



№3. Апрель, 2018



ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №3 (125)-2018

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

«Цифровой» помощник, или Как выручает малый формат 2

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Графобал-Дон»

«Графобал-Дон»: флагман должен быть на шаг впереди 6

Типография «Фотоэксперт»

Цифровая книжная линия,
или Эксперт в производстве единичных тиражей 12

Типография «Имидж Пресс»

Квест для потребителя,
или Игровое начало в печатной продукции 16

Типография «Артес»

Обстоятельное развитие,
или Как использовать свободные мощности 20

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Студия «Дэкор-Дизайн»

«Цифровой» бизнес, как спорт: предугадать и быть во всеоружии 24

ИСТОРИЯ

Семена как истоки каталожной печати 30

Реклама в номере:

Агфа 25	Bobst 29
Альфа-Дизайн 32	Heidelberg клапан
ВИП-Системы клапан, 31	hubergroup 3
ВМГ-Трейд 5	Koenig&Bauer 9
Илим 3-я обл.	Lamstore 19
ОктоПринт Сервис клапан	Muller Martini 15
Ситипринт вкладка	NCL клапан, 2-обл.
Смарт-НН 13	Printech 11
Терем 1	Viva-Star 4
Терра Системы клапан, 23	Xerox 27
Фабрика офсетной печати вкладка	YAM International 4-я обл.

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

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

Адрес редакции:

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

© Издательство «Курсив»

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

ВНИМАНИЕ!

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

Печатайте
быстрее.

Зарабатывайте
больше.

ASiNC

ENVISION

Инновационные
листовые
краски



5 преимуществ
красок ENVISION
для вашего
производства

скорость

самые быстрые листовые краски
на рынке

от 2,5 мин.

первоначальное закрепление

от 3-х часов

окончательное закрепление

работают

в жестких климатических условиях

немедленная печать

оборота, резка и послепечатная
обработка



www.terem.ru

Компания ТЕРЕМ — эксклюзивный
дистрибьютор офсетных красок A.S. Inc
(Ю.Корея) в России и СНГ

(495) 956-04-04
sales@terem.ru

«Цифровой» помощник, или Как выручает малый формат



Цифровые печатные машины формата SRA3 не претендуют на серьезное промышленное применение. Однако машины цифровой печати малого класса зачастую используются в офсетных типографиях, помогая решать различные производственные задачи, в том числе в значительной степени экономить на изготовлении полиграфической продукции. Подобное оборудование присутствует в линейке практически всех компаний — производителей цифровых печатных устройств, которые к тому же имеют ряд общих черт.

Объединяющие характеристики

Качество печати. Цифровые машины подобного класса существуют уже три десятка лет и достигли вполне серьезного уровня разви-

Использование статистического анализа и недорогой современной цифровой печатной машины позволяет типографии открыть новые, нетрадиционные пути экономии

тия. Довольно долго такое понятие, как «офсетное качество печати», к этим машинам применить было невозможно, но развитие шло, и примерно 10 лет назад появились

модели цифровых машин, которые позволили получать отпечатки, качество которых практически не отличалось от офсетных оттисков и даже соответствовало офсетным стандартам ISO. Еще через несколько лет практически все цифровые машины малого класса сравнялись в качестве печати с традиционным офсетом, а некоторые превзошли его. Сейчас даже специалисту сложно отличить без специальных инструментов отпечатанные листы, сделанные на офсете и на цифровой машине. А это значит, что цифровое печатное оборудование данного класса стало возможным применять в традиционных офсетных типографиях, не рискуя испортить тираж или подвести клиента.

Формат печати описываемых цифровых машин находится в области SRA3. Некоторые из них могут предложить увеличенный формат (точнее удлинённый). Главная идея этих машин в том, чтобы на листе укладывался полный формат A3 с припусками на обрезку, что позволяет использовать цифровые машины в производстве продукции форматного ряда A (A5, A4, A3).

■ **Тип бумаги.** Машины описываемого класса в последнее время получили возможность работать на большом разнообразии бумаг, в том числе тех, которые традиционно применяют офсетные типографии. В прежние годы производители цифрового оборудования настоятельно рекомендовали своим клиентам использовать только сертифицированную под цифровую печать бумагу и зачастую сами же ее продавали под своей торговой маркой. Объяснялось это тем, что такая бумага опробована, и на ней получаются наилучшие результаты печати, а при использовании другой бумаги гарантировать результат не приходится. Понять производителей оборудования можно, но такой подход сдерживал распространение цифровых машин в обычных офсетных типографиях, которым желательно было бы использовать те сорта бумаги, на которых печатаются основные тиражи продукции.

■ **Специальные возможности.** Цифровые печатные машины, даже самые простые, позволяют организовать электронную подборку страниц будущего издания. Причем все равно, какого объема это издание.

Такая возможность существенно упрощает последующие после-печатные процессы и повышает их качество. А в ряде случаев позволяет существенно улучшить экономику изготавливаемой продукции. Другой любопытной возможностью цифровых машин является «покликровая» система оплаты, что позволяет типографии очень четко понимать затраты на печать. При этом также очевидна разница в затратах между цветной и черно-белой продукцией: обычно черно-белая стоит 1 клик, а цветная — 4 клика. Впрочем, в цифровой печати есть и другие способы экономии, например черно-белую страницу лучше печатать на монохромной цифровой машине, где одноцветный клик еще дешевле.

■ **Оперативность.** Цифровая машина готова к печати практически сразу, никакой приладки не требуется. После получения файла от заказчика можно начинать тиражирование, и первые экземпляры изделия могут быть готовы через несколько минут (если, конечно, нет сложной отделки). Данная возможность может стать способом дополнительного заработка, правда, это довольно сложно сделать основным бизнесом.

Безусловно, есть и другие особенности цифровых машин, которые следовало бы отметить, но даже указанных здесь достаточно, чтобы показать некоторые возможности экономии на производстве. Цифровые машины могут быть и прямым источником заработка, но в структуре офсетной типографии это довольно сложно реализовать. По крайней мере, подобных примеров на рынке немного. Как правило, в тех случаях, когда на одном полиграфическом предприятии применяются одновременно два вида печати, «цифра» используется в большей степени для изготовления малотиражной продукции. Однако делается это не просто на уровне принятия решения — «этот заказ выгоднее печатать на «цифре», а этот — на офсете», а благодаря специально созданной методике сбора заказов на короткие тиражи (обычно книги или каталогов).

■ Формат №3-18

Способы экономии на производстве

Современные цифровые печатные машины обеспечивают, как было сказано ранее, достаточно высокое качество готовой продукции, сравнимое с офсетным. Учитывая также возможность «цифры» печатать на большинстве видов бумаг, используемых в офсетном производстве, можно утверждать, что цифровая печать способна помочь типографиям существенно экономить при изготовлении печатной продукции. А это значит, что вполне реально организовать способы дополнительного заработка или услуги, которые заказчик может по достоинству оценить.

■ **Срочно, очень срочно.** Любая типография может привести множество примеров, когда появляется заказчик, которому «нужно было вчера», но в крайнем случае «завтра утром» получить готовые экземпляры. Можно, конечно, весь заказ отпечатать «цифрой» за ночь и попробовать получить за это максимально возможную сумму. Но клиенты даже таких сверхсрочных заказов не всегда готовы платить по-максимуму. В беседе с заказчиком зачастую выясняется, что «вчера» нужно было не весь тираж, а небольшую часть. Остальное можно «через пару дней». Это уже меняет дело. Небольшое количество экземпляров можно оперативно изго-



huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

Москва +7(495)789-8333
Санкт-Петербург +7(812)313-7448
Екатеринбург +7(343)253-0608
Ростов-на Дону +7(863)204-0196

Новосибирск +7(383)230-2798
Самара +7(906)345-4475
Тверь +7(964)630-9981
Нижний Новгород +7(499)503-0304



Другие примеры «статистического заработка»

Статистика широко применяется во многих отраслях бизнеса, и ее использование зачастую помогает улучшить экономику того или иного предприятия. Авиакомпании заранее знают, что статистически на любой рейс не является 1–2% пассажиров, хотя они и купили билеты. Бывает, конечно, больше, а бывает, что являются все. Тем не менее статистика позволяет авиакомпании продавать на рейс на 2% больше билетов, чем мест в эконом-классе самолета. Если вдруг все пришли, то кого-то пересадят в бизнес-класс или уговорят полететь завтра, предоставив гостиницу. Аналогичным образом поступают и при продаже билетов на некоторые массовые мероприятия (например, фестивали), поскольку известно, что определенный процент выкупивших билеты не придет.

Статистика часто используется и в грузоперевозках, особенно в нашей стране, хотя это и не очень законно. Почти всегда грузовые автомобили перегружают относительно нормы. Так выгоднее возить. При этом статистика говорит, что примерно 7–10% водителей «попадает» на этом, и их штрафуют. Но если правильно учесть эти штрафы в этих 7–10% случаев, то можно хорошо сэкономить.

товить на цифровой печатной машине, а остальное — офсетным способом через несколько дней.

■ **Раздельное изготовление продукции.** Представьте журнал или книгу, у которых на десяток черно-белых страниц приходится одна цветная. Хотя такое встречается не часто (на самом деле это, скорее всего, непродуманный дизайн), но тем не менее бывает, особенно в научной литературе. Как это выгоднее напечатать, не всегда понятно. Если печатать на цветной офсетной машине, то на большом спуске может оказаться всего

одна цветная страница, что очень невыгодно. Печатать на «цифре», конечно, можно, но если тираж приличный, то тоже получается невыгодно. Наилучшее решение в этой связи — собрать все цветные полосы на один офсетный спуск, а черно-белые отпечатать либо на монохромной цифровой машине, либо на офсетной печатной машине 1+1. Такой подход, конечно, усложнит послепечатные процессы, точнее подборку, которая получится довольно сложной, но при этом сама печать получится достаточно выгодной. Можно также разделить страницы издания

на печать между цветной и монохромной цифровыми машинами, но вопрос подборки также не исчезнет. Если же цифровая машина хорошо считает «клики», то можно просчитать печать на цветной цифровой машине, но вряд ли такой подход даст лучший результат.

■ **Компенсация нехватки тиража.** Если по техническим или технологическим причинам типография не смогла изготовить нужное количество экземпляров изделия, например журнала или каталога, то перед ней встает сложная и затратная процедура «допечатки» (которая по затратам почти равна себестоимости основного тиража, разве что бумаги нужно меньше). Благодаря возможностям современных цифровых машин недостающие несколько десятков экземпляров можно успешно и намного выгоднее отпечатать цифровым способом, даже если собирать издание придется вручную или пооперационно на простом оборудовании.

■ **Статистическая экономия.** О данном приеме знают далеко не все типографии и еще реже применяют. У любого полиграфического предприятия есть нормы расхода бумаги на печать той или иной продукции. Бумага тратится на основную печать и на приладку. Бумага, потраченная на приладку, уходит в макулатуру. Чем короче тиражи продукции, тем больше бумаги уходит в брак. Типографии всегда закладывают определенное количество лишней бумаги на каждую тетрадь будущего издания. Закладывают, как правило, с приличным запасом, чтобы не попадать в ситуацию, когда не хватит нескольких экземпляров до заявленного тиража. Пусть лучше будет много лишней, чем не хватит. Логика в этом есть, поскольку допечатка стоит дорого. Но только не допечатка на цифровой машине. Имея хорошую цифровую машину в офсетной типографии, можно сократить нормы бумаги на приладку и

ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ МЫ



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

Москва, Электrozаводская, 20
(495) 780 67 05



Важность печати на обычной бумаге

Для традиционных типографий очень важно использование в цифровой печати той бумаги, на которой они обычно печатают свои тиражи. Но теперь становится понятно, насколько это важно. Если типографии будут применять те приемы работы, которые упоминаются в этой статье, то им не просто желательно, а абсолютно необходимо, чтобы цифровая машина могла печатать на бумагах, которые используются на офсетных машинах. Данное требование создало производителям цифровых машин некоторые сложности, но привело к тому, что многие из компаний-поставщиков стали сами тестировать бумаги и выдавать типографиям рекомендации и разрешение на их использование. Раньше при применении несертифицированной бумаги типография могла лишиться гарантии на оборудование или получить нарекания со стороны сервисной службы поставщика, но теперь ситуация изменилась. Производителям оборудования приходится «сертифицировать» самые разные бумаги, в том числе и совсем не предназначенные для цифровой печати, либо давать разрешение на использование несертифицированных бумаг, закрывая глаза на то, что типографии загружают в цифровую печатную машину. Причем это происходит как на мировом уровне, так и локально в нашей стране. Ряд компаний — производителей цифровых печатных машин — проводят тестирования бумаг в своих российских офисах или демонстрационных залах и готовы помогать клиентам освоить печать на том или ином запечатываемом материале. Важно, что и цифровые машины последних поколений дают пользователям возможность управлять и температурой закрепления тонера, и токами переноса, и множеством других параметров. Теперь либо сам пользователь, либо тестовая лаборатория поставщика оборудования подбирают параметры печати на данной бумаге. Наилучшие параметры попадают в базу данных поддерживаемых материалов, которая хранится в контроллере печати (или в памяти самой цифровой машины), и при следующем использовании данного материала достаточно лишь выбрать его из списка, и машина сама настроит лучшие параметры печати для данного материала.

провести несложный статистический анализ. Как правило, довольно быстро становится понятно, что большинство тетрадей журналов, каталогов или книг удастся отпечатать с меньшим количеством бумаги на приладку. Например, если обычно закладывается 300 лишних листов, то, скорее всего, большинство тетрадей удастся отпечатать, используя 230–250 листов. Имея такие статистические данные, можно смело менять нормативы и закладывать на приладку 250 листов вместо 300, а если по каким-то причинам тиража одной тетради немного не хватит, то ее можно допечатать цифровым способом. Если такие допечатки будут встречаться раз в 15–20 тетрадей, то типография получит вполне ощутимую выгоду в тысячи листов в смену. А если статистические подсчеты будут особенно успешными, то тогда допечатки будут требоваться раз в 30–50 заказов, что даст уже совсем другие цифры экономии. Таким образом, статистический анализ заказов может дать много информации типографии для принятия решений и поиска путей экономии.

Отметим, что это далеко не единственный пример использования статистической экономии с целью оптимизации производства типографии, однако в полиграфии этим методом пользуются нечасто, хотя в других отраслях такая статистика дает очень хорошие результаты.

TOYOINK

Visible Science for Life



ЛИСТОВЫЕ ОФЕТНЫЕ КРАСКИ КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

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



VMG

trade

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

«Графобал-Дон»: флагман должен быть на шаг впереди



Леонид Муханов,
зам. директора
по производству
типография «Графобал-Дон»
[Ростов-на-Дону]

Типография «Графобал-Дон» является флагманом на российском полиграфическом рынке производства упаковки. Именно такие предприятия вносят существенный вклад в приобретение новых видов оборудования и технологий, обеспечивают ощутимый объем производства печатной продукции. За последние три года в типографии значительно выросли производственные мощности, в том числе благодаря установке восьмикрасочной печатной машины Koenig&Bauer Rapida 106 с двумя

секциями лакирования. В беседе с Леонидом Мухановым, руководителем производства «Графобал-Дон», мы коснулись вопросов диверсификации бизнеса, работы компании в разных полиграфических сегментах и необходимости совершенствования производственных мощностей.

Сigaretная упаковка

Типография «Графобал-Дон» входит в структуру холдинга Grafobal Group, головной офис которого находится в Словакии. Производственные заводы расположены также в Чехии, Болгарии, Литве и России. Компания изначально была создана для производства сигарет-



На предприятии работают три печатные машины Koenig&Bauer в серьезной комплектации, как для работы с УФ-красками, так и с традиционными масляными



В «Графобал-Дон» недавно установлена восьмикрасочная печатная машина Rapida 106 с двумя секциями лакирования



Бизнес типографии «Графобал-Дон» в России начинался с двух печатных машин manroland 700. Оборудование по-прежнему стабильно работает и к качеству печати нареканий не имеет

ной упаковки (точнее, сигаретной пачки, или, как ее называют профессионалы, «сигаретного этикета»). «Мы активно продолжаем работать в русле нашего основного направления и производим существенные объемы сигаретного этикета, — рассказывает Леонид. — На самом деле сигаретная пачка только на первый взгляд кажется простой продукцией. Для ее производства нужны специальные знания, уникальные технологии и большой опыт. Сигареты упаковываются на скоростных автоматизированных линиях, где крайне важно, чтобы пачка беспрепятственно проходила весь цикл упаковывания и не создавала производству дополнительных трудностей. Именно поэтому производители сигарет весьма консервативны в плане выбора поставщиков упаковки. Нужно



Фальцевально-склеивающая машина и лакировальная линия

отметить, что запросы клиентов усложняются. Сигарета — это такой продукт, который рекламировать никак нельзя, и единственное, что остается производителям, — делать сигаретную пачку максимально привлекательной. Поэтому в последнее время мы сталкиваемся с необходимостью регулярно разрабатывать и запускать в производство все более сложные с технологической точки зрения изделия, при этом оставаясь в том же ценовом диапазоне на свои услуги». Типографии приходится снижать себестоимость изделия, поскольку заказчики в какой-то степени оказывают ценовое давление. И хотя производство «Графобал-Дон» достаточно уникальное, тем не менее аналоги у него есть, и у всех конкурирующих типографий имеются недогруженные мощности, и они с радостью переманят заказы у конкурента. Так что предприятие вынуждено заниматься совершенствованием собственного производства, чтобы за счет увеличения производительности иметь возможность выполнять большое количество операций за один прогон и предлагать более низкую цену готового продукта.

Увеличение парка оборудования

За последние несколько лет в типографии появилось немало нового оборудования. «Во-первых, мы приобрели однокрасочную машину глубокой печати для того, чтобы наносить высоконасыщенную серебряную краску на картон. Поверх этой краски в дальнейшем уже на офсете можно печатать обычной триадой (или цветом Pantone), создавая металлизированный эффект на сигаретной пачке. Такой способ позволяет получать эффект «металлика» намного выгоднее, чем при использовании металлизированного картона или тиснения фольгой. Впрочем, тиснение мы также используем, но обычно в сочетании с конгревом или микроэмбоосированием. Для тиснения мы тоже не так давно приобрели новое оборудование», — поясняет Леонид.

В типографии обновился и допечатный участок. Здесь установили еще одно CtP-устройство от Kodak. Как объяснили на предприятии, это было необходимо для более оперативного вывода форм (тиражи несколько сокращаются, и смена заказов происходит чаще) и дублирования основных производственных процессов.

Вопросы диверсификации

Еще одним вариантом развития в типографии считают необходимость диверсификации бизнеса. «Объем производства сигаретной пачки у нас большой, но в последнее время он не растет, можно даже говорить о сокращении заказов, — отмечает Леонид. — Вернее, сокращается производство самих сигарет. И наши основные клиенты активно ищут пути развития, одним из которых является выход на внешний рынок и продажа сигарет за границу. И в этой связи нам достаются довольно



На допечатном участке используется оборудование Kodak. Для вывода форм применяются пластины Kodak Electra Max



специфические заказы на сигаретные пачки на самых разных языках (греческий, арабский, японский и др.). Тиражи, по нашим меркам, мизерные, но подвести своего клиента мы не можем, и такие заказы выполняем, что еще больше усложняет наш производственный процесс».

При этом в компании «Графобал-Дон» стараются выйти на смежные рынки, тем более что имеющиеся на предприятии технологии позволяют производить самую разную картонную упаковку, не только сигаретную. Впрочем, здесь есть особенность. Сигаретная пачка поставляется клиенту несклеенной, в то время как большинство другой упаковки требует фальцовки и склейки. Если мощности по печати и вырубке в типографии очень серьезные, то фальцевально-склеивающая линия всего одна и не самая производительная. В прошлые годы, когда объем производства табачной упаковки рос, большого интереса к другим видам упаковочной продукции в типографии не проявляли. В настоящее время ситуация меняется и, как пояснил Леонид, вопросы фальцовки/склейки в типографии будут решаться. Надо сказать, существенный объем картонной упаковки

здесь изготавливают и сейчас. Как рассказал Леонид, в Ростове-на-Дону сосредоточено немало серьезных упаковочных типографий, потому и рынок высококонкурентный. «У нас есть технологии, которых нет у других типографий, например возможность печатать УФ-отверждаемыми белилами по тонированным бумагам или осуществлять двойное лакирование и т. д.). И это привлекает к нам заказчиков. В то же время и по

обычной упаковке мы можем конкурировать, поскольку имеем отлаженное высокопроизводительное производство. В ближайшее время мы собираемся существенно активизироваться в плане работы с другими видами упаковки».

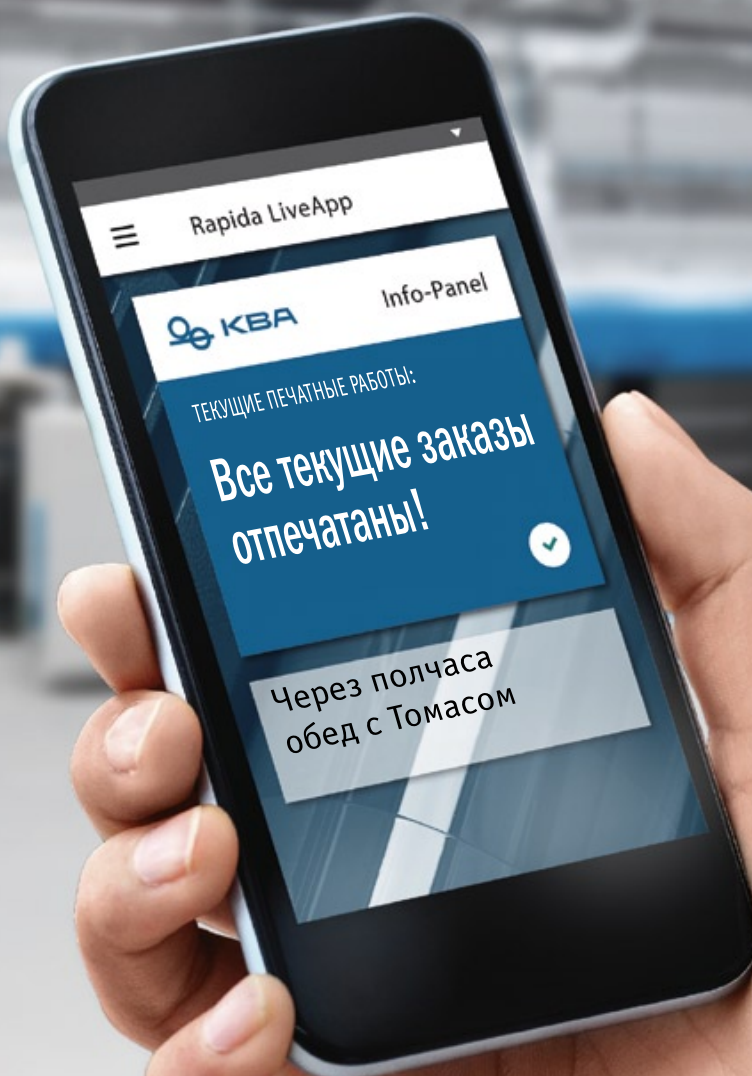
Стратегические партнеры

Бизнес «Графобал-Дон» в России начинался с двух бывших в употреблении печатных машин manroland и двух неновых вырубных прессов Bobst. С недавнего времени в компании стали устанавливать печатные машины Koenig & Bauer. «Несколько лет назад мы приняли решение сменить производителя печатных машин на Koenig & Bauer. На то были определенные внешние причины. После установки

первой машины этого производителя мы поняли, что выбор сделали правильный. И вот у нас уже три печатных машины Koenig & Bauer в серьезных комплектациях, как гибридные, позволяющие печатать масляными и УФ-красками, так и традиционные». Одной из свежих инсталляций стала восьмикрасочная печатная машина Rapida 106 с



В результате диверсификации на предприятии «Графобал-Дон» изготавливают сегодня картонную упаковку для пищевых продуктов и непищевых товаров



Автономная печать с AutoRun

Благодаря AutoRun мы предлагаем Вам технологию будущего. Ваши машины КБА могут самостоятельно переналаживаться и переходить с тиража на тираж полностью автоматически. Таким образом, Вы оптимизируете производственное время и высвобождаете ресурсы для дополнительных заказов. Ориентированное на пользователей использование данных, включая объединение типографии в единую сеть, — является основным принципом всех цифровых сервисов КБА 4.0. Узнайте, как сделать вашу типографию цифровой и увеличить за счет этого вашу прибыльность.

Более подробная информация: www.kba.com/trends/autorun



ООО «КБА РУС»
Тел: +7 495 7821377, kba@kba-print.ru
www.kba-print.ru

1
8
200 years
Koenig & Bauer
1
1
0
2

KOENIG & BAUER



Стратегическим партнером в плане вырубki упаковочной продукции для типографии «Графобал-Дон» является компания Bobst. На данный момент на предприятии работают семь вырубных прессов швейцарского производителя разных моделей

двумя лакировальными модулями. Что касается печатной техники manroland, то, по словам Леонида, несмотря на то, что машины уже «в возрасте» и с очень приличным пробегом, они по-прежнему выдают стабильное качество печати.

«В области послепечатных процессов у нас другой стратегический партнер — компания Bobst. Сейчас у нас уже семь вырубных прессов этого производителя, и мы регулярно приобретаем новые. Несмотря на то, что оборудование разных поколений, все машины работают с высокой точностью и обеспечивают равномерность давления, что очень важно для производства сложной в плане вырубki продукции».

На шаг впереди

Чтобы эффективно взаимодействовать с ключевыми заказчиками, типографии приходится уделять повышенное внимание развитию своих возможностей. «Сigaretная пачка постепенно становится произведением полиграфического искусства, в которой воплощается все, что может современная полиграфия, — говорит Леонид. — Поэтому мы постоянно пробуем новые материалы, новые решения и технологии, чтобы предлагать нашим заказчикам оригинальную продукцию. Случается, что мы совместно с сотрудниками маркетинга наших заказчиков разрабатываем новые виды отделки. И клиенты это ценят. Но чтобы иметь такую возможность, нам нужно всегда быть чуть-чуть впереди всех. Свой профессиональный опыт мы используем при производстве и других видов упаковки, предлагая клиентам использовать наши возможности для реализации полиграфических проектов».



«Графобал-Дон» изготавливает картонные коробки разных форматов и разной сложности (с тиснением, лакированием, вырубными окошками и т. д.)

printech

4-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

26-29 ИЮНЯ
2018

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Получите билет
printech-expo.ru

Организатор



Генеральный
информационный партнер

publish
дизайн | верстка | печать

Цифровая книжная линия, или Эксперт в производстве единичных тиражей



Сергей Красник,
директор по развитию,
типография «Фотоэксперт»
[Москва]

ляющая возможность изготавливать единичные экземпляры книг с высоким профессиональным качеством.

Крупнейший фотосервис

Любителям фотопродукции и ценителям традиционной фотографии компания «Фотоэксперт» известна по онлайн сервисам NetPrint.ru и Printbook.ru. Собственно, это два основных направления бизнеса, в которых компания превзошла конкурентов, выйдя сегодня на практически недостижимый для других подобных предприятий уровень организации производства. Как отмечает Сергей Красник, директор по развитию типографии «Фотоэксперт», в настоящее время интерес потребителей к фото-книгам довольно высокий, что выражается в постоянно увеличивающейся клиентской базе: «Рынок печати фото-изданий весьма активен. Но интерес клиентов необходимо постоянно под-

держивать, предлагая новые продукты и сервисы. У нас разработаны ряд уникальных продуктов, к примеру печать книг на фотобумагах с металлизированным покрытием или с тиснением «лен», что выводит издание на премиальный уровень. Наше производство единственное, на котором есть возможность в промышленных масштабах изготавливать книги формата 30x40 см по технологии лайфлет. Кроме того, маркетинговая служба нашей компании скрупулезно мониторит рынок, формулирует интересные предложения для потребителей. Все это в совокупности популяризует сервис услуг фотопечати в целом, что способствует развитию как самого рынка, так и росту нашей компании».

Что касается сегмента печати традиционных фотографий, то несмотря на наличие клиентоориентированных предложений, удобство размещения заказов через онлайн ресурсы и опе-

Компания «Фотоэксперт» является крупнейшей в России фабрикой по производству фотокниг и лидером по печати цифровых фотографий. Одним из преимуществ компании, позволяющим занимать ведущие позиции на рынке, является использование современных технологий и специализированного оборудования на всех этапах производства. В числе недавних инсталляций компании – книжная линия Muller Martini Diamant MC Book Of One. Это первая в России цифровая автоматизированная линия для производства книг в твердом переплете, предостав-



В компании «Фотоэксперт» работают машины HP Indigo разных моделей, в том числе новые машины большого формата



В компании «Фотоэксперт» установлена уникальная книжная линия Muller Martini Diamant MC Book Of One, многие возможности которой специально проработаны для задач компании «Фотоэксперт»

ративность изготовления продукции, рынок постепенно сужается, о чем свидетельствует и мировая практика. В числе причин называется, с одной стороны, интенсивное развитие цифровых технологий и гаджетов, позволяющих делать фотоснимки в неограниченных количествах, хранить их, просматривать, создавать альбомы в электронном виде, а с другой, высокая стоимость фотобумаги, что, безусловно, оказывает влияние на стоимость готовой продукции, которую не каждый клиент готов платить. Хотя остаются настоящие ценители классической фотографии (так называемого «мокрого» процесса), профессиональные фотографы, ради которых, как заверили в «Фотоэксперте», компания по-прежнему будет работать в этом сегменте.

В то же время специалисты компании «Фотоэксперт» отмечают, что сегодня цифровые технологии печати выросли настолько, что позволяют при использовании дополнительных цветов получить цифровой отпечаток, по качеству не отличимый от традиционной фотопечати. Именно поэтому руководство компании рассматривает более удобные и простые решения получения продукции фотокачества. С этой целью на производстве регулярно идет модернизация печатного оборудования. Около четырех лет назад здесь появилось цифровое оборудование HP Indigo 10000 в дополнение к четырем машинам HP Indigo 5500. Новая техника позволила использовать дополнительные цвета для до-



Для изготовления переплетных крышек работают современные крышкоделательные машины Kolbus, одна из которых установлена совсем недавно

Смарт

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

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

Большой ассортимент отечественной
и импортной бумаги высокого качества

Расфрловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН



В компании множество профессионального полиграфического оборудования



первого формата постепенно вводится в промышленное использование. Для компании это своего рода экспериментальное поле для апробации возможностей машины, понимания того, какую продукцию на ней можно производить, поиска новых направлений развития бизнеса компании. Как пояснили в «Фотоэксперте», на текущий момент оборудование работает в тестовом режиме, продумываются различные варианты его использования, в том числе и в других направлениях бизнеса, не связанных с фотопечатью.

Уникальная книжная линия

Около года назад на производственной площадке «Фотоэксперта» появилось еще одно уникальное оборудование — цифровая книжная линия Muller Martini Diamant MC Book Of One, оснащенная станциями кругления корешка и окантовки. Сразу после установки оборудования технические специалисты Muller Martini совместно с инженерами типографии начали работы по модернизации его программной части. «Логика фотобизнеса сильно отличается от логики мелкотиражной книги, поясняет Сергей. — Дело в том, что даже цифровые книжные линии рассчитаны пусть на маленький, но тираж — 10, 20, 30 экз. Специфика нашей работы такова, что каждый наш заказ индивидуален и печатается, как правило, в единственном экземпляре. Поэтому понадобилось время для того, чтобы довести машину до наших требований».

После выполненных доработок компания получила многофункциональную линию, обладающую действительно уникальными возможностями. Несколько месяцев назад она была полностью интегрирована в производственный процесс. Уникальность машины в том, что она позволяет автоматически перестраиваться на формат и толщину корешка, что крайне важно в условиях вариативного бизнеса фотокниг, когда каждое последующее издание индивидуально. Причем тип скрепления блока значения не имеет: это может быть ВШРА, layflat или КБС. Книжная линия принимает



В компании «Фотоэксперт» выпускают самые разные фотокниги, в том числе сложные, плосколежащие (layflat) в твердом переплете

стижения более широкого цветового охвата. В сочетании с соответствующей послепечатной отделкой это дало возможность получать цифровые отпечатки на уровне хорошего фотографического качества. А полтора года назад на предприятии была установлена рулонная машина HP Indigo 20000 с возможностью печати из роля в роль. Уникальное цифровое оборудование

на входе склеенный блок, выполняет кругление корешка, окантовку и приклеивку капитала, а затем вставляет блок в крышку и обжимает его. Кроме того, линия оснащена устройством отбраковки лишних блоков и переплетных крышек, что автоматически повышает качество переплетных операций.

«Выбирая оборудование, мы ориентировались на качество готовой продукции и опыт зарубежных компаний, работающих в аналогичном сегменте, и большинство из



них имеют производственные линии Muller Martini, рассказывает Сергей. – Для нас необходимость в новой книжной линии была связана прежде всего с сезонностью наших заказов. К примеру, в сезон печати выпускных школьных фотоальбомов нагрузка предприятия скачкообразно увеличивается. И именно для таких моментов необходимо оборудование с производительностью в разы выше, чем, например, у стандартных полуавтоматических линий. Ведь срок выполнения заказа у нас остается 1 день несмотря на уровень загрузки».

Еще одним преимуществом Diamant MC Book Of One является возможность изготавливать книги в твердом переплете 7БЦ. Это позволяет

компаниям в моменты меньшей загрузки по фотокнигам заниматься еще и производством книг по требованию. Реальная производительность книжной линии 2000 фотокниг/ч, а при изготовлении книг в переплете 7БЦ еще быстрее. Перестройка на другой тип изданий осуществляется в течение 10 мин.

«Фотобизнес отличается высокой вариативностью форматов, поэтому работать на максимальной скорости оборудования возможно при условии, когда отсутствуют перенастройки на формат и толщину корешка. Мы стараемся планировать производственный процесс таким образом, чтобы минимизировать количество таких перенастроек. Это единственный шанс изготовить 7-10 тыс. индивидуальных книг за рабочую смену. Сейчас книжная линия позволяет нам выпускать продукцию, ради которой она была приобретена, чем мы очень довольны. Конечно же, все, что касается цифровых технологий, требует постоянного совершенствования, обновления программного обеспечения, и по мере решения производственных задач будет дорабатываться и наше оборудование», говорит Сергей.

Новая книжная линия была приобретена главным образом для изготовления фотокниг, но ее возможности по производству традиционной книги в переплете 7БЦ дают основания полагать, что данная продукция в обозримом будущем может быть выведена в отдельное направление в рамках «Фотоэксперта».



Новая книжная линия позволит компании существенно расширить возможности по изготовлению фотокниг в твердом переплете



Finishing 4.0TM

The Future is automated.
Будущее в Автоматизации.

Полиграфическое оборудование компании Muller Martini, оснащенное системой управления техпроцессами и данными (АСУ ТП) Connex, позволяет организовать сквозную интеграцию с оборудованием заказчика.

Новая концепция Muller Martini под названием Finishing 4.0 демонстрирует растущие возможности, которые компания предлагает своим партнерам в полиграфической области.

Take off with Müller Martini
Стартуй с Müller Martini

MÜLLER MARTINI

Müller Martini – Ваш надежный партнер.

ООО «Мюллер Мартини РУ»

+7 (495) 649-10-05; www.muller-martini.ru

Квест для потребителя, или Игровое начало в печатной продукции



Елена Брянцева,
первый заместитель
генерального директора,
типография «Имидж Пресс»
[Подольск]

Полиграфия, предназначенная для проведения так называемых акций лояльности, которые организуют различные компании (косметические, торговые, сферы услуг) для своих клиентов, — совершенно особая категория печатной продукции. Сложность ее производства состоит не столько в наличии у типографии специального полиграфического оборудования, сколько в обладании знаниями того, как использовать возможности этого оборудования, чтобы выстроить линейку технологических операций, которые позволят в итоге получить необходимый продукт. Большинство полиграфических компаний стремятся по возможности стандартизировать заказы, подвести их к типовым видам печатных изданий. И данное стремление вполне понятно. Так значительно проще организуется производственный процесс, быстрее происходит смена заказов, что позволяет обрабатывать большее количество заказов, превращая типографию, по сути, в конвейер. Однако, как показывает практика, стандартизировать можно и запредельно сложную печатную продукцию, сделав ее производство рентабельным бизнесом. Типография «Имидж Пресс» занимает именно такую нишу на российском рынке. Руководство компании всегда обращало внимание на нестандартные образцы печатной продукции, на-

ходя примеры их реализации у зарубежных коллег. И уже в дальнейшем искала способы изготовления в рамках собственного предприятия. О каких изданиях идет речь и как происходит процесс их производства, нам рассказала Елена Брянцева, первый заместитель генерального директора типографии «Имидж Пресс».

Поиграем?!

Приведем простой пример. Сегодня многие компании проводят розыгрыши призов, для участия в которых необходимо, как минимум, билет. И вот вы держите его в руках: некий печатный продукт размером с карманный календарь или флаер, на одной стороне которого имеется поле, закрытое скретч-слоем. Интересно что там? Наверняка

буквенно-цифровой код или название приза. Но в любом случае возникает желание найти первую попавшуюся монету и поскрести красочный слой, чтобы увидеть скрывающуюся под ним информацию, даже если вы никогда ей и не воспользуетесь. Или другой пример. При покупке на определенную сумму (скажем, в торговой сети, салоне услуг связи, на бензозаправке) вам выдают рекламно-информационный печатный продукт, который в сложенном виде умещается на ладонке. С двух сторон — перфорация, по которой нужно оторвать края, чтобы развернуть буклет и прочитать содержащуюся информацию. Но внутри снова сюрприз — окошко с перфорацией по контуру и небольшим язычком, который вынуждает потянуть за него и загля-



Печатная машина Heidelberg Speedmaster SM102



На предприятии работает рулонная печатная машина Heidelberg M600

нуть внутрь, а там наклейка, которую нужно открепить и приклеить в указанный квадратик. Подобная полиграфическая продукция словно затекает игру с потребителем — разорви, открой, потяни, приклей, согни, сотри, разверни и т. д. Клиент вовлекается с помощью печатного издания в квест, своего рода приключение, и этот игровой посыл вынуждает вчитываться в условия проведения акции, иначе без этого не совсем ясно, для чего нужно проделывать все эти манипуляции, и этого вполне может оказаться достаточным, чтобы привлечь в целом внимание клиента к продуктам компании. А значит, основная цель полиграфического продукта будет достиг-

нута. Другой вопрос состоит в том, как такую продукцию выполнить с технической и в большей степени даже с технологической точки зрения?

Производственный пазл

Изготовление такого рода полиграфии — это кропотливый труд. Да, несомненно, но по большому счету труд умственный. Техническое решение рождается в кабинетах, где специалисты компании продумывают необходимый производственный цикл, чтобы в дальнейшем выстроить линейку оборудования с требуемым набором операций по перфорации, вклейке, нанесению скретч-слоя или клея, с заданными параметрами фальцовки и т. д.

В типографии «Имидж Пресс» смогли поставить производство самых сложных изданий на поток. Большая часть заказов здесь выполняется на высокоскоростной рулонной печатной машине Heidelberg M600. Причем уже на печатной машине есть возможность выполнить перфорацию и фальцовку, получив на выходе готовую продукцию. В 2013 г. она заменила машину предыдущего поколения Heidelberg Web 8. Из-за крупных размеров печатной техники типографии пришлось подыскать новую, более просторную площадку. «Нам всегда было интересно выполнять нестандартные полиграфические задачи и создавать продукцию с игровыми элементами, — говорит Елена. — По-прежнему для нас это основное направление работы, в которое мы вкладываем много душевных сил, времени, опыта и технологий. В последние годы появился еще один сегмент, где мы можем применить имеющиеся на нашем предприятии технические решения. Речь идет о ритейлерах, которые с помощью маркетинговых акций «играют» с покупателями, и для них интересны те разработки полиграфических продуктов, производство которых мы отладили на нашем предприятии. С расширением клиентской базы нам потребовалась и более современная печатная машина, благодаря которой мы имеем возможность сотрудничать с крупными клиентами».

На производстве «Имидж Пресс» работают также две листовые пятикрасочные машины Heidelberg, которые в ближайшее время будут заменены на новую листовую машину первого формата. Особого внимания заслуживает многофункциональное оборудование для послепечатной отделки, которое, как конструктор, собирается под каждый заказ и позволяет реализовать инновационные решения и эксклюзивные разработки в области производства печатной продукции. Здесь воплощены возможности по сложным видам фальцовки, перфорации, нанесению разных видов горячего и холодного клея, вклейке промообразцов, вкладке листовок и других промо-материалов, высечке с удалением внутреннего обложки, подаче фигурного изделия или даже сшитой брошюры и многим другим операциям. Причем все этапы технологического процесса автоматизированы и выполняются на приличной скорости. Более того, около четырех лет назад на предприятии внедрили процесс персонализации печатной продукции, что позволило типографии во многом расширить предложение для своих



В типографии используется множество послепечатного оборудования, в том числе весьма редкого и уникального



Для изготовления форм используется Ct-устройство Screen и малохимические пластины Fujifilm Superia LH-PLE, поставляемые компанией «ЯМ Интернешнл»



Специализация типографии довольно оригинальна. Здесь производится множество разных видов полиграфических изделий с «дополнительными возможностями»: защитными полями, скидочными отрывными купонами, «встроенными» конвертами, лотерейными функциями. Все это существенно повышает эффективность рекламного воздействия, создаваемого полиграфической продукцией

заказчиков и изготавливать продукцию, требующую нанесения промокодов, штрих-кодов, нумерации и т. д. В настоящее время установлен еще один вкладочно-швейно-резальный агрегат Hedelberg ST300, который поможет сбалансировать производственные мощности.

«Нам никогда не бывает скучно, — признается Елена. — Каждый новый заказ — это целый проект, требующий от нас полной отдачи и включенности в процесс. Каждый раз мы собираем наш производственный конструктор, чтобы на выходе получилось то, что клиенту нужно. Мы тщательно и последовательно прорабатываем технологические этапы. И это нам интересно!».

Замкнутый цикл

Незадолго до переезда на новую площадку и приобретения рулонной машины М600 на предприятии было решено организовать собственный допечатный участок с целью завершить формирование производства полного цикла. «Мы достаточно долго выбирали выводное устройство, — рассказывает Елена. — Наиболее убедительными оказались специалисты компании «ЯМ Интернешнл», которые помогли подобрать нам оптимальное решение. Предварительно мы предоставили поставщику информацию о том, сколько мы выводим пластин, с какой периодичностью. Проанализировав наши показатели, нам предложили полуавтоматическое СтР-устройство Fujifilm, при этом никто не стал навязывать лишние опции. И надо сказать, мы не жалеем, что выбрали именно это оборудование. За 6 лет, что оно у нас установлено, мы ни разу не стал-



Наличие рулонной машины позволяет типографии печатать каталоги торговых сетей

квалились с проблемами, касающимися его работоспособности. Обслуживание минимальное, не требующее ни временных, ни финансовых затрат. Если и возникали мелкие вопросы, то сервис-инженеры всегда на связи, 24 ч в сутки, очень быстро реагируют. Мы и формы берем Fujifilm. Причем тиражестойкость потрясающая. Наше производство в основном сориентировано на длинные тиражи: на рулонной машине формы выдерживают до 350 тыс. отт., а на листовых — до 150 тыс. прогонов без обжига. В общей сложности выводим 1500–2000 м² пластин в месяц. И что интересно, переделок форм практически не бывает. Так что на сегодняшний день СтР-устройство полностью покрывает потребности нашего производства. Но если возникнет необходимость обновления

допечатного участка, то это будет снова Fujifilm, поскольку и оборудование, и сервис у «ЯМ Интернешнл» хорошие».

Движение вперед

Типография «Имидж Пресс» развивается своим интересным путем. В ближайшей перспективе ожидается установка новой техники как печатной, так и послепечатной. А руководство компании уже прорабатывает технологию производства новых видов полиграфической продукции. Для этого имеется необходимое оборудование, закуплены расходные материалы, а вскоре начнется тестирование и появятся готовые образцы, которые можно будет представить клиентам и запустить в поточное производство.

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

17 микрон — гляцевая: **4,21** Р за м²; матовая: **4,26** Р за м²
20 микрон — гляцевая: **5,06** Р за м²; матовая: **5,17** Р за м²
24 микрон — гляцевая: **5,74** Р за м²; матовая: **5,86** Р за м²
28 микрон — гляцевая: **7,39** Р за м²; матовая: **7,68** Р за м²
75 микрон — гляцевая: **28,43** Р за м²; матовая: **54,01** Р за м²
125 микрон — гляцевая: **32,98** Р за м²

А так же: софт тач - **30,02** Р за м²; черн. софт тач - **45,03** Р за м²
голографические пленки - **11,37** Р за м².

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1,88 м под заказ, срок исполнения в течение дня.
Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.

На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

серебро - **8,53** Р за м² Форматы от 0 до 1,88, сроки — в течение дня.

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

0,15 мм - **181,93** Р; 0,30 мм - **233,10** Р цена указана за м²
Оптовым покупателям - скидки.

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

1979,08 Р за пачку (35 м); **1549,26** Р за пачку (24,5 метра)

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

от **256,55** Р цена за 1 кг.

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

от **10** Р/ШТ. в наличии 4 и 5,5 мм

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

Цвет - белый — **2927,97** Р Цвет - серебро — **3745,12** Р

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

г. Москва, г. Чебоксары, г. Санкт-Петербург, г. Ижевск, г. Ульяновск

метро Пражская, ул. Подольских Курсантов, 3	ул. Гагарина д.55, офис 310	ул. Химиков 18	р-н Первомайский, ул. Ухтомского, 24 +7-3412-601014	ул. Ленина д. 50/115, +7-8422-303711
---	--------------------------------	----------------	---	--

Мы работаем без выходных с **9.00** до **21.00**

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50

e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ! Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК — бесплатно.
У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!

Обстоятельное развитие, или Как использовать свободные мощности



Сергей Хрущев,
генеральный директор,
типография «Артес»
[Екатеринбург]

Екатеринбургская типография «Артес» специализируется на изготовлении рекламной продукции и по объему производства является одним из лидеров в своем регионе. Несмотря на общее сокращение рекламных заказов, в типографии сумели выстроить серьезный бизнес печати изданий именно рекламного сегмента. Пообщавшись с владельцем и генеральным директором компании «Артес» Сергеем Хрущевым, напрашивается вывод о том, что порой полиграфические предприятия развиваются вопреки существующим обстоятельствам и умело

находят оптимальные решения ведения бизнеса.

Многообещающий бизнес

Типография «Артес» — одно из крупнейших предприятий региона, лидирующих по объемам полиграфического производства. Здесь обрабатывается до 60 заказов на офсетную печать в день. И это при том условии, что ряд заказов — вполне серьезные каталоги и журналы, для производства которых может потребоваться более десятка приладок. «Наш полиграфический бизнес сложился во многом случайно, — рассказывает Сергей. — В начале 2000-х гг. я занимался торговым бизнесом. Но определенный интерес к полиграфии был, рассматривал ее в качестве одного из серьезных и многообещающих направлений дальнейшего развития. Спустя время я счел выгодным инвестировать в приобретение печатного оборудования. Первой машиной, послужившей на-

чалу формирования нашей производственной площадки, стал Romayor».

Надо сказать, подобная машина для многих компаний послужила стартовой площадкой для начала успешного бизнеса. Конечно, с машиной Romayor типография проработала недолго, и спустя некоторое время на предприятии стало появляться оборудование других производителей. Первой наиболее значимой покупкой для типографии стала машина Ryobi 512, которая позволила изготавливать печатную продукцию приличного качества. Затем была приобретена еще одна такая же машина, потом более серьезная Ryobi 522, а впоследствии и четырехкрасочная Ryobi 524. «Вот так постепенно мы обрастали печатной техникой, так же вполне активно инвестировали и в послепечатную, в итоге превратившись в типографию, способную предоставить полный комплекс полиграфических услуг. У нас в регионе было много небольших типо-



В типографии «Артес» давно используются машины Ryobi (RMGT). Недавно парк этих машин обновился



Генеральный директор компании «Терра Системы» Стефан Валуйский (в центре) вручил Сергею Хрущеву памятную доску в связи с установкой в типографии новой печатной машины RMGT 790ST-4



графий, но мало кто из них имел возможность (или желание) инвестировать в свое развитие, двигаться дальше. У нас желание развиваться было, и со временем нам удалось выйти в средний формат благодаря покупке следующей машины Ryobi 784E», — говорит Сергей.

Рынок рекламных изданий

Сделанные инвестиции позволили типографии «Артес» выйти на рынок региональной цветной высококачественной периодики и торговых каталогов. Спрос на такие издания был весьма серьезный, а типографий, которые могли бы с такими заказами справиться, — немного. «К сожалению, рынок периодических изданий постепенно угасал, на что имелось немало причин, в том числе и внешних, — поясняет Сергей. — В хорошие годы мы печатали до 30 высококачественных периодических изданий с хорошим оформлением



В типографии «Артес» собран серьезный набор послепечатного оборудования для изготовления коммерческой продукции, и сейчас начинает формироваться комплект для производства упаковки



Печатный парк представлен также машинами Heidelberg

и послепечатной отделкой (например, выборочным лаком на обложке), но экономика таких изданий оказалась очень сложной. Постепенно главным критерием стала цена, и подобные заказы оказались для нас неинтересны с точки зрения производства. К тому же одни издания начали закрываться, другие перешли в конкурентные типографии.

В результате у нас осталось несколько серьезных журналов, с которыми мы с удовольствием работаем. Впрочем, по мере развития бизнеса в числе

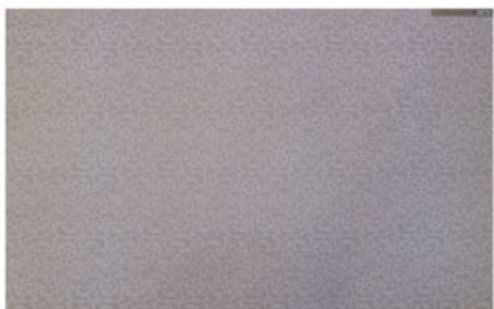
наших заказов появилось все больше торговых каталогов. Для компании каталог — это важный инструмент продаж, и на нем стараются особенно не экономить. Задача клиента — получить приличный продукт. И наши производственные возможности позволяют обеспечивать это требование».

Сергей пояснил, что в плане маркетинговой активности в типографии используют стандартные способы привлечения клиентов, но в большей степени хорошо работает многолетняя успешная репутация компании: «У нас есть штат менеджеров, собственный сайт типографии, с которого иногда приходят заказы, имеется ряд постоянных клиентов, большое значение играет и «сарафанное радио». Используем мы и различные форумы, и тендеры для поиска клиентов. Иногда победители тендеров выходят с такими ценами, что у меня нет представления, как можно согласиться им печатать продукцию. Порой эти цены ниже стоимости бумаги, которая нужна для изготовления тиража. В такие тендеры мы не вяжемся, хотя иногда и там случается найти клиента, особенно если продукция не самая типовая».

Пополнение печатного парка

В результате расширения производственных мощностей в типографии «Артес» появились машины и другого производителя. Сейчас на предприятии также работают две машины компании Heidelberg — полуформатная Speedmaster XL 75 и машина первого формата Speedmaster SM 102. Несмотря на то, что оборудование покупалось не новое, оно в хорошем состоянии и вполне успешно работает. Кроме того, в конце прошлого года типография заменила полуформатную Ryobi 784E на машину нового поколения RMGT 790ST-4. Как пояснил Сергей, машины Ryobi обладают, пожалуй, лучшим на рынке соотношением цена/качество, что делает их выгодным приобретением:

«За годы эксплуатации этих машин мы убедились в их очень высокой надежности, а самое главное ремонтпригодности. Понятно, что любые машины могут ломаться. Но у нас Ryobi никогда не ломались критично. Их всегда удавалось восстановить силами сервисного инженера из нашего региона, затраты на запасные части разумны (намного меньше, чем для наших других машин). Кроме того, нам удается находить аналоги некоторым оригинальным запасным частям, что дает возможность ремонтировать их сравнительно



В типографии «Артес» разработали и печатают любопытную продукцию: упаковочную бумагу на основе обычного крафта



Типография «Артес» печатает впечатляющее количество высококачественной периодики, а также каталогов различных товаров и оборудования

легко и бюджетно. Поэтому нашей новой машиной вновь стала Ryobi». А совсем недавно типография «Артес» приобрела еще одну печатную машину — Ryobi 525GX из одной московской типографии, которая решила выйти из бизнеса.

Сторонний СtР

Любопытен подход Сергея к изготовлению офсетных форм: «Несколько лет назад, покупая печатную машину Ryobi 784E, мы приобрели и устройство СtР. Некоторое время сами делали на нем формы для своих машин. Но вскоре на рынке появилось множество компаний, которые предлагали изготовление печатных форм на дешевых китайских пластинах, и нам с нашими европейскими пластинами стало сложно с ними конкурировать по себестоимости. Поэтому мы решили заказывать формы на стороне, благо такие услуги в городе есть. Сейчас к нам три раза в день приезжает автомобиль с заказанными нами формами. Стоит это вполне разумных денег, все проблемы с дешевыми пластинами и химией изготовитель форм берет на себя, так что для нас это стало выходом. А свой СtР мы успешно продали».



Хотя в типографии только начинают работать с упаковкой, определенный объем заказов уже выполняется

Свободные мощности под упаковку

В настоящее время у типографии «Артес» сформирован мощный печатный комплекс, способный изготавливать самую разнообразную полиграфическую продукцию. И сегодня здесь активно обсуждается возможность производства упаковки. Сергей пояснил, что компания не собирается уходить со своего рынка: «Дело в том, что периодически у нас возникают свободные печатные мощности, которые можно задействовать. Мы используем эту возможность и уже освоили производство декоративной упаковочной бумаги, причем в качестве основы используем недорогой крафт, на который наносится изображение».

Помимо этого, типография начинает работать и над традиционной картонной упаковкой. С этой целью приобретен возрастной пресс Iberica, а также заказана фальцевально-склеивающая машина. «Мы планируем выходить на рынок упаковки постепенно, — говорит Сергей, — поэтому на данном этапе нам будет достаточно оборудования среднего класса. По мере развития бизнеса можно будет подумать и о более производительном, и автоматизированном производстве».



Подход руководства типографии «Артес» к бизнесу можно описать как неторопливый, но продуманный и обстоятельный. В настоящее время сложно развиваться стремительно. Развитие должно быть планомерным, а главное постоянным. И, как мы могли убедиться, в компании «Артес» выбрали именно такой путь.



ECO LED-UV

Светодиодные сушки из Китая

520 mm

от 35 000\$

750 mm

от 42 500\$

920 mm

от 47 500\$

1050 mm

от 55 000\$

T

TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин

+7 (495) 120-27-82



«Цифровой» бизнес, как спорт: предугадать и быть во всеоружии



Ольга Шелакова
генеральный директор,
студия «ДЭкор-Дизайн»
[Москва]

«ДЭкор-Дизайн» — одна из тех компаний, которые стараются сделать ярким результат своей работы и тем самым скрасить повседневность. Здесь привыкли слышать клиента и предугадывать его желания. Именно поэтому образцы продукции, большинство из которых были разработаны «с чистого листа», удивляют своей неординарностью. И все потому, что команда этой студии уже много лет занимается любимым делом, творчески подходит к выполнению любых задач и ежедневно ищет новые возможности применения накопленного опыта в сфере дизайна, полиграфии, брендинга, изготовления рекламных носителей и элементов интерьерного декора, а также разработки эксклюзивных подарков.

Точка переосмысления

История «ДЭкор-Дизайн» на российском рынке началась почти 15 лет назад. Долгое время компания называлась иначе и занималась продажей канцелярской продукции. Поскольку с крупными поставщиками, захватывающими в то время рынок, соперничать в плане объемов продаж было трудно, здесь искали другие пути взаимодействия с заказчиками, выстраивая долгосрочные партнерские отношения, уже в то время основанные на индивидуаль-

ном подходе и учете интересов клиента. Однако кризис 2008 года больно ударил по стабильности компании, спровоцировав отчасти вынужденную смену сферы профессиональной деятельности. «Сложная экономическая ситуация многое изменила в наших представлениях о бизнесе, деньгах, о жизни в целом, — отмечает Ольга Шелакова, генеральный директор студии «ДЭкор-Дизайн». — Все стали экономить. В буквальном смысле приносили ручки и степлеры из дома, доставая из своих запасов, поэтому о закупках канцелярии в качестве сувениров речь уже не шла. Однако сложившиеся непростые обстоятельства способствовали развитию совершенно новых для нас направлений, о которых в иных условиях мы, возможно, никогда бы не задумались».

Полиграфическое направление

К тому моменту сын Ольги — Василий — окончил институт и решил по-

пробовать себя в развитии семейного бизнеса. Благодаря его активному участию, решительности и свежему взгляду на многие вопросы компания получила новый толчок к развитию, на тот момент связанный с появлением полиграфического направления.

Как рассказала Ольга, в компании в то время был простенький принтер Canon и оборудование для тиснения, на котором иногда брендируют ежедневники. Было решено более активно использовать их возможности, предлагая клиентам изготовление полиграфической продукции с нанесением корпоративной символики. Вскоре, благодаря новым знакомствам, компания получила заказ на печать пропусков на один из матчей российского футбольного клуба. Именно этот заказ стал своеобразным катализатором и позволил спустя некоторое время начать активную работу со многими футбольными клубами, в том числе ФК «Локомотив» и ФК «Динамо», а впо-

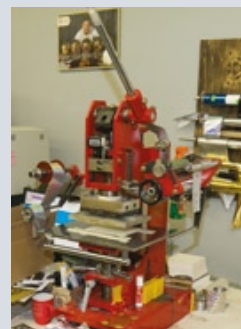
следствии наладить сотрудничество и с другими крупными спортивными организациями, выполняя заказы, приуроченные к спортивно-массовым мероприятиям.

«Цифра» и спорт

Заказы клиентов из спортивной индустрии, по воле случая появившиеся в компании и ставшие постоянными, активно стимулировали раз-



Цифровая печать в компании «ДЭкор-Дизайн» началась с печатной машины Konica Minolta, но затем здесь решили использовать более перспективную для своих задач цифровую печатную машину Xerox Versant 3100 Press



Производство компании «ДЭкор-Дизайн» оснащено оборудованием для УФ-печати, шелкографии, тампопечати, лазерной резки дерева (внизу слева), а также необходимым для типографии комплексом послепечатного оборудования

витие производственной базы компании. Чем сложнее и глобальнее становились заказы, тем активнее закупалось разнообразное оборудование для их выполнения. Со вре-

менем производство обросло оборудованием для тампопечати, шелкографии и УФ-печати, а на смену прежней цифровой технике пришли машины нового поколения. До



**Первые фотополимерные
бесхимические пластины для
газетной печати с тиражестойкостью
не уступающей традиционным**



AGFA 

WE EMBODY PRINT

115477, Москва
ул. Кантемировская, 58
тел.: (495) 234-21-04
факс: (495) 234-21-11
www.agfa.com/graphics

приобретения оборудования Xerox заказы на цифровую печать выполнялись на машине Konica Minolta bizhub Press C7000. «На тот момент машина Konica

Minolta перешла в своей работе пяти-летний рубеж и требовала замены, — поясняет генеральный директор компании «ДЭкор-Дизайн». — Нам нужно



В компании «ДЭкор-Дизайн» на цифровых машинах печатают привычную «цифровую» продукцию: открытки, календари, буклеты, пакеты, а также малотиражную упаковку

«Капли дождя» (Санкт-Петербург)

Год рождения: 1996

Оборудование:

Xerox DocuColor 12 + Splash (2004)

Xerox DocuColor 8000 + Creo (2005)

Xerox Versant 2100 Press + EFI EX-P 2100 (2016)

С оборудованием Хероx мы впервые познакомились на выставке «ПолиграфИнтер» в 1996 г. и выбрали его за качество печати и хорошо налаженный сервис. С приобретением DocuColor 8000 в 2005 г. цифровая печать заняла существенное место в нашей производственной цепочке. Эта машина проработала у нас 11 лет — целую вечность для цифрового оборудования, и в конце срока службы печатала не хуже, чем при запуске.

Xerox Versant 2100 Press — это качественный технологический скачок, надёжный и удобный инструмент, полностью устраивающий нас и наших клиентов. На этой машине у нас востребована печать на форматах до 330×660 мм, а больше всего нас очаровали стабильность и качество цветопередачи, ровные заливки и плавность полутоновых переходов. Это действительно Graphic Arts с большой буквы! Контроллер печати EFI EX-P 2100 позволяет работать с цветом так, как мы привыкли это делать в офсетной печати. Теперь

для нас вполне реально «попасть в цвет» заказа, отпечатанного месяца назад, или добиться совпадения с офсетным отпечатком. Мы даже ввели новую услугу для «офсетных» заказчиков — «цифровая цветопроба на тиражной бумаге».

Директор

Игорь Валериевич Любомиров



Типография ВК (г. Челябинск)

Год рождения: 2002

Оборудование: Xerox DocuColor 252 (с 2007)

Xerox DocuColor 8000AP (с 2008)

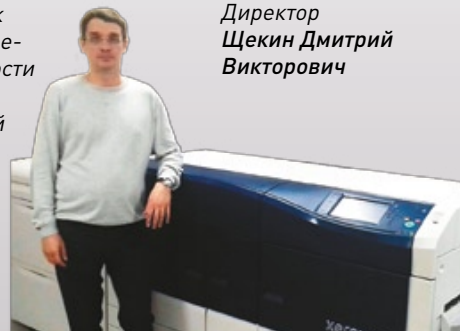
2 Xerox D-95 (с 2013 и с 2015)

Xerox Versant 2100 Press (с 2016)

Мы начинали как небольшое рекламное агентство, расположенное в квартире обычного жилого дома, и печатали на МФУ Хероx офисного класса. В 2008 г. у нас появилась первая промышленная офсетная и цифровая техника. Сегодня в типографии работают современные 4- и 5-красочные офсетные машины и промышленное послепечатное оборудование. Ежемесячно типография выполняет около 1000 заказов, на ЦПМ печатается около 40 000 цветных и 100 000 чёрно-белых отпечатков. Рекордом для нас стал заказ на цифровую печать 2,5 миллиона страниц А3 за 1 месяц.

В этом году в типографии запущена ЦПМ Versant 2100 Press. Мы довольны качеством печати, а увеличенный до 660×330 мм формат позволяет печатать на цифре ту продукцию, которую ранее приходилось печатать офсетом. На новой машине мы смогли приблизиться по точности цветопередачи к офсетным стандартам качества, а высокие возможности автоматизации помогают организовать правильный техпроцесс и обеспечить стабильность результатов. В результате машина стабильно и качественно печатает на очень широком спектре материалов.

Директор
Щекин Дмитрий
Викторович



«Флай принт» (Санкт-Петербург)

Год рождения: 2007

Оборудование: Xerox iGen 3 (2011),

Xerox J75 Press (2014), Xerox 4110 (2015),

Xerox DC 252 (2015), Xerox Versant 3100 Press (2017)

Компания «Флай принт» начинала свою деятельность как подразделение рекламного агентства. Сегодня в штате работают 30 человек, которые обрабатывают до 250 заказов на цифровую и широкоформатную печать и сувенирную продукцию ежедневно. Суммарный объём цифровой печати превышает 1,5 миллиона страниц в год. Объёмы печати стабильно росли до 2014 г. и резко снизились после ослабления рубля. Только в конце 2017 г. с установкой ЦПМ Xerox Versant 3100 Press ситуация стала исправляться — с середины ноября по начало января на этой машине было отпечатано уже около 250 тыс. страниц.

Мы считаем, что новая ЦПМ значительно усилит наши позиции на рынке за счёт широких возможностей автоматизации, стабильного качества и высокой скорости печати.

Важнейшее для нас преимущество компании Хероx — отлаженная структура сервисного обслуживания, которая практически не даёт сбоев. Устанавливая ЦПМ этой марки,

мы получаем гарантию бесперебойной работы в любых ситуациях. Ещё одно безусловное преимущество — высокая квалификация и индивидуальный подход к клиентам, который демонстрируют сотрудники «Ксерокс СНГ».

Управляющий партнёр
Роман Харин



РГ «Два слона» (Ярославль)

Год рождения: 2011

Оборудование:

Xerox Versant 2100 Press (2017)

Наша типография открылась в 2011 году, в штате тогда работали 7 человек. В 2013 мы расширили офис и парк оборудования, приобретая, в частности, ЦПМ Хероx 550. К выбору поставщика и модели печатной машины мы всегда подходим максимально ответственно: заказываем печать одного и того же файла в нескольких типографиях на разных печатных машинах, а затем сравниваем результаты.

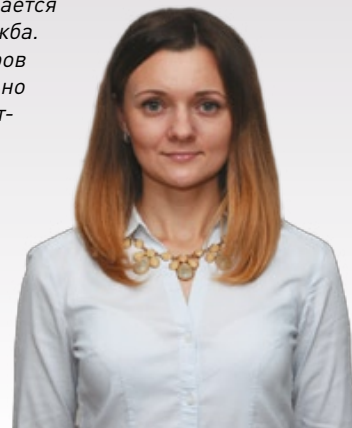
В 2017 г. произошло очередное расширение — в числе прочего оборудования запущен Xerox Versant 2100 Press. Помимо высокого качества печати эта машина нравится нам высокой производительностью. С ней мы чувствуем себя вполне уверенно на рынке фотокниг. Немаловажно, что в Ярославле присутствует сервисный инженер Хероx, что позволяет оперативно решать большинство проблем и задач.

При необходимости подключается и московская сервисная служба.

Вдобавок обучение операторов позволило нам самостоятельно выполнять многие регламентные работы.

Сейчас в штате типографии работают уже 30 человек, которые обрабатывают до 130 заказов в день.

Руководитель
отдела полиграфии
Валентина Смирнова





Компания «ДЭкор-Дизайн» изготавливает престижную подарочную упаковку, в том числе из фанеры и дерева



шины Versant 3100 Press, о чем у нас еще не было поводов сожалеть. Действительно, пока все очень нравится — и работа самого оборудования, и высокий уровень сервиса компании Херох, которому удается осуществлять регламентное обслуживание машины практически незаметно для нашей повседневной работы. Сегодня наш Versant выполняет до 250 тыс. отпечатков в месяц, и это не предел его возможностей».

Но, как сами признаются в «ДЭкор-Дизайн», им всегда интереснее работать над комплексными и разноплановыми корпоративными заказами, включающими не только производство печатных материалов, но и, например, разработку оригинальных подарков. Поэтому, когда клиенты обращаются буквально с такой просьбой: «Мы хотим подготовить подарок, который раньше никогда не дарили», — команда «ДЭкор-Дизайн» охотно берется за выполнение подобных задач.

Упаковка из дерева

Еще одно необычное направление работы «ДЭкор-Дизайн» — изготовление подарочной упаковки из фанеры. Первый заказ подобного рода, под который было куплено специальное оборудование, появился благодаря одному из постоянных клиентов — футбольному клубу «Локомотив» — в то время, когда компания уже активно работала в полиграфическом сегменте. «Заказчик попросил сделать сувенирную деревянную коробочку, — рассказывает Ольга. — Мы согласились, хотя еще не имели оборудования для работы с деревом. Разработали дизайн, приобрели лазерный станок. Заказ выполнили, а оборудование осталось. И мы решили продолжить развивать данное направление. К нам в команду пришли два дизайнера, работающие в сегменте промышленного проектирования, которые разработали оригинальные конструкции упаковок из дерева. Благодаря участию в выставках, демонстрации возможностей по резке, сувенирных решений, мы смогли привлечь внимание к нашей компании. Специально был изготовлен стенд из дерева, который позволяет выделяться среди экспонентов. Нам до сих пор удается удивлять клиентов, а это самое важное».

За прошлый год в компании «ДЭкор-Дизайн» изготовили 7000 коробок из дерева самых разных размеров и конфигураций. Очень похоже, что в целом работа с деревом — производство упаковки, предметов декора и интерьера — наряду с печатным делом стала любимым направлением деятельности студии «ДЭкор-Дизайн». Но посетив уютный офис студии и познакомившись с ее коллективом, понимаешь главное — индивидуальный и профессиональный подход к каждому клиенту и абсолютно любому заказу — это задача, которую здесь всегда ставят на первое место.

было принять решение: либо приобретать более старшую модель Konica Minolta, либо выбирать оборудование другого поставщика. Требования клиентов растут, нам необходимо было повысить качество печати и обеспечить бесперебойную работу техники, особенно с учетом интенсивной эксплуатации. На выставке Printech мы присмотрелись к технике Херох. Представители поставщика оказались весьма убедительны, и в итоге мы стали обладателями ма-



НОВЫЙ ВЫСЕКАЛЬНЫЙ ПРЕСС EXPERTCUT 106

ТОТ ЖЕ EXPERTCUT, ТОЛЬКО ЕЩЕ ЛУЧШЕ

Новый высекальный пресс EXPERTCUT 106 от BOBST – это еще большая производительность при меньших затратах на обслуживание по сравнению с предыдущей моделью.

Благодаря наличию новых опций EXPERTCUT 106 теперь позволяет быстрее приладиться на новый заказ, повысить точность

вырубки при выполнении одного заказа, уменьшить количество производственных отходов и сократить расходы на дополнительную оснастку.

Если вам нужен первоклассный высекальный пресс, почему бы не выбрать именно его?

Семена как истоки каталожной печати

Все чаще в числе заказов российских типографий стал появляться такой относительно новый для нашей страны вид печатной продукции, как каталог торговой сети. В последние несколько лет на этот вид продукции возник определенный бум. Связан он с распространением торговли через супер- и гипермаркеты. Такие каталоги производятся огромными по современным меркам тиражами и распространяются бесплатно в самих торговых точках. Принято считать, что каталог торговой сети (уже даже утвердилось в русском произношении его название — «ритейл каталог», что является просто непереведенной английской фразой Retail Catalog) — это новый полиграфический продукт, появившийся на рынке в связи с модой на супермаркеты.

Однако это не совсем так. Точнее, для нашей страны это верно, в Советском Союзе каталогов не было, поскольку не было никаких товаров, которые в этот каталог можно было бы поместить, а то, что оказывалось в магазинах, покупали и так, без каталога. А вот в капиталистических странах Retail Catalog появился намного раньше, в третьей четверти XIX в., и представлял собой продукт, очень похожий на тот, что мы считаем ритейл каталогом в настоящее время. Впрочем, самые первые каталоги появились намного раньше.

Появление каталога торговых сетей связано с продажей семян и саженцев растений. Как продавать такой продукт, который, даже будучи видимым покупа-

телем, не дает ему никакого представления о том, чем товар является на самом деле. Нужны пояснения. И эти пояснения стало проще один раз подготовить и обозначить, что эти зернышки — семена моркови,



а эти — репчатого лука. Покупателю вручался каталог, из которого он сам выбирал нужные семена или растения. Первый такой каталог был издан в 1667 г. (к сожалению, его образец нам найти не удалось). Долгое время именно каталоги семян служили движущей силой развития производства каталогов. На новый уровень этот вид продукции вывела компания Вильяма Принца (William Prince), который начал публиковать свои каталоги регулярно весной и осенью, ко времени посадок. И произошло это в 1771 г.! Спустя некоторое время из обычного списочного каталога появились каталоги иллюстрированные, в которых наглядно показывалось, что за растения получатся из тех семян, что можно приобрести. Это сейчас семена продаются в отдельных красочных пакетиках с изображением того плода или цветка, который может из этих семян вырасти. А раньше приходилось печатать отдельные каталоги на каждое полугодие (осенняя и весенняя посадки).

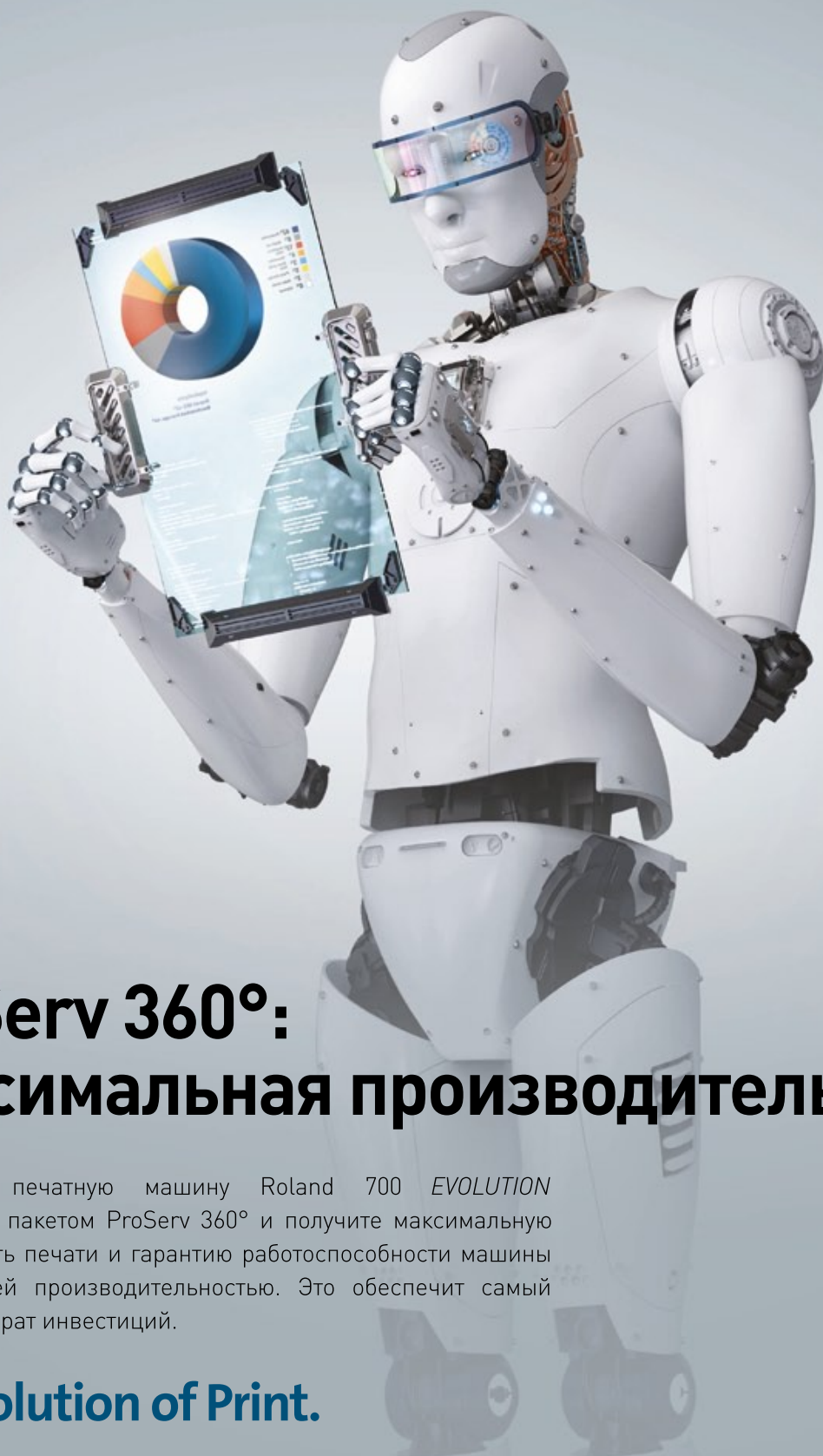
Успехи продавцов семян, использующих каталожные продажи, привели к тому, что к третьей четверти XIX в. все более-менее серьезные продавцы семян имели свои собственные иллюстрированные каталоги. Подготовка и печать таких каталогов приносила немалые доходы типографиям, которые могли данную продукцию изготавливать. По тем временам это была очень сложная с полиграфической точки зрения продукция, производить которую могли далеко не все. Для печати подобных каталогов использовался процесс литографии.



Вверху — первый каталог растений 1771 г. Ниже — более поздний каталог с изображениями растений (начало XIX в.) и предположительно первый цветной каталог семян и саженцев 1885 г.



Цветные каталоги семян, рассады и саженцев конца XIX в. (1890–1900 гг.)



ProServ 360°: Максимальная производительность

Объедините печатную машину Roland 700 *EVOLUTION* с сервисным пакетом ProServ 360° и получите максимальную эффективность печати и гарантию работоспособности машины с высочайшей производительностью. Это обеспечит самый быстрый возврат инвестиций.

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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

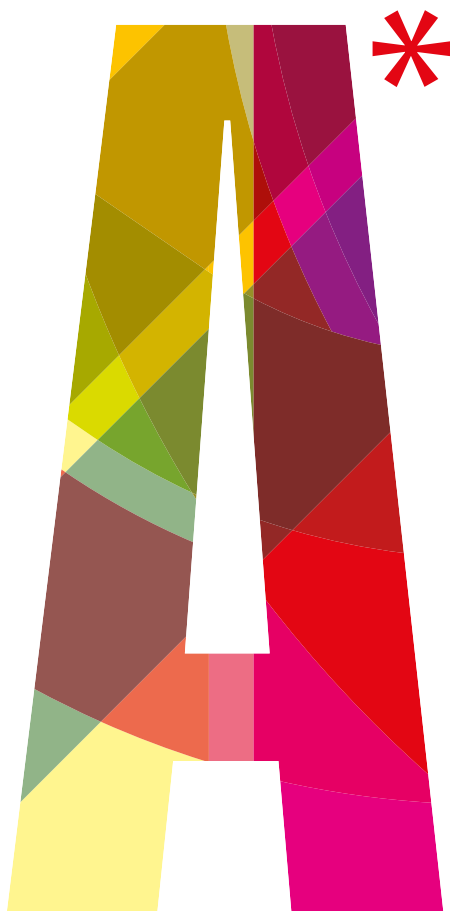


АО «ВИП-Системы». 117149, Москва,
ул. Азовская, д.6, стр.3, офис 2/2
тел.: +7(495) 258-67-03, факс: +7(495) 318-11-55.
E-mail: vipsys@vipsys.ru
www.vipsys.ru



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®



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;

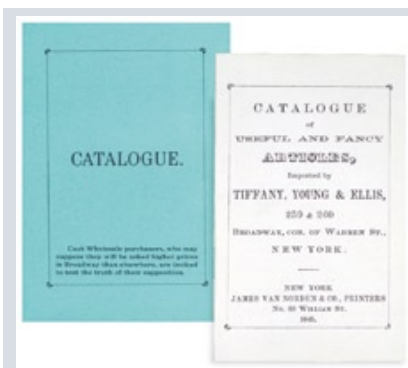
Фальцовка — «оконый фальц», микрокассета

ВШРА — работа «двойником», евро-скоба;

Шитье нитью — корешок до 52 см,
альбомный спуск, шитье «на марлю»
для объемных изданий;

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

*



«Синяя книга» Tiffany (1845 г.) — возможно, первый каталог торговой сети

Примерно в те же годы ведущими типографиями был освоен процесс цветной печати под общим названием хромолитография, которую тут же начали приспособлять для печати каталогов семян. Хромолитография — цветная литография, при создании которой для нанесения каждого цвета применялась отдельная печатная форма (для сложных сюжетов их могло быть до 20). Печатная форма делалась на литографском камне, позднее стали применять цинковую пластину. Это было проще и дешевле, но на камне получалось лучше. «Цветоделение» осуществлялось «вручную». По сути, художник рисовал на камне каждый цвет в отдельности, переносил контуры цветовых пятен с одного камня на другой. Техника хромолитографии достаточно широко использовалась для цветной печати в конце XIX — начале XX вв.

Постепенно и торговцы другими товарами задумались о том, что покупателю можно давать каталог товаров, чтобы он дома в спокойной обстановке выбрал то, что хочет приобрести. Но каталоги прочих товаров должны быть обязательно иллюстрированными и отпечатанными с очень высоким качеством, поэтому их распространение началось лишь во второй половине XIX в. Следует отметить, что произошло это задолго до появления супермаркетов! Кто конкретно был первым в этом вопросе, сейчас сказать сложно. На первенство претендуют многие компании. Скорее всего, первой была компания Tiffany, выпустившая свой каталог в 1845 г. Впрочем, внешне он не сильно впечатлял. Обложка была отпечатана на тонированной в массу голубой бумаге, поэтому каталог Tiffany получил название «Синяя книга» (Blue Book), и с того момента в течение длительного времени компания Tiffany печатала свой каталог в синей обложке.

К концу XIX в. в мире регулярно издавались уже сотни разных катало-

гов. И довольно быстро с ними произошла еще одна любопытная метаморфоза. Посмотрев дома каталог, покупатель хотел получить товар, не приходя в магазин. «Пусть сами привозят, — решали обеспеченные покупатели, — я оплачу». Довольно быстро каталоги торговых сетей превратились в каталоги «Товары почтой». Но это уже совсем другая история...



В конце XIX в. (1890–1898 гг.) «модные» каталоги заметно уступали в полиграфическом исполнении «цветочным»