечатную систему. ■



Помимо квартальных календарей корпоративные клиенты часто заказывают календари-домики

Looking at the future.

Новые горизонты
систем CtP
для коммерческой
и газетной печати

:Avalon
:Advantage



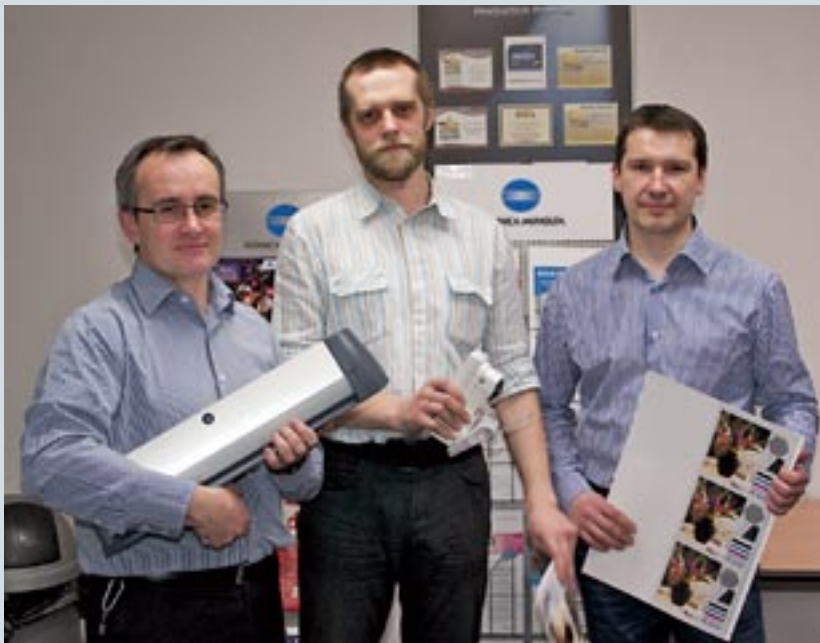
Загляните в будущее
вместе с Agfa Graphics.
www.agfa.com/graphics

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

115477, Москва
ул.Кантемировская, 58
тел.: (495) 234-2104
факс: (495) 234-2111

Разворот на 180°: новая бумага для печати фотоальбомов



Участники эксперимента (слева направо): Алексей Лукьянчук и Андрей Ванькевич — специалисты Konica Minolta, Сергей Смирнов — ЗАО «Корпорация ЗНАК»

Одним из самых модных и востребованных направлений современной полиграфии является печать фотографий, или точнее фотокниг. В настоящее время спрос на услуги по изготовлению фотоальбомов со стороны потенциальных заказчиков растет, поэтому и велико желание многих полиграфических компаний заниматься данным бизнесом. Сегодня вполне приличное качество фотопечати способна обеспечить даже не самая дорогая цифровая машина, но превратить отпечатанные листы в готовую фотокнигу, которая бы радовала глаз и оставляла ощущение солидного, добротного продукта, получается не у всех. Крупные типографии, оснащенные профессиональным послепечатным оборудованием, могут легко изготавливать фотокниги самых разных видов и конструкций, однако небольшим цифровым печатным салонам делать это сложнее. Серьезное послепечатное оборудование, которое позволит качественно переплести книги, по стоимости может в разы превышать стоимость цифровых печатных машин, поэтому для большинства цифровых типографий и печатных салонов приобретение такого оборудования не под силу. Тем не менее стремление изготавливать фотоальбомы наблюдается у многих.

Мы решили протестировать относительно простую технологию изготовления высококачественных фотокниг, позволяющую получать отлично выглядящие, хорошо раскрывающиеся

Новая уникальная бумага с технологией FlexBind® позволяет заметно упростить изготовление изящных и хорошо раскрывающихся на 180° фотоальбомов

в книги, удобные в пользовании. В нашем эксперименте мы попытались соединить два наиболее перспективных в настоящее время решения для производства фотокниг: цифровую печатную машину Konica Minolta bizhub PRESS c70hc и специальную бумагу с технологией FlexBind® для изготовления фотоальбомов.

Печатная машина bizhub PRESS c70hc по-своему уникальна: это одно из немногих на рынке цифровых устройств, предназначенных для печати изображений с широким цветовым охватом. Буквенное обозначение «hc» в названии машины говорит о том, что в ней

используется тонер серии High Chroma (в дословном переводе — «высокий цвет»), который позволяет получить более насыщенные по цвету изображения, чем при традиционной СМΥК-печати. Современная цифровая фотография позволяет получать очень яркие цвета, особенно если речь идет о полиграфических бинарах (синий, зеленый, красный). Но именно эти цвета как раз плохо воспроизводятся традиционным полиграфическим синтезом. Многие технологи фотопечати для решения этой задачи применяют дополнительные краски или чернила (светлый голубой, светлый пурпур, дополнительный черный, иногда отдельно синий или зеленый и т. д.). Но все это доступно в основном в струйной печати, использовать которую для изготовления фотокниг в относительно тиражном количестве довольно сложно. Поэтому машина Konica Minolta bizhub PRESS c70hc в этом смысле очень интересна.

Как мы уже ранее указывали, отпечатать красивую фотографию на листе бумаги — это полдела. Нужно превратить отпечатанные листы бумаги в фотокнигу. И здесь на помощь приходит другая инновационная разработка — специальная бумага с технологией FlexBind® для изготовления фотоальбомов и фотокниг с плоским раскрытием. Это высококачественная гладкая бумага, предназначенная для цифровой фотопечати, имеет гибкие ламинированные шлицы, расположенные по краям листа. Фотокниги, созданные на основе бумаги с технологией FlexBind®, обладают неоспоримым преимуществом: листы перегибаются вдоль ламинированного шлица, благодаря чему при раскрытии фотокниги на любой странице получается разворот, который горизонтально раскрывается на 180°. Это дает возможность воспроизводить панорамные изображения, переходящие с одной полосы на другую, обеспечивая практически идеальное совпадение частей изображения. С некоторого расстояния даже не видно, что изображение расположено на двух листах бумаги.

При обычной технологии скрепления на панорамных изображениях, проходящих через корешок, часть изображения не видно (оно уходит в корешок), да и лист обычно лежит «волной», ухудшая восприятие сюжета. Чтобы получить его рассмотреть, обычно требуется разровнять листы и деформировать корешок. Несколько подобных деформаций — и корешок не выдерживает (особенно



Сравнение раскрываемости обычного фотоальбома и альбома, выполненного на бумаге с технологией FlexBind®

если книга собрана на клею). Так что использование бумаги с технологией FlexBind® позволяет радикально улучшить качество восприятия фотокниг и при этом существенно упростить процесс переплета. По сути, любая технология переплета (при помощи как клеевого бесшвейного скрепления, так и шитья проволокой) позволяет достичь очень хорошего результата в плане прочности и раскрываемости. Более того, могут применяться и другие не совсем полиграфические технологии скрепления (металлическими планками, зажимами, винтами и т. д.). В качестве альтернативы бумаге с технологией FlexBind® можно назвать разве что потетрадное шитье нитками с последующей сложной обработкой блока, однако этот способ скрепления обычно недоступен цифровым салонам и небольшим типографиям. В качестве основных достоинств тестируемой бумаги можно отметить следующие:

■ Высококачественная бумага с технологией FlexBind® специально предназначена для использования в цифровой печати. При ее разработке учтены особенности именно цифровых технологий печати, подразумевающих другую адгезию (тонер или чернила ведут себя не так, как краска на основе минеральных или органических масел).

■ Шлиц, расположенный по краю листа бумаги, сделан из высокотемпературного ламината, позволяющего использовать его в печке цифровых печатающих устройств. Более того, на шлиц можно наносить тонер или краску, которые хорошо на нем держатся, что позволяет печатать изображения «на вылет», если это необходимо.

■ Собственно шлиц выполнен таким образом, что толщина листа остается неизменной. Это важно при распределении давления печати в области полосы контакта.

■ Бумага предназначена для двусторонней печати. Более того, такая печать даже предпочтительнее.

Суть нашего эксперимента состояла в проверке возможности печати на бумаге с технологией FlexBind® на цифровой машине, оценке качества печати, а также проверке возможности печати с широким цветовым охватом, в частности на машине Konica Minolta bizhub PRESS c70hc. Выяснилось, что процесс вполне работоспособный: настройка и калибровка машины на новую бумагу, а также построение соответствующего профиля печати, ко-



Цифровая печатная машина Konica Minolta bizhub PRESS c70hc очень хорошо подходит для печати фотографий и фотокниг



Так выглядит бумага с технологией FlexBind® от компании Mazina, на которой и проводился эксперимент

нечно, занимают некоторое время. Однако обычно настройку печатной техники выполняют один раз, а впоследствии параметры бумаги хранятся в памяти машины. После настройки и калибровки печатного процесса собственно печать прошла абсолютно беспрепятственно. Бумага хорошо проходит через машину, ламинированный шлиц выдерживает температуру печки и никаких препятствий печати не создает, тонер на нем держится хорошо. Цветовой охват на лицевой стороне теста получился заметно шире традиционного полиграфического CMYK (это видно даже визуально), так что и печатная машина, и бумага с этой задачей успешно справились.

На второй странице обложки нашего журнала размещен образец полученного результата. К сожалению, образец доступен только в части тиража издания в силу того, что в нашем распоряжении было ограниченное количество листов бумаги с технологией FlexBind®. В случае, если в вашем экземпляре журнала образца не было, но вы хотели бы его получить, обращайтесь в издательство «Курсив» или в ЗАО «Корпорация ЗНАК», которая является официальным дистрибьютором бумаги с технологией FlexBind®. Некоторое количество дополнительных образцов у нас есть!



(Образец печати на второй странице обложки)

Рулонная цифровая печать: новый взгляд на книгоиздание



Гости мероприятия изучают образцы продукции, отпечатанные на цифровых машинах Издательства «Известия»

Официальное открытие современного цифрового полиграфического комплекса ФГУП Издательства «Известия» состоялось 11 апреля на новой производственной площадке на ул. Добролюбова. Гостям, принявшим приглашение стать участниками этого события, была представлена первая в России рулонная струйная печатная машина Screen Truepress Jet 520EX, листовые машины для полноцветной цифровой печати Xerox Color 800 и Xerox iGen4, а также послепечатное и отделочное оборудование — цифровая машина для УФ-лакирования MGI JET Varnish, фальцевально-швейный агрегат Smyth F-145 DigitalLine, специально предназначенный для фальцевания листов с цифровых машин или подборки в накидку готовых тетрадей книжного блока с последующим шитьем нитками, универсальный автомат KAMA ProCut 53F для высечки, биговки, перфорации, конгрева и горячего тиснения фольгой и ряд другого оборудования для клеевого бесшвейного скрепления, трехсторонней подрезки блоков, ламинирования оттисков и других операций.

К масштабной модернизации в издательстве готовились несколько лет, тщательно изучая предложения поставщиков полиграфического оборудования, оценивая конкурентные преимущества каждого из них и сравнивая условия сервисного и гарантийного обслуживания. Как отмечает генеральный директор ФГУП Издательства «Известия» Эраст Галумов, ре-



Первая в России рулонная цифровая машина Screen Truepress Jet 520EX установлена на новой полиграфической площадке Издательства «Известия». Она позволит оперативно и рентабельно изготавливать книги любым тиражом



Для печати полноцветной продукции (в частности, цветных обложек книг, рекламных каталогов, брошюр и т. д.) в типографии используется оборудование компании Xerox — цифровые машины Xerox iGen4 и Xerox Color 800

шение о переходе на новый технологический уровень и внедрении на предприятии цифровой печати является следствием тех изменений, которые затрагивают сегодня книжный рынок в целом. В частности, при увеличении количества наименований книжных изданий отмечается общее сокращение тиражей. Издателям стало выгоднее допечатывать книги небольшими партиями по мере их реализации в книготорговых сетях, чем заказывать изготовление сразу многотысячного тиража. Таким образом, удается сокращать издержки по складированию и утилизации тиражей в случае их невостребованности. В подобных условиях развития рынка именно цифровые печатные технологии предоставляют возможность эффективной работы при довольно жестких современных требованиях со стороны книгоиздателей. Чтобы им соответствовать, в Издательстве «Известия» был разработан бизнес-проект, который предусматривал приобретение полноценного комплекса полиграфического оборудования, позволяющего рентабельно изготавливать книжно-журнальную продукцию тиражом от 10 до 5000 экз.

Большие перспективы в типографии Управления делами Президента Российской Федерации ФГУП Издательство «Известия» связывают с развитием рулонной цифровой печати. Для того, чтобы иметь возможность оперативно и в короткие сроки изготавливать книги небольшими тиражами и при этом обеспечить низкую стоимость производства, была выбрана монохромная рулонная цифровая машина Screen Truepress Jet 520EX. Она позволяет выполнять двустороннюю печать за один прогон со скоростью до 128 м/мин на материалах шириной от 160 до 520 мм и плотностью от 40 до 200 г/м². Машина оснащена блоком размотки и подачи полотна в печатную секцию, а на финише — линией продольной и поперечной резки и подборки от швейцарской фирмы Hunkeler. Очень удобно, что каждая печатная секция Screen снабжена собственным пультом управления, который позволяет управлять процессом печати и отслеживать состояние концевых блоков линии. Благодаря гибким настройкам на Screen Truepress Jet 520EX можно изготавливать практически любое количество экземпляров, в том числе и поштучно. При этом, как отмечают специалисты типографии, при изменении тиража от 50 до 5000 экз. стоимость производства меняется уже не в десятки раз, как было бы при офсетной печати, а всего на 50%. Кроме того, компания «ЯМ Интернешнл», осуществившая установку рулонной цифровой машины, пожалуй, единственная из поставщиков на российском рынке, которая не дает покликотный контракт на рулонное оборудование. С учетом высокой надежности самой печатной машины и отсутствия клик-контракта, производство книг на Screen Truepress Jet 520EX становится еще более экономически выгодным для заказчика.



Машина для клеевого бесшвейного скрепления Wohlenberg Quickbinder позволяет автоматически получать проклеенные книжные блоки, а также производить подготовку корешка для твердого переплета и наносить марлю на книжный блок



Универсальный автомат KAMA ProCut 53F для высечки, биговки, перфорации, конгрева и горячего тиснения фольгой



Фальцевально-швейный аппарат Smyth F-145 DigitalLine специально предназначен для фальцевания и подборки листов/тетрадей, отпечатанных цифровым способом



Цифровая машина MGI JET Varnish предназначена для сплошного и выборочного УФ-лакирования цифровых оттисков. На ней можно получать рельефные эффекты