Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№3, Апрель, 2019

СЧИТАЕМ ЦИФРОВУЮ ПЕЧАТЬ 2018

ФОРМАТ
Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №3 (134)-2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА
Объем цифрового рынка: оцениваем в деталях 2

ИНТЕРВЬЮ
Александр Каверный и Ольга Филиппова, «Гейдельберг-СНГ»
«Гейдельберг-СНГ» снижает цены на сервис 6
Михаил Маниович, «ЯМ Интернешнл»
Солидный возраст: «ЯМ Интернешнл» накануне 30-летия 8
Сергей Денисюк, «Терра Принт»
Послепечать прежде всего: Horizon меняет фокус внимания 12

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ
Типография «Сарматия»
Цифровая этикетка, или Программа лояльности к клиенту 14
Копировальный салон «КопиМакс»
Бизнес для людей, или Как получать драйв от работы 18
Типография MDMprint
Искусство удивлять, или 3D-эффекты в полиграфии 22
«Типография ВК»
Стремление к экспериментам, или Цифровая вау-продукция 26
Типография «ПечатниК»
Потребность в «цифре», или Печать продукции малого формата 32

ИСТОРИЯ
Этикетка: краткая история 36

Реклама в номере:

Агфа 25
Альфа-Дизайн 1
ВИП-Системы . . . . . клапан, 17
ВМГ-Трейд 5
Илим . . . . . 3-я обл.
ОктоПринт Сервис . . . . . клапан
Ситипринт . . . . . вкладка
Смарт-НН 27
Терра Принт 13
Терра Системы . . . . . клапан, 31
Фабрика офсетной печати . . . . . вкладка
Canon . . . . . 4-я обл.
Heidelberg . . . . . клапан
hubergroup 3
Kodak . . . . . клапан, 2-я обл.
Konica Minolta 11
Lamstore 23
Printech 9
Ricoh 35
Viva-Star 10
Xerox 29
Yam 21

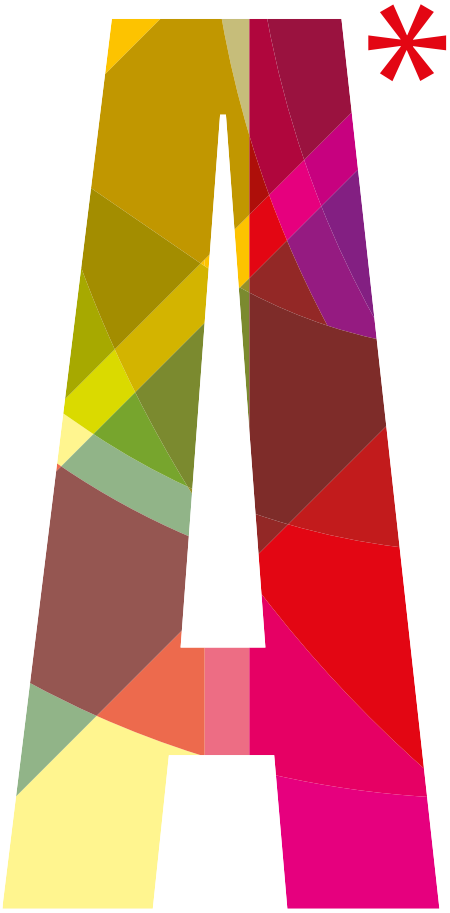
Учредитель Издательство «Курсив»
Генеральный директор
А.Ч. Амангельдыев
Исполнительный директор
Н.В. Шапинова
Ответственный секретарь
Л.В. Артемова
Зам. ген. директора по маркетингу и рекламе
Е.А. Маслова

Журнал «Формат»:
Главный редактор
А.Ч. Амангельдыев
Зам. главного редактора
М.Ю. Беляева
Ведущий редактор
Н.А. Шлыкова
Корректор
О.В. Улантикова

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

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

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



Изготовим любую 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.

альфа дизайн

www.alfa-design.ru (495) 221-74-94

Объем цифрового рынка: оцениваем в деталях

В предыдущем номере журнала «Формат» мы попытались просчитать общий объем производства печатной продукции в России за последние годы. И столкнулись с одной непростой задачей. Многие годы мы считали объем полиграфии по базовым полиграфическим процессам, в первую очередь офсету и флексографии, полагая что именно они обеспечивают практически весь объем полиграфического производства. Есть, конечно, еще и трафаретная печать, и глубокая (которой в нашей стране мало, но она развивается, причем высокими темпами). Есть даже предприятия, которые вполне успешно зарабатывают деньги, используя послепечатные и отделочные процессы. И все это в совокупности создает общий объем полиграфического производства.

Однако в последние годы в нашей стране возникла любопытная тенденция: многие традиционные полиграфические предприятия организуют в рамках своего производства цифровые подразделения. Как мы отметили в прошлом выпуске нашего журнала, российский рынок офсетной печати в 2018 г. заметно упал. В этой связи мы задались вопросом, а не перетек ли он в цифровую печать? Проведя расчеты, выяснилось, что на самом деле рынок цифровой печати в России оказался меньше, чем падение офсета. То есть рынок в целом все же падает, и даже если существенная часть переходит в цифровую печать, общее падение налицо. Получив такой результат, мы все же засомневались и решили более детально посчитать рынок цифровой печати, посоветовавшись в этом вопросе с представителями цифрового направления в области полиграфического производства. В частности, в компании Xerox нам помогли оценить рынок цифровой печати более детально, и мы решили заново пересчитать «цифру» и понять, какой ее объем на самом деле.

Оценив объем полиграфического рынка в целом, попробуем на этот раз более детально просчитать рынок цифровой печати. Для этого разделим цифровые печатные машины на группы в соответствии с определенными параметрами и просчитаем объем цифровой печати по каждому типу машин

Параметры оценки

Для того чтобы оценить рынок полиграфического производства, нужно иметь представление в целом ряде вопросов. В первую очередь, необходимо понимать, сколько цифровых печатных машин установлено в России, каких они классов, сколько лет может эксплуатироваться такая машина, сколько оттисков в среднем она печатает, какова средняя продажная цена оттиска и какова доля оттисков, которые на самом деле продаются, и насколько велико количество оттисков, которые не продаются и используются в качестве сервиса для клиентов *(см. справку на с. 5)*.

Цифровые печатные машины, поставляемые в нашу страну, целесообразно разделить на четыре группы. Это деление проводится по нескольким параметрам: производительности, рекомендуемому месячному объему производства и «живучести» (то есть времени эксплуатации машины до списания). В результате получаются следующие группы:

- Младшие машины, близкие родственники офисных МФУ, но все же позиционируемые для использования в качестве полиграфического оборудования. Младшие серии цифровых печатных машин есть практически у всех производителей цифрового оборудования. Производительность таких машин составляет в среднем 60–70 экз./мин, месячный объем печати – около 60 тыс. экз. Эти машины приобретаются наи-

более часто как начинающими цифровыми предприятиями и печатными салонами, так и другими типографиями в качестве вспомогательной машины для решения сервисных задач.

■ Машины среднего класса имеют заметно большую производительность и больший объем месячной загрузки. Такие машины также есть у всех производителей, и их приобретают уже те производства, где «распробовали» цифровой бизнес. Производительность машин — 80 экз./мин, месячный объем печати — 80 тыс. экз.

■ Машины старшего класса предназначены для серьезных цифровых компаний и для работы в типографиях в качестве оборудования для зарабатывания денег. Обладают высокой производительностью (100 экз./мин) и приличной месячной загрузкой (250 тыс. экз.).

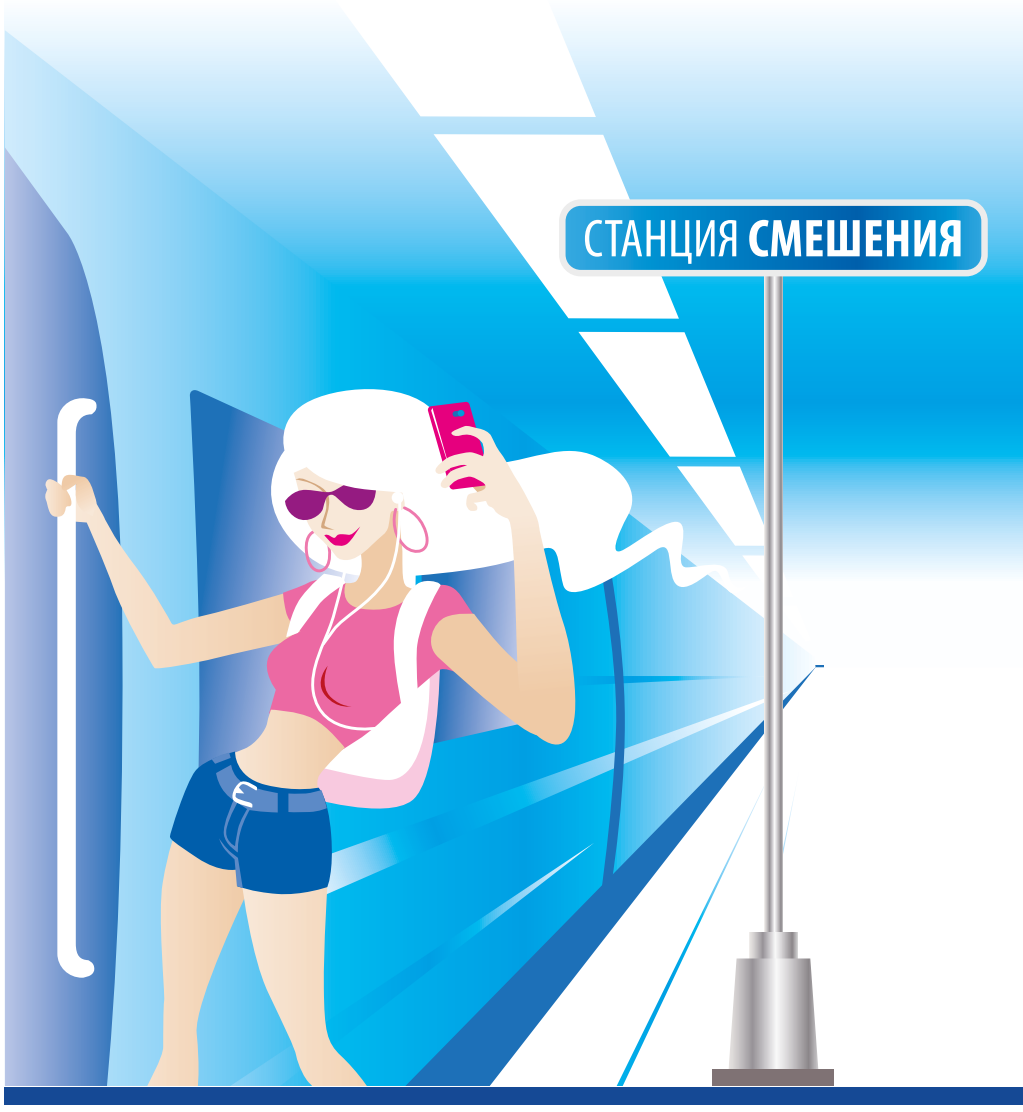
■ Промышленные машины предназначены в первую очередь для тех предприятий, где изготовление продукции цифровым способом поставлено на большой поток. Чаще всего используются в крупных цифровых компаниях, когда экстенсивный рост бизнеса перестает себя оправдывать (одна такая машина способна заменить сразу несколько машин младших серий). Производительность не принципиально выше старших машин (120–150 экз./мин), зато месячная загрузка намного больше (500 тыс. экз.—1 млн экз.).

Объем рынка

Исходя из этих данных, попробуем подсчитать общий объем рынка цифровой печати в России. На графиках на с. 4 показано общее количество машин разных групп, поставленных в нашу страну за последние годы. Впрочем, здесь нужно дать определенную поправку. Есть такое понятие как средний срок жизни машины. Если машина активно эксплуатируется, то, скорее всего, к своему «сроку жизни» она приходит основательно поработавшей и в большинстве случаев ее приходится списывать. Наверное, не все машины утилизируются, но все же существенная их часть. Наши графики построены с учетом данных, начиная с 2013 г., то есть за шесть с небольшим лет.

■ **Младшие машины.** За последние шесть лет в Россию поставлено около 1600 таких машин. Средний срок их активной эксплуатации составляет примерно 4 года, затем оборудование будет регулярно требовать серьезных ремонтов и замен узлов, что делает эксплуатацию не очень выгодной, поэтому машину чаще всего списывают. Продать ее можно, но новый пользователь вряд ли сможет ее серьезно эксплуатировать. Поэтому машины, приобретенные в 2013–2014 гг. в большинстве своем уже выведены из эксплуатации. Оставим для чистоты подсчетов 15% таких машин в работе. Итого на рынке сейчас работает 1150 машин. Средний месячный объем печати у такой машины около 15 тыс. типовых оттисков в месяц. Таким образом. общий объем печати в год составит 210 млн отт.

■ **Средние машины.** Таких машин установлено около 1000. Срок их активной эксплуатации несколько больше, чем у машин младших серий (ориентировочно 5 лет), но тем не менее за период с 2013 г. часть машин этого сегмента из эксплуатации выбыла. Примем, что около 20% машин, приобретенных в 2013 г., еще поддерживаются в рабочем состоянии. Таким образом, общее количество машин



huber group

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

www.hubergroup.ru

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

этого класса на рынке составляет 830 единиц. Средняя их загрузка существенно выше, чем у младших, и условно составляет 30 тыс. типовых оттисков. Таким образом, эти машины создают объем печати в 300 млн типовых оттисков в год.

■ **Старшие машины.** За отчетный период в России было установлено около 180 старших машин. Это серьезные машины, рассчитанные на большие объемы печати и длительный срок эксплуатации, так что скорее всего все машины еще в работе. Впрочем, шесть лет для них срок почти предельный. Так что более старших машин на рынке скорее всего нет. Средний месячный объем печати у этих машин составляет около 70 тыс. типовых оттисков. Все это в совокупности обеспечивает общий объем печати в 150 млн оттисков в год.

■ **Промышленные машины.** Они существенно дороже остальных, поэтому и продаются в заметно меньших количествах. За шесть лет, которые мы учитываем, на российском рынке появилось около 75 промышленных машин. Срок их эксплуатации обычно больше шести лет, так что к этому количеству следует добавить еще около 30 машин, поставленных ранее. Таким образом, общий рынок промышленных машин разумно оценивать в районе 100–110 единиц. Объем печати у таких машин весьма существенный и составляет около 120 тыс. типовых оттисков в месяц. А общий, создаваемый этими машинами объем печати, можно оценить в 150 млн оттисков в год.

Таким образом, общий объем цифровой цветной печати в России составляет ориентировочно 800–900 млн типовых оттисков в год. Как мы упоминали в справке в этой статье, отбросим от этого значения 5%, которые приходятся на некоммерческую печать. Следовательно, общий объем коммерческой цифровой печати составит примерно 800 млн типовых оттисков. Перевести это в денежные величины весьма непросто. Существует довольно большой разброс продажных цен на типовой оттиск — в среднем она составляет 8–10 руб. В совокупности это создает объем средств, полученных с помощью цифровой печати, в 6,8 млрд руб., или около 105 млн долл. Что несколько больше, чем мы оценивали в прошлом номере (~70 млн долл.), и это еще без учета черно-белой цифровой печати, где объемы в листах весьма существенные, а продажная цена очень маленькая. Тем не менее, около 20–30 млн долл. черно-белая печать должна обеспечивать.

Общий объем поставок цифровых печатных машин в Россию по годам. Разными цветами показаны объемы установленных малых, средних, старших и промышленных цифровых машин. Как можно заметить, львиную долю всех поставленных машин создают малые и средние машины, то есть машины относительно недорогие. Тяжелые промышленные машины поставляются существенно реже. В целом это говорит о том, что цифровая печать в нашей стране пока еще в большинстве случаев типографиями воспринимается как процесс вспомогательный, обслуживающий, а не основной бизнес-процесс. Отдельных бизнес-единиц, занятых только цифровой печатью в промышленных объемах, в нашей стране пока не так много, поэтому и промышленных машин на рынке тоже немного. Причем график показывает, что после кризиса 2014–2015 гг. покупать промышленную «цифру» стали совсем редко

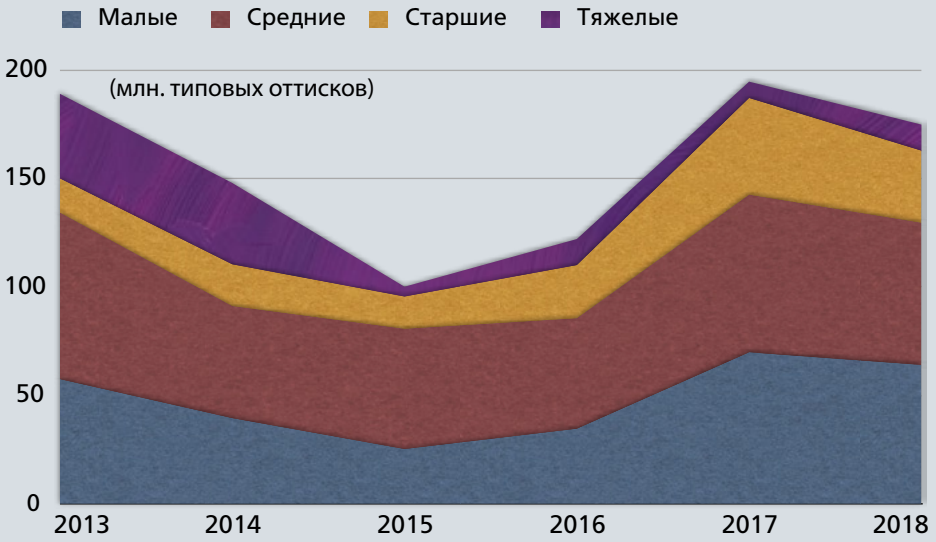


График ежегодного прироста объема цифровой печати. Устанавливаемые ежегодно новые цифровые машины создают дополнительный объем печати. Это в теории. На практике новые машины не обязательно сразу загружаются среднестатистическим объемом печати, а если и загружаются, то зачастую за счет другой типографии, где объем печати падает. Поэтому напрямую считать, что «новая машина — дополнительный объем печати», — некорректно. Поэтому правильно определить реальный рост практически невозможно. Более того, на объемы печати влияют и экономические, и политические события в стране. Поэтому хороший прирост был в относительно успешном 2013 г., минимальный прирост зарегистрирован в кризисном 2015 г. Затем было затишье, и 2017 г. оказался вполне успешным. Впрочем, в 2018 г. опять заметно падение, которое скорее объясняется успешным 2017 г. Такие изменения — норма на слаборазвивающемся рынке

Производство или сервис?

Этот вопрос мы уже не раз затрагивали в наших материалах. Цифровая печатная машина в офсетной типографии далеко не всегда является производственной единицей. Чаще всего это оборудование является частью сервиса для клиента или выступает в качестве устройства для решения ряда технологических задач предприятия — отпечатать срочно пару десятков образцов журнала или каталога и выдать до основного тиража, изготовить цветопробу на тиражной бумаге, отпечатать непрофильную продукцию для постоянного клиента (например, визитки для сотрудников издательства, которые размещают в типографии заказы на журналы или каталоги). Наверное, за выполнение этих задач тоже можно брать деньги, но обычно эти услуги идут бонусом к основному тиражу, который и обеспечивает типографии доход. Так что цифровая печать вроде есть, но бизнес на этом как бы не предполагается.

Существуют и чисто технологические задачи типографии. Например, срочно допечатать пару десятков тетрадей издания или даже несколько экземпляров всего издания, если по каким-то причинам не хватило тиража для отгрузки, а запускать для допечатки офсет не очень выгодно. В последнее время встречается и еще одна любопытная задача: печать обложки журнала или каталога на цифровой машине, хотя основной блок печатается традиционно офсетом. Такое встречается, например, при персонализации всего или части тиража. Персонализация чаще всего наносится на обложку, поэтому именно ее и печатают цифровым способом.

Скорее всего есть и другие задачи, при которых сама по себе цифровая печать не создает отдельной добавленной стоимости, и типографии платят за изготовление журнала и каталога, не вникая в тонкости производственного процесса. В свою очередь, типография в явном виде не продает продукцию, сделанную цифровым способом. Точнее, нельзя вычленить тот объем производства, выполненный именно цифровым способом. Насколько велика доля такого цифрового производства, сказать сложно, но скорее всего, эта величина не очень существенна. Нам кажется, что справедливым будет принять такой объем цифрового производства в 5–7% и вычесть его из общего объема производства, полученного при подсчете всей цифровой печати.

Кроме того, часть цифрового печатного оборудования, эксплуатируется в некоммерческих условиях, например в документообороте крупных компаний, где не производят, собственно, полиграфическую продукцию и объем добавленной стоимости в полиграфии не создают. Хочется верить, что таких машин на рынке немного, но учесть этот объем необходимо. Точнее, наоборот, не учитывать их в общем объеме производства. Впрочем, встречается и обратная ситуация, когда в коммерческом производстве оказывается офисное МФУ. И то, и другое корректно учесть нельзя, поэтому для упрощения задачи мы их уравняем и просто не будем учитывать.

Таким образом, следует слегка поправить подсчеты в прошлом номере относительно общего объема полиграфического рынка. Цифровая печать оказалась заметно больше, чем нам казалось. Общий объем полиграфического рынка нужно скорректировать, впрочем, несущественно. При объеме в 7 млрд долл. недоучтенные нами 50–60 млн долл. картину заметно не меняют. Но рост по итогам 2018 г. от символического 1,3% увеличится почти до 2%, что в целом хорошо!

TOYO INK
For a Vibrant World

ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

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

TOYO INK YOUR GREEN PARTNER
ECO-FRIENDLY INK VEGETABLE OIL BASED TOYO INK

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

«Гейдельберг-СНГ» снижает цены на сервис

Александр Каверный,
директор по сервису,
«Гейдельберг-СНГ»
[Москва]

Ольга Филиппова,
руководитель отдела
развития сервиса,
«Гейдельберг-СНГ» [Москва]

Компания «Гейдельберг-СНГ» объявила о снижении тарифных ставок на сервисные услуги с 5 апреля 2019 года на территории России. Мы попросили директора по сервису и руководителя отдела развития сервиса компании «Гейдельберг-СНГ» прокомментировать изменения.

Ф: Что послужило причиной пересмотра условий и цен на услуги в области сервиса?

АК: Все годы работы наша компания оптимизирует предложения под задачи клиентов, мы применяем гибкий подход и выстраиваем сотрудничество на взаимовыгодной основе. Тем более в текущей непростой ситуации на полиграфическом рынке мы считаем необходимым предложить те условия, при которых сервисное обслуживание станет для клиентов еще более удобным и выгодным.

Ф: Какие новые условия ожидают клиентов «Гейдельберг-СНГ»?

ОФ: Во-первых, мы сделали единой часовую ставку. Если раньше этот показатель отличался в зависимости от вида оборудования — допечатное, печатное или послепечатное, то теперь будет применяться единая часовая ставка, унифицированная по минимальному конкурентному показателю. И поэтому теперь типографиям станет проще просчитывать будущую стоимость сервисных работ, которые будут проводить высококвалифицированные специалисты. Во-вторых, мы исключили стоимость времени в пути сервисного инженера для типографий, которые находятся не далее 200 км от нашего регионального центра (для предприятий, которые расположены далее 200 км, ставка за вызов зафиксирована). Ранее расходы в пути значительно увеличивали затраты на обслуживание машин, что вызывало недовольство у клиентов. Еще один важный, на наш взгляд, момент — мы исключили из стоимости услуг сервисных специалистов накладные расходы на суточные сервисных инженеров — теперь эти издержки не будут перекладываться на клиентов. Особенно это актуально для типографий, которые значительно удалены от региональных центров «Гейдельберг-СНГ».

С апреля 2019 г. компания «Гейдельберг-СНГ» снижает стоимость сервисных услуг. Оптимизация условий сотрудничества и введение новых тарифных ставок позволит сделать сервис более выгодным и удобным для полиграфических компаний. Изменения коснулись также сокращения сроков и условий поставки запасных частей

В-третьих, мы ввели такое понятие как минимальная длительность вызова. Для типографий, которые находятся не далее 50 км от города, где расположен наш региональный офис, минимальная длительность вызова составляет 2 часа. Для клиентов, которые удалены более 50 км, длительность вызова — минимум 4 часа. А если инженер справится с работой по сервисной заявке раньше зафиксированного времени, то по желанию клиента он может проверить и другие показатели оборудования.

АК: На самом деле минимальное количество часов пребывания инженера у клиента — цифра не случайная. Это минимальный порог времени, необходимый для устранения неисправностей и запуска оборудования в рабочий режим. В последние годы продается меньше нового оборудования, чем раньше, следовательно, и в эксплуатации сейчас много техники с большим пробегом. Нагрузка на нее увеличивается, и далее с возрастом ресурс машин будет снижаться. Понятно, что клиенты пытаются экономить на сервисе и, порой, решают проблемы своими силами. И когда дело доходит до вызова инженера, зачастую работа оказывается более сложной. Бывает, что к моменту приезда наших специалистов состояние оборудования, скажем так, вызывает много вопросов. Устранить проблему, которая кажется простой по словесному описанию, на деле оказывается достаточно сложно. И в результате на вызове выполняются сложные работы по ремонту механики и электрики, что занимает от половины дня и более.

ОФ: Еще одним изменением в условиях сервисного обслужи-

вания стало введение фиксированной стоимости вызова для клиентов, которые удалены от региональных центров «Гейдельберг-СНГ» на 200 км и более. Подобная система калькуляции у нас действовала около 10 лет назад, и мы решили к ней вернуться. Для таких клиентов выгоднее оплатить фиксированную сумму за вызов специалиста. Таким образом, расходы по этой статье не будут зависеть от обстоятельств, обусловленных дорогой. Данная сумма отличается в зависимости от удаленности клиента, определены диапазоны расстояния: от 200 до 500 км и более 500 км.

Ф: Не секрет, что сегодня на рынке довольно много предложений так называемого «серого» сервиса. В чем преимущество для клиентов, если они обращаются к услугам официальной сервисной службы поставщика оборудования?

ОФ: Официальный сервис компании «Гейдельберг-СНГ» отличает, прежде всего, гарантия качества услуг.

АК: В случае обращения к «серому» сервису при возникновении проблем клиент зачастую не может взыскать неустойку за некачественный ремонт, простой оборудования. Обращаясь в нашу сервисную службу, типография получает комплексную гарантию как техническую, так и юридическую. Мы стараемся решать вопросы максимально оперативно. При необходимости наши специалисты готовы провести полную диагностику машины, что не могут сделать представители «серого» сервиса из-за отсутствия инструментария, необходимого для данной процедуры. Благодаря разветвленной логистической структуре поставки запасных частей, в том числе и в регионах, мы имеем возможность оперативно доставить и установить запасные части, чтобы в минимальные сроки ввести оборудование в эксплуатацию. У нас гораздо больше ресурсов для поставки запасных частей, чем у «серых» конкурентов — в Москве у «Гейдельберг-СНГ» есть склад, где имеется запас наиболее востребованной номенклатуры.

ОФ: Как справедливо отметил Александр, наши специалисты, в отличие от неофициальных подрядчиков, имеют возможность квалифицированно провести диагностику оборудования. У сервис-инженеров есть тестовые инструменты, платы, диагностические программы, которые позволяют четко определить проблему и тем самым значительно сократить время на обнаружение неисправности, оперативно провести ремонт машины.

Ф: Обслуживают ли ваши специалисты оборудование Heidelberg в случае, если типография приобрела его без участия «Гейдельберг-СНГ»?

АК: Да, безусловно. Более того, в этом случае мы оказываем сервисные услуги на тех же условиях, что и другим клиентам. Отличие может быть в сроке ремонта, поскольку при покупке бывшего в употреблении оборудования довольно сложно получить достоверный отчет об истории и техническом состоянии машины.

Ф: Изменилась ли стоимость запчастей?

ОФ: Теперь мы имеем возможность предложить клиентам комплексные условия на поставку запчастей и сервисных услуг, и это удобнее и выгоднее для типографий.

АК: Кроме того, в результате внутренней реорганизации структура нашей компании претерпела изменения. Теперь производственный центр, склад, логистика запчастей и расходных материалов входят в зону ответственности руководства по сервису. Это помогает нам оптимизировать весь процесс работы сервисной службы.

Обращаясь в сервисную службу «Гейдельберг-СНГ», типографии получают комплексную гарантию как техническую, так и юридическую. Сервисные инженеры имеют необходимый инструментарий для проведения полной диагностики машины, а благодаря разветвленной логистической структуре поставка запчастей выполняется в минимальные сроки

На стоимость запчастей мы влиять не можем, она определяется ценой поставки. Но «белая» схема поставки является и плюсом, потому что позволяет дать клиенту гарантию на запчасти — 6 месяцев с даты поставки. Что касается сроков поставки запасных частей, их мы постоянно оптимизируем, и на сегодняшний день нам удалось сократить срок доставки запчастей клиентам. Ранее он составлял до 7 дней (до нашего склада при условии наличия запчастей в Германии), а начиная с середины апреля этот срок сократился до 5 дней. Зачастую эта разница в 2 дня имеет для клиента большое значение, иногда даже более важное, чем стоимость деталей. Если запчасть есть на складе в России, то отгрузка происходит в течение дня. Что касается поставок в регионы, то мы ввели новшество: раньше на транспортировку закладывали 14 дней, а сейчас — 10 дней и даже меньше. Этого удалось достичь благодаря изменению способов поставки в регионы. Раньше запчасти отправляли автомобильным транспортом, сейчас — авиаперевозчиком, что, конечно, увеличивает наши расходы, но мы готовы к этому, чтобы удовлетворить запросы наших клиентов.

Ф: Сегодня качественный сервис становится для клиентов все более важной задачей. Вы это ощущаете по работе вашей сервисной службы?

АК: Могу отметить, что в течение прошлого года мы заключили более 100 сервисных контрактов на разных условиях. Это неплохой показатель. Мы стараемся соответствовать ожиданиям клиентов и оптимизировать наше предложение по сервисным договорам. Все больше клиентов заключают контракты по программе сотрудничества full service, что фактически подразумевает продление гарантийного срока службы оборудования, и эффективно используют эту схему для оптимизации производственных процессов. Так, к примеру, один из наших клиентов — типография «Кварц» (Нижний Новгород), где в прошлом году состоялась одна из значимых установок нашего печатного оборудования Heidelberg Speedmaster XL 75-7+L-C с секцией холодного тиснения фольгой FoilStar, не первый год продлевает подобный контракт на предоплаченный сервис, и, по словам руководства, расценивает такую схему сотрудничества как страховку для полиграфических машин.

ОФ: По условиям контракта на предоплаченный сервис клиенту предлагается приобрести определенное количество часов рабочего времени сервисного инженера по сниженной ставке. В течение года эти часы могут быть использованы на обслуживание любого оборудования. А другое важное преимущество в том, что по заявкам в рамках данных контрактов мы выезжаем в приоритетном порядке. Кроме того, сейчас клиенты, работающие по предоплате, получили и другие бонусы. Теперь они могут заказать запасные части без предварительной оплаты, а также получить на них скидку до 7%.

Солидный возраст: «ЯМ Интернешнл» накануне 30-летия

Михаил Маниович,
генеральный директор,
«ЯМ Интернешнл»
[Москва]

Компания «ЯМ Интернешнл» готовится в этом году к юбилею. 23 мая она будет отмечать свое 30-летие — весьма солидный возраст для коммерческой компании, являющейся одной из уважаемых на российском полиграфическом рынке. Придя в отрасль из компьютерного бизнеса и занимаясь первоначально поставками графических, а затем автоматизированных издательских систем, в компании переключили внимание на допечатные комплексы, а впоследствии и на печатные машины. В условиях активного развития в России полиграфического рынка в 1990-е гг. «ЯМ Интернешнл» заключила эксклюзивные дистрибьюторские соглашения с японскими компаниями Komori и Fujifilm. Уже более 20 лет «ЯМ Интернешнл» является поставщиком оборудования и расходных материалов для полиграфического бизнеса от мировых производителей, предлагая законченные технологические решения для участников отрасли, занятых как в офсетном и цифровом производстве продукции, так и в упаковочном сегменте. С каким багажом компания подошла к своему новому рубежу и какие задачи стоят перед ней в будущем, рассказал генеральный директор «ЯМ Интернешнл» Михаил Маниович.

Ф: Михаил, как компания ощущает себя в столь зрелом возрасте? Довольны ли вы тем, какой стала фирма к своему 30-летию?

ММ: Компания «ЯМ Интернешнл» — это солидный бренд, имеющий хорошую репутацию в полиграфической отрасли в России и СНГ. За годы работы на рынке мы добились качественного наполнения линейки оборудования и материалов, которые предлагаются полиграфистам. Среди производителей, дилерами которых мы являемся, только известные и проверенные бренды, разрабатывающие надежное, качественное оборудование и материалы. Формируя продуктовую линейку, мы постарались учесть потребности клиентов во всех сегментах отрасли, и на сегодняшний день предлагаем решения для работы как в традиционном офсетном производстве, в том числе в сегменте защищенной продукции, так и в упаковочном. При этом мы имеем возможность подобрать для клиента полный комплекс оборудования, включая экспонирующие системы, печатные решения, расходные материалы и необходимый набор послепечатной техники. Для удобства работы с региональными клиентами у нас сформирована сеть филиалов, расположенных в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Новосибирске, а также имеются представительства в странах ближнего зарубежья — Беларуси, Казахстане, Узбекистане. У нас несомненно лучшая на рынке сервисная служба, обеспечивающая техническую и технологическую поддержку клиентов в круглосуточном режиме. И это, я считаю, большим преимуществом нашей компании на рынке. Поэтому, подойдя к очередному юбилею, могу сказать, что мы добились высокого уровня обслуживания и качества предлагаемых решений, признания и уважения в отрасли, а главное, мы стабильно поддерживаем этот результат уже многие годы, при этом, конечно, не забывая о развитии и движении вперед.

В мае компания «ЯМ Интернешнл» отметит свое 30-летие. На пороге юбилея мы поинтересовались у руководства одной из старейших коммерческих фирм на российском рынке, с каким багажом компания подошла к своему новому рубежу и какие задачи стоят перед ней в будущем

Ф: Времена меняются. У Вас, безусловно, есть с чем сравнить. Сложнее стало работать на рынке?

ММ: Я никогда не смотрю назад. Полиграфический рынок переживал разные времена подъема и спада активности. Но несмотря ни на какие обстоятельства мы развиваемся, стремимся к реализации все новых планов, ставим перед собой профессиональные задачи. Сегодня мы озабочены тем, какое поколение придет за нами. Поиск квалифицированных кадров я считаю одной из глобальных задач текущего времени. Причем это касается не только нашей компании, но и отрасли в целом. На рынке ощущается нехватка хороших специалистов — инженеров, технологов, электронщиков, механиков полиграфического производства. Одним из преимуществ нашей компании является как раз то, что с самого начала ее существования большую часть сотрудников составляют люди с полиграфическим образованием, и мы эту традицию поддерживаем и стараемся обновлять коллектив, вливать молодую кровь. При этом мы ценим наших коллег с большим опытом работы, поддерживаем их и стремимся к тому, чтобы они смогли поделиться своими знаниями с начинающими делать шаги в профессии специалистами. Обучение персонала — длительный процесс, мы это хорошо понимаем и готовы инвестировать в образование и подготовку кадров, в том числе на базе обучающих площадок у наших иностранных коллег.

printech

5-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПЕЧАТНОГО И РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

18–21 ИЮНЯ 2019

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

printech-expo.ru

Получите бесплатный электронный билет по промокоду: prt19pRKII

Организатор

ITE

Ф: Раз уж речь зашла о развитии, чем компания «ЯМ Интернешнл» удивит рынок в ближайшее время?

ММ: В этом году у нас планируется расширение линейки. Учитывая наш солидный опыт работы на российском рынке, мы придерживаемся определенных параметров при выборе партнеров по бизнесу. Основные требования с нашей стороны — обязательное качество предлагаемых продуктов, а так же эксклюзивные условия сотрудничества. В чем преимущество такого подхода? Заключая договор с поставщиком оборудования или материалов, мы набираем техническую базу специалистов, технологов и сервисных инженеров. Иными словами, в первую очередь думаем о том, чтобы предложить первоклассное техническое и сервисное обслуживание, причем не только в Москве, но и в регионах. Я уже упоминал, что в нашей компании очень сильный отдел сервисной поддержки, где задействовано около 30% специалистов, и какое бы оборудование или технологии мы ни предлагали на рынке, наши клиенты всегда уверены в мощной поддержке со стороны специалистов «ЯМ Интернешнл». Это касается и новых продуктов, которые мы планируем продвигать.

Кроме того, мы ждем очередного прорыва от наших основных партнеров, прежде всего компании Komori. Речь идет о цифровом оборудовании этого поставщика. Зная подход японских производителей, можно смело сделать заключение о том, что начатое они всегда доводят до конца. И поэтому я уверен, что в скором времени, уже на drupa 2020, можно будет увидеть новые наработки в направлении цифрового оборудования бренда Komori.

Ф: В чем вы видите перспективы отрасли? И в каком направлении, на ваш взгляд, будет идти развитие полиграфического бизнеса?

ММ: Я не могу сказать, что у полиграфической отрасли самые радужные перспективы, но и не считаю, что мы находимся в катастрофической ситуации. Отрасль развивается, меняется, в каждом сегменте производства полиграфической продукции есть свои особенности, не мне вам рассказывать. Главное, чтобы полиграфисты перестали заниматься демпингом. Это недальновидная политика, которая дает иллюзорный оборот и совсем не дает прибыли. А значит, лишает возможности создавать техническую базу. Смею надеяться, что такие методы со стороны типографий будут проявляться все меньше на рынке.

Что касается направлений развития бизнеса в рамках тех продуктов, которые мы предлагаем на рынке, то наиболее активно сегодня растут продажи расходных материалов. Конечно, далеко не все типографии работают на пластинах Fujifilm, но есть немало полиграфических компаний, которые используют для изготовления офсетных форм другие высококачественные пластины. Значит, рынок есть. Немало российских типографий, которые используют краски и химию хорошего качества. Рано или поздно типографии столкнутся с вопросами экологии. Возможно, пока данная проблематика стоит не так остро, но судя по опыту западноевропейских типографий, в ближайшем будущем тема экологичного производства станет насущной и для предприятий в России. Уже сейчас законодательство вынуждает полиграфические компании, особенно располагающиеся недалеко от водных ресурсов, отказываться от агрессивной химии. В свою очередь наша компания может предложить полиграфистам соответствующие решения.

Ф: Пожалуй, последний вопрос: как будете отмечать юбилей компании?

ММ: Мы считаем, что день основания компании — это корпоративное событие. Поэтому решили организовать праздник для всех сотрудников «ЯМ Интернешнл», причем не только тех, которые работают у нас сегодня, но и бывших сотрудников, и уважаемых пенсионеров. Конечно, будут мероприятия и для наших многочисленных клиентов, отношениями с которыми мы дорожим и выстраиваем их на основе доверия и взаимопонимания. Именно это позволяет нам все эти годы стабильно и планомерно развиваться и сохранять человеческие и деловые связи с нашими партнерами и коллегами-полиграфистами.

JETVARNISH 3DS + iFOILs

ЦИФРОВОЕ ВЫБОРОЧНОЕ УФ-ЛАКИРОВАНИЕ И ТИСНЕНИЕ ФОЛЬГОЙ

Оптимальное решение для типографий, работающих в формате SRA3+

– Придание продукции эксклюзивного вида и приятных тактильных свойств
– Максимальный формат листа 364 1 020 мм
– Производительность до 2 298 отт./час
– Плотность материалов 135–450 г/м²
– Толщина слоя лака 20–230 мкм

KONICA MINOLTA

JETVARNISH 3D Evo

Digital varnish & iFOIL

ЦИФРОВОЕ ВЫБОРОЧНОЕ УФ-ЛАКИРОВАНИЕ И ТИСНЕНИЕ ФОЛЬГОЙ, 2D/3D ЭФФЕКТЫ

Отличный выбор для типографий, использующих как цифровые, так и офсетные печатные машины форматов B2 и B1

– Максимальный формат листа 750 × 1 200 мм
– Производительность до 3 000 отт./час
– Плотность материалов 135–800 г/м²
– Толщина слоя лака 7–200 мкм

JETVARNISH 3D Web

Digital varnish & iFOIL

ЦИФРОВОЕ ВЫБОРОЧНОЕ УФ-ЛАКИРОВАНИЕ И ТИСНЕНИЕ ФОЛЬГОЙ НА РУЛОННЫХ МАТЕРИАЛАХ

Отличное решение для создания визуальных и тактильных эффектов при производстве этикеточной продукции и гибкой упаковки

– Максимальная ширина материала 420 мм
– Скорость печати до 42 м/мин
– Толщина материала 50–400 мкм
– Толщина слоя лака 7–232 мкм
– Секция УФ-флексопечати для сплошного лакирования или праймирования в линию
– Полуротационная секция высечки для послепечатной обработки этикеток в линию

MGI Digital Technology

Giving Shape to Ideas

ООО «Коника Минолта Бизнес Сольюшнз Раша»
121357 Москва, ул. Верейская, д. 29, стр. 33
Тел.: +7 (495) 545 0911 Факс: +7 (495) 545 0910
E-mail: info@konicaminolta.ru http://industrial.konicaminolta.ru

Послепечать прежде всего:
Horizon меняет фокус внимания

Сергей Денисюк,
директор по продажам,
«Терра Принт»
[Москва]

Когда речь идет о производстве полиграфической продукции, подразумевается, как правило, целая цепочка процессов превращения листов бумаги в готовое изделие. И для большинства полиграфистов очевидно, что печать — всего лишь небольшой этап этого технологического процесса. Безусловно, при правильной организации бизнеса можно зарабатывать и на простом запечатывании листов. Тем не менее все чаще можно услышать мнение, что в себестоимости продукции существенную долю занимают как раз финишинговые операции, позволяющие придать нужную форму отпечатанным листам. Мы решили узнать мнение на этот счет поставщика полиграфического оборудования. Сергей Денисюк, директор по продажам компании «Терра Принт», рассказал о «пути от обратного» и необходимости типографиям переключить фокус внимания в сторону послепечатных операций.

Ф: Компания «Терра Принт», прямо скажем, не новичок на рынке поставок полиграфического оборудования. В каких технологиях типографии заинтересованы сегодня?

СД: Исторически так сложилось, что при оснащении своего производства полиграфисты уделяют первостепенное значение печатной технике. В современном автоматизированном печатном оборудовании им видится залог успешного бизнеса, возможность производить в единицу времени большее количество запечатанных листов хорошего качества. Сегодня все известные на рынке производители печатных машин предлагают решения подобного уровня. И особых проблем отпечатать продукцию не возникает. Другой вопрос — в дальнейшей обработке. Зачастую к комплектации послепечатного участка типографии подходят не всегда вдумчиво, оставляя решение этих вопросов на второй план. Хотя это в корне не верно. По сути, дополнительный заработок, который типография может получить с каждого заказа, находится именно в послепечати. Как отмечают в компании Horizon, оборудование которой мы предлагаем на российском рынке, на 1 евро печатной продукции приходится 8 евро добавленной стоимости послепечатных услуг. И в настоящее время в Horizon стоит задача несколько поменять мышление полиграфистов и обратить их внимание в большей степени на финишинговые процессы, иначе говоря пойти от обратного. Finishing First («Послепечать прежде всего») — такова сегодня идеология японского производителя, которая, на наш взгляд, полностью отражает текущие задачи полиграфического бизнеса в целом.

Ф: Оборудование Horizon довольно часто можно увидеть в российских типографиях. Оно действительно востребовано рынком?

СД: Надо сказать, что Horizon в России известен с 1990-х гг., когда еще в отсутствие официального представительства завозились первые единицы оборудования. Бренд оказался четко в нише так называемого легкого послепечатного оборудования, получив лояльность многих своих пользователей. И по-прежнему марка Horizon вызывает доверие и уважение у клиентов. Прежде всего благодаря высокой надежности оборудования (до сих пор существует большой вторичный рынок этих машин). Другая причина лояльности типографий к бренду кроется в возможности формировать комплекты послепечатного оборудования и даже составлять автоматизированные линии, объединяя отдельные устройства в производственную цепочку. Дело в том, что продуктовая линейка Horizon гораздо шире, чем могут представить многие полиграфисты, даже из числа лояльных пользователей. Здесь можно подобрать брошюровочную линию, листоподборочное и резальное оборудование, клеевую и фальцевальную машины, устройство ротационной высечки, биговально-перфорационную машину и другие.

Ф: С чем связана высокая надежность оборудования Horizon, о которой вы сказали?

СД: Компания Horizon интересна своим подходом к производству оборудования. По сути, это производство замкнутого цикла, где около 80% всех комплектующих изготавливается внутри компании для максимального контроля качества производимого оборудования. Такой возможности нет ни у одного производителя оборудования в данном сегменте. Завод оснащен серьезным станочным парком, причем европейских поставщиков. Применяется роботизированная техника, что позволяет быстро подобрать комплект деталей для сборки машины. Все электронные компоненты компания также делает сама. Справедливости ради нужно сказать, что Horizon еще в 1960-е гг. начинала именно с производства электронных компонентов, поэтому опыт изготовления различных плат и схем у компании весьма солидный. Все это говорит о том, что даже в кризисные годы в Horizon вкладывают средства в развитие предприятия. И качество для них не просто слова, а целая идеология, к которой здесь неуклонно стремятся. Наличие собственного производства позволяет компании заниматься модернизацией своего оборудования и оттачиванием его конструкции и функционала до совершенства. Именно это лежит в основе долговечности оборудования Horizon.

Ф: Какие решения сегодня актуальны для российских типографий в области послепечатного оборудования?

СД: На сегодняшний день пока в России наибольшим спросом пользуются оффлайновые решения Horizon — листоподборочные линии с вакуумной подачей, брошюровальные машины, а также оборудование для клеевого бесшвейного скрепления, где Horizon является монополистом. Однако, как я уже говорил, идеология Horizon заключается в модульности оборудования — из одних и тех же решений, которые работают в оффлайне, можно собрать производственную линию,

работающую в онлайновом режиме. Так, например, появилось решение Foldliner, когда фальцевальное оборудование первого формата стыкуется с проволокошвейной машиной, что позволяет из сфальцованных тетрадей получить готовую брошюру. Такая линия возникла в результате запроса клиента и специально не разрабатывалась. Но уже продано три таких комплекса в Европе. В российские типографии поставляются комплексы, объединяющие клеевую машину с трехножевой резкой, а также промышленные линии, объединяющие горизонтальную листоподборку, 9-кареточную клеевую машину и оборудование для трехножевой резки.

Еще одной особенностью производственных комплексов Horizon является их высокая автоматизация. Если, например, в линейке машин других производителей имеется оборудование разного класса — от ручного до автоматизированного с возможностью добавления опций, то в Horizon изначально пошли по пути полной автоматизации оборудования для максимально быстрой перенастройки с тиража на тираж. К сожалению, клиенты не всегда просчитывают выгоду от использования такого оборудования, руководствуясь только одним параметром — ценой.

Ф: Сегодня все больше становится гибридных типографий, использующих как офсетные, так и цифровые печатные решения. Что может предложить Horizon для таких производств?

СД: Объединение цифрового производства и офсетного — это тренд, который Horizon сформулировал для себя на ближайшее будущее. В компании есть предположение, что «цифра» будет доминировать. Очевидно, что сейчас все больше появляется коротких тиражей, к тому же не редки случаи комбинированных заказов, где часть издания печатается цифровым способом, а часть офсетным, поэтому требуется оборудование, способное обрабатывать такие заказы, причем за короткое время. Сейчас у нас стали активно запрашивать брошюровальные линии в комплекте не с листоподборочными башнями, а с устройством цифровой подачи оттиска, что необходимо для работы с цифровыми машинами, когда на выходе сформирован уже подобранный блок. Таких два комплекса мы уже поставили, и сейчас все больше типографии проявляют к ним интерес.

У Horizon имеется также оборудование, которое специально разрабатывалось для работы с листовыми цифровыми машинами B2, в частности с HP Indigo. Для рулонных печатных машин также есть масса решений. Например, брошюровочный комплекс Horizon StitchLiner 6000 Digital интегрируется для работы с модулями размотки и резки ролей на листы или в линию с рулонными цифровыми печатными машинами. Оборудование автоматически выполняет формирование комплектов листов, фальцовку, шитье проволокой и обрезку с трех сторон.

В числе разработок Horizon в данном направлении представлены так называемые смарт-решения. Они представляют собой технологические комплексы, объединяющие несколько производственных модулей и позволяющие сделать послепечатные операции максимально эффективными. Однако пока в России таких решений нет, их можно увидеть в европейском офисе Horizon GMbH. Там организован просторный демозал, где есть возможность протестировать оборудование для клиентов со всего мира.

Компания Horizon, обладая собственной производственной базой, разрабатывает послепечатные решения, которые отвечают требованиям максимальной автоматизации, мобильности, компактности и при этом просты и надежны в эксплуатации. Поэтому у японского производителя есть все шансы занять такие же прочные позиции среди и цифровых, и гибридных типографий.

ПОСЛЕПЕЧАТЬ ПРЕЖДЕ ВСЕГО

Horizon
FINISHING FIRST

HORIZON BQ-480
лучшая 4-х кареточная КБС на рынке

- PUR и EVA в одной машине
- Идеально для Book-on-Demand
- Автоматическая подача блока в каретку
- Исключительные производительность и качество

BQ-160 Оптимально для старта

BQ-280 Лидер продаж

BQ-470 Отраслевой стандарт

SB-09 Максимальная производительность

ТЕРРА ПРИНТ • Поставки оборудования • Сервис • Консультации
г. Москва, Электродный проезд, д. 6 • Тел.: +7 (495) 363-00-78 • www.terraprint.ru

terraPrint

Цифровая этикетка, или Программа лояльности к клиенту

Юрий Белов,
владелец,
типография «Сарматия»
[Москва]

Московская типография «Сарматия» (более известная по второму имени полиграфического тандема, которому более 20 лет, компании «Доллина») работает в сегменте производства этикетки — узкорулонной печати на самых разных материалах. До недавнего времени компания развивалась в рамках классического флексографского этикеточного производства, предлагая изготовление продукции малыми и средними тиражами. Два года назад было принято решение развивать цифровое производство этикеток, в связи с чем в типографии «Сарматия» была установлена цифровая печатная машина Xeikon 3030, поставка которой осуществлялась специалистами компании «ВИП-Системы». Совладелец двух этикеточных предприятий Юрий Белов рассказал нашему изданию о развитии бизнеса и причинах появления на предприятии цифрового оборудования.

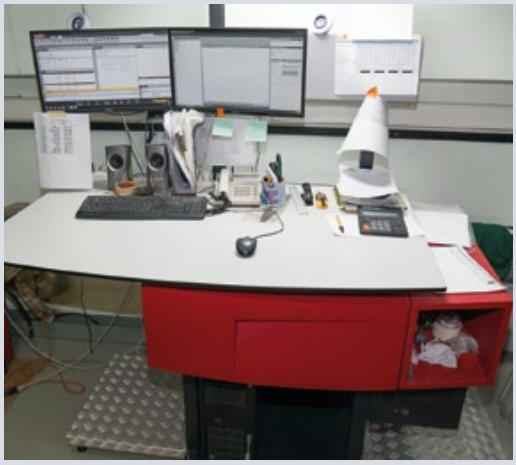
Этикеточный бизнес

По словам Юрия, его знакомство с полиграфией произошло в свое время по воле случая. В середине 1990-х гг. для многих открылись перспективы начать предпринимательскую деятельность. Обладая к тому моменту немалым опытом коммерческой работы, Юрий Белов решил вложиться в собственный бизнес. У знакомых, которые в то время пробовали заниматься разными направлениями бизнеса, оказалась итальянская печатная машина CDS для производства этикеток, которой не нашлось применения. И Юрий решил попробовать сам. Выкупил оборудование, разместил рекламу (в те годы рекламные объявления работали хорошо), и на нее стали откликаться первые заказчики.

«С этой итальянской машины высокой печати начался наш этикеточный бизнес, — рассказывает Юрий. — Вскоре к ней добавилась еще одна такая же машина CDS. Это очень надежное оборудование и в коммерческом, и в техническом отношении. Обе машины до сих пор у нас работают и выполняют определенные задачи по печати простых этикеток. Спустя некоторое время, освоившись в производстве этикеточной продукции, мы начали расширять наше производство. Стали приобретать флексографские машины высокой печати Gallus. Сейчас у нас работают три серьезные этикеточные линии».

Принципы работы

Оценивая сегодня развитие этикеточного рынка, Юрий отмечает, что за прошедшие десятилетия количество игроков на нем заметно увеличилось и конкуренция возросла: «Рынок этикетки, безусловно, испытывает негативные влияния экономической ситуации в целом, правила работы на нем усложнились, но сохранились основные требования заказчиков, которые укладываются в концепцию «цена, качество, сроки». Мы добавляем к этому еще и стабильность. Чтобы иметь свою клиентуру и возможность развиваться, мы эти принципы соблюдаем . Наше производство с самого начала было ориентировано на изготовление малых и средних заказов этикеток. Нам комфортно оставаться небольшим предприятием и работать в данном сегменте. Однако мы понимаем, что если по качеству печати наше оборудование позволяет успешно конкурировать со многими этикеточными компаниями, то в скорости печати оно стало уступать. Это явилось одним



В типографии «Сарматия» больше года работает узкорулонная цифровая печатная машина Xeikon 3030, оснащенная пятью секциями с возможностью нанесения белил

из поводов обращения нашего внимания в сторону цифровой печати этикетки. Таким образом, мы стали выполнять более технологически сложные работы в более сжатые сроки».

Внимание на «цифру»

Около года назад в дополнение к классическим технологиям производства этикетки на предприятии приобрели пятисекционную цифровую печатную машину Xeikon 3030 с возможностью нанесения белил. «Цифровую технику мы выбирали с учетом нашей специализации на печати малых тиражей этикетки. В основном тиражи, которые мы печатаем на цифровом оборудовании, варьируются в пределах от 10 до 700 м. Для флексографской печати это слишком короткий тираж. При этом для производства этикетки важен высококачественный результат печати, граничащий зачастую с воспроизведением художественных работ. Вследствие этого струйную печать мы не рассматривали, поскольку пока возможности этой технологии не позволяют получать необходимый нам результат. В итоге выбор был сделан в пользу оборудования компании Xeikon. На самом деле это превосходная машина. Удивительно, что на рынке не так много инсталляций. Ведь по техническим параметрам она не только составляет конкуренцию, но и во многом превосходит аналогичное оборудование других ведущих производителей. Техника Xeikon удобна в использовании, во всех смыслах, что называется, user-friendly, показывает стабильный результат, отлично справляется со сложными по цветовоспроизведению работами. Можно сказать, что так красиво, как печатает Xeikon, мало кто умеет».

Технологии отделки

Говоря об особенностях производства этикеточной продукции, Юрий отмечает, что требования к этикетке в России весьма высоки: «Многих удивляет, зачем в производство этикетки, жизненный цикл которой довольно короток , вкладывают столько ресурсов как сами заказчики, так и типографии? Так уж исторически сложилось. Такой у нас рынок. В чем-то это даже неплохо. Этикетки у нас получаются высокохудожественные».

В силу этого обстоятельства в процессе изготовления этикеточной продукции велика доля декоративной отделки. Возможности типографии «Сарматия» позволяют предложить клиентам горячее и холодное тиснение фольгой, конгрев, ламинирование, трафаретную печать, различные виды УФ-лакирования. Сочетание разных технологий отделки делает возможной реализацию любых проектов — от сдержанных и лаконичных дизайнов до глянцевого блеска и золота декоративных элементов.

После приобретения цифровой машины Xeikon 3030 в типографии также задумались о приобретении финишного оборудования для обработки и декорирования цифровой этикетки. Проработав различные варианты,

Машины высокой печати CDS итальянского производства, с которых начинался этикеточный бизнес типографии

На предприятии организован собственный участок изготовления флексографских форм

До недавнего времени типография «Сарматия» использовала в работе только классические технологии производства этикетки на флексографских машинах Gallus. Сегодня здесь работают три этикеточные линии

Оборудование для горячего тиснения фольгой и конгрева

Финишное оборудование для декорирования цифровой этикетки обладает расширенным функционалом, позволяя добиваться интересных результатов послепечатной отделки

Зачастую при изготовлении этикеточной продукции требуется декоративная отделка фольгой, конгревное тиснение, ламинирование или лакирование разными видами лака

в компании обратили внимание на машины китайского производства. «За последние годы Китай заметно изменился, это стоит признать, — говорит Юрий. — На рынке можно найти очень достойное оборудование, надежных, готовых к диалогу поставщиков. Наши поиски привели нас в прошлом году на китайскую выставку, где мы смогли выбрать интересную финишинговую линию, договориться о посещении фабрики, и уже через четыре месяца машина стояла на нашей площадке. По сути, мы приобрели флексомашину с возможностью нескольких прогонов, каждая секция которой позволяет выполнять разные виды отделки. Помимо стандартных операций —высечки и лакирования, наша машина имеет расширенный функционал. На ней мы можем выполнять ламинацию, холодное тиснение фольгой, выполнять тактильную отделку полуротационным способом, наносить одновременно два вида лака, добиваясь весьма интересных результатов отделки. Помимо этого, данное оборудование позволяет качественно выполнять отрывную перфорацию по подложке и производить, например, фишки для промо-акций».

Изготовление этикетки на ткани — одна из специализаций типографии. Теперь такие этикетки стало возможным печатать на цифровой машине Xeikon 3030

Цифровое направление

Сегодня цифровое направление печати этикетки активно развивается в типографии «Сарматия». По словам Юрия, Xeikon 3030 позволяет эффективно конкурировать с флексозаказами до 1000 м. Поскольку на текущем этапе очень важен становится еще и временной фактор, многие заказчики обращаются в типографию с просьбой срочно изготовить тираж. И появление цифрового оборудования позволяет предприятию в полной мере реализовывать программу лояльности к клиенту, обеспечивая качественное выполнение срочных заказов. «В чем еще преимущество цифрового оборудования, так это в возможности экспериментировать, пробовать разные варианты исполнения. Сегодня мы протестировали на «цифре» все материалы, которые используем в традиционном производстве. И теперь на новом оборудовании можем с таким же успехом изготавливать этикетки с персонализацией и персонификацией, печать метадаты, праздничные этикетки небольшими тиражами, двухслойные, защитные и даже тканевые этикетки. Печать на ткани всегда была одной из наших важных возможностей, причем не только на ткани с подложкой — на самоклеящемся сатине, но и непосредственно на тканевом полотне. Теперь такую печать мы можем осуществить и на цифровой машине. Многие задачи действительно проще выполнять с помощью цифрового оборудования, например, нумерацию одновременно с печатью. У нас, безусловно, возросла свобода выбора в использовании разных функций нашего оборудования, и когда появляются нестандартные задачи, мы можем эффективно их выполнить именно на цифровой машине. И это еще одна возможность предоставить нашему заказчику дополнительный сервис.

В этой связи полезным было посещение в марте этого года Xeikon Cafe, тематического мероприятия FlintGroup , где можно было обмениваться знаниями, мнениями, идеями, черпать новую информацию в области использования цифрового оборудования в различных сегментах. Мы также очень конструктивно пообщались с представителями FlintGroup и ожидаем теперь положительных изменений позиций Xeikon на российском рынке. Желаем, чтобы это произошло по возможности скоро».

ROLAND 700 *EVOLUTION*
Передовая технология

Всемирно известный ROLAND 700 *EVOLUTION* использует множество инновационных технологий для обеспечения высочайшего уровня эффективности и качества печати, чтобы всегда быть в авангарде полиграфии.

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.

VIP VISION IMAGE PRINT

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.®

Бизнес для людей,
или Как получать драйв от работы

Елена Новикова,
генеральный директор,
«КопиМакс»
[Москва]

Компания «КопиМакс» — одна из первых на российском рынке предложила в конце 1990-х гг. доступные для населения услуги по печати документов. В то время подобный сервис был в новинку, но довольно быстро стал востребованным в условиях увеличения документооборота. Сегодня «КопиМакс» имеет три копировальных центра в Москве и обслуживает до 500 клиентов в день. При этом компания работает в круглосуточном режиме и берется за выполнение любого объема печати от одного листа. Посетив один из копировальных салонов «КопиМакс» на Сухаревской, мы поговорили с руководством компании о том, в чем заключается особенность работы с конечными потребителями и как эффективно выстраивать бизнес-процессы, работая в таком сегменте полиграфии.

Доступная полиграфия

Задача центра с самого начала состояла не только в услугах B2B, но и в работе с так называемыми заказчиками с улицы. Такой подход к бизнесу накладывает свои особенности к организации работы, техническому оснащению предприятия и подбору персонала.

«Наша компания предоставляет любому желающему возможность превратить информацию с электронного носителя в печатный вид и наоборот — это может быть копия одного документа, дипломный проект, эскиз, чертеж или другая проектная документация, плакат, фотографии, папки с набором документов, брошюры, каталоги, выкройки, печать художественных полотен на кальке под роспись и многое другое, — рассказывает генеральный директор «КопиМакс» Елена Новикова. — Прежде всего мы заботимся о том, чтобы людям разного возраста и статуса было удобно и комфортно взаимодействовать с нашей компанией и получать качественные услуги в предельно оперативные сроки. Например, у нас нет ограничения минимальной суммы заказа, как это часто практикуют другие компании, предоставляющие похожий сервис. У нас можно распечатать один лист и заплатить фиксированную цену 10 руб. Мы организовали сервис приема заказов онлайн, чтобы клиенты не тратили свое время в ожидании очереди в салоне, а приехали в удобное им время за готовым тиражом или же оформили у нас доставку до дома или офиса. При этом никакой предоплаты мы не берем, что тоже важно для большинства клиентов, которые готовы платить только за увиденный результат. Для тех, кто свободно владеет компьютерной техникой, в клиентских зонах наших копировальных центров установлены компьютеры, с которых можно самостоятельно вывести файлы на печать».

«В компании у нас заведено правило, — говорит Елена. — Ни при каких обстоятельствах сотрудники наших салонов не имеют права давать какую-либо оценку тех документов, которые приносят заказчики. Нельзя рассматривать документ клиента как несерьезный продукт. Иначе это может повлиять на конечный результат. Нужно понимать, что для клиента его документ — самый важный, и наша задача — придать ему печатную форму в лучшем виде. Вся наша работа построена преимущественно на живом общении с клиентом. Ощущение того, что мы смогли оказаться полезными, приносит настоящее удовольствие от

В своей работе копировальный центр «КопиМакс» использует преимущественно цифровое печатное оборудование компании Canon. В общей сложности в трех копировальных салонах установлено 18 единиц техники этого производителя — среди них как устройства для листовой полноцветной и черно-белой печати, так и широкоформатные принтеры. На фото: промышленные цифровые печатные машины Canon — полноцветная imagePRESS C650 и VarioPrint 115 для монохромной печати

Направление широкоформатной печати представлено оборудованием ведущих производителей (слева: Canon IPF 9400). Печать на этих устройствах потребуется при необходимости изготовить рекламный постер, эскиз дизайн-проекта, плакат или фотографию большого размера. Кроме того, в «КопиМакс» есть услуга печати на холсте, востребованная для изготовления интерьерных работ или художественных фотографий

Полноцветные устройства цифровой печати Canon iR ADV C5535i и C3520i. Дублирование техники важно для работы копировального центра, особенно в моменты пиковой загрузки

бизнеса, которым мы занимаемся, и наполняет его смыслом. Смею надеяться, что именно это отличает нас от других компаний на рынке подобных услуг. Например, к нам все чаще обращаются клиенты с работами, предполагающими мелкие операции (подрезку, подбор документов и т. д.). На выполнение таких работ тратится много времени, чек на них незначительный. Но потом этот заказчик приходит снова и снова. В итоге мы обрастаем постоянными клиентами и нам это нравится! Слишком красивым будет называть нашу деятельность социальной миссией, тем не менее мы очень дорожим такими моментами, и это не мешает нам работать и с корпоративным сегментом полиграфии.

Генеральный поставщик

Сотрудники копировального центра ежедневно сталкиваются с самыми разными задачами, что, в свою очередь, отражается на вопросах технического оснащения. В каждом из трех салонов «КопиМакс» имеется цифровое печатное оборудование для цветной и черно-белой печати, широкоформатные устройства для изготовления работ большого формата, а также специальные устройства для распечатки технической и проектной документации. При этом оборудование зачастую дублируется, чтобы иметь возможность одновременно вы-

Цифровое устройство для печати проектной документации — чертежей строительных проектов, конструкторской документации, планов инженерных сетей и других документов

Цифровые машины для полноцветной печати. Круглосуточная работа копицентра в интенсивном режиме предполагает наличие большого количества единиц техники, причем разных производителей, чтобы не стать зависимым от одного бренда

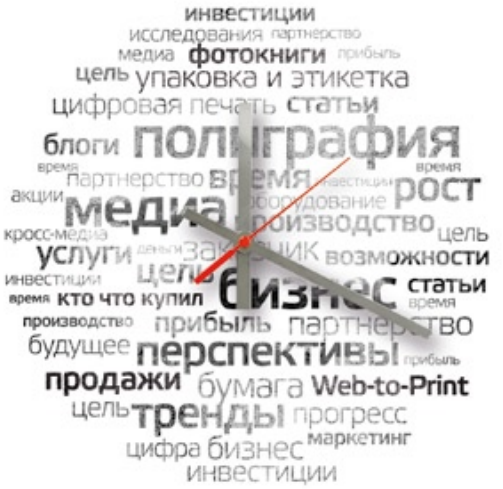
полнять несколько заказов и выдерживать заявленные короткие сроки их производства. В настоящее время в салонах «КопиМакс» преимущественно используется цифровое оборудование компании Canon.

«В общей сложности у нас работают сейчас 18 машин Canon в трех салонах, что составляет больше половины нашего оборудования — говорит Елена. — Это и полноцветные, и черно-белые, и широкоформатные принтеры. Почему мы выбрали в качестве основного поставщика именно Canon? В конечном итоге все сводится к личным отношениям. Например, в первые годы нашей работы был период, когда на 90% оснащение наших салонов состояло из техники другого производителя. У нас был прямой сервис от поставщика, хорошие взаимоотношения, что позволяло стабильно работать. Однако с уходом менеджера, который нас вел, мы потеряли оперативность реагирования на наши обращения, а в копировальном бизнесе так невозможно работать — формальный подход убивает на корню любое начинание. Нам пришлось думать над сменой поставщика. Со временем перевес оборудования оказался на стороне компании Canon, которая предложила нам профессиональную цифровую печатную технику во всех сегментах, в которых мы работаем, наряду с прямым сервисным обслуживанием.

При необходимости в копировальном центре «КопиМакс» можно заказать послепечатную отделку — ламинирование, резку, брошюровку, биговку, фальцовку, перфорацию и т. д.

Во всех копировальных центрах мы заменили все основное оборудование на цифровые машины Canon. И на сегодняшний день у нас практически идеальные взаимоотношения с нашим поставщиком. Нас все устраивает — качество и надежность современного оборудования, оперативное решение вопросов логистики и поставок запчастей. Однако даже в этих условиях мы не можем не мыслить стратегически, поэтому у нас есть техника и других производителей, чтобы подстраховать себя от монопольной зависимости от одного бренда. Тем не менее мы настроены расширять наше сотрудничество с генеральным поставщиком и в перспективе планируем рассмотреть варианты приобретения дополнительных единиц оборудования широкоформатной печати».

«Главное в нашей работе — стабильность и надежность печатной техники, — подчеркивает Елена. — Наши салоны работают круглосуточно, без выходных, обслуживая ежедневно около 500 клиентов. Поэтому оборудование, которое мы выбираем, должно выдерживать интенсивную эксплуатацию. В этом отношении о технике Canon у нас только положительные отзывы. Бывает, что только в офисе на Павелецкой в день проходит до 400 заказов. Это связано с тем, что вблизи салона сосредоточены несколько московских вузов, и во время сессий очередь может выстраиваться на улицу. При этом заказы мелкие, и несмотря на сотни чеков выручка будет ниже по сравнению с другими нашими точками. Тем не менее от этого мы получаем драйв и хотим, чтобы наши офисы были открыты для клиентов. В такой работе есть свои минусы, но плюсы для нас перевешивают. Особенно когда видишь, что с течением времени те студенты, которые распечатывали свои проекты в наших салонах, обращаются к нам вновь, но уже в другом статусе, понимаешь, что не зря вкладываешь душу и силы в свое дело».



Информационно-аналитический портал
для тех, кто принимает решения

PrintDaily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:
Что происходит на рынке, и что это значит для вашего бизнеса?
Что делают ваши конкуренты? Какие возможности есть на рынке?
Как повысить эффективность вашего бизнеса? Во что вкладывать деньги?
Нужно ли менять бизнес-модель и как это сделать?
Как меняются предпочтения заказчиков печатной продукции?
Что будет с полиграфией завтра и если не полиграфия, то что?

Вместе с Издательством «Курсив»

РЕКЛАМА

FUJIFILM
Value from Innovation

YAM INTERNATIONAL

ВАМ НУЖНА ФОРМА, А НЕ ПЛАСТИНА

Объясним разницу

+7 495 234 9001

экономичность
точность
надежность
скорость
горячая линия

www.yam.ru

Горячая линия 24/7 | **8 800 234 0 911** | hotline@yam.ru

color-Process Cyan

Искусство удивлять, или 3D-эффекты в полиграфии

Руслан Галифанов,
генеральный директор,
типография MDMprint
[Москва]

Компания MDMprint за девять лет работы на московском полиграфическом рынке освоила почти все мыслимые способы нанесения изображений на запечатываемые материалы, превратившись в универсального бизнес-партнера для своих многочисленных клиентов, причем не только среди профессиональных заказчиков, но и частных потребителей полиграфических услуг. Помимо технически развитого производства, которое уже сложно назвать только цифровым, MDMprint имеет сеть копировальных центров в Москве, где любой желающий может заказать печатную продукцию разного уровня сложности, воспользовавшись практически неограниченным списком услуг этой производственной компании — от изготовления деловой полиграфии и многополосных корпоративных изданий до интерьерной печати и брендированных сувениров, в том числе выполненных на текстиле. Несколько месяцев назад возможности предприятия расширились еще больше благодаря установке новой машины — MGI JETvarnish 3DS & iFoil S от Konica Minolta. Уникальность этого цифрового оборудования — в возможности выполнять выборочное фольгирование и лакирование, создавая уникальные цифровые и офсетные отпечатки с тактильными 3D-эффектами. Появление этого устройства во многом изменило подход типографии к ведению бизнеса, взгляды на полиграфию в целом и создало предпосылки для формирования совершенно нового рынка полиграфических услуг.

«Дополненная реальность»

Генеральный директор типографии MDMprint Руслан Галифанов отмечает: «Благодаря развитию и все большему распространению цифрового оборудования, порог входа на рынок цифровой печати сегодня не слишком высокий, что приводит к появлению большого количества игроков, которые не всегда компетентны в вопросах экономики и технологии производства. В свою очередь, действия таких участников рынка негативным образом сказываются на формировании ценообразования и отношения к полиграфическому продукту. Поэтому наша задача — предоставить рынку уникальное торговое предложение, которое выходит далеко за рамки обычной цветной печати. Ввести в перечень наших возможностей новую составляющую, которая бы выгодно отличала нас и обеспечивала конкурентное преимущество. Таким решением для нас оказалось отделочное оборудование Konica Minolta MGI JETvarnish 3DS & iFoil S, позволившее изготавливать по-настоящему привлекательную, яркую, фактурную продукцию».

Цифровая машина MGI JETvarnish 3DS & iFoil S оснащена секциями нанесения выборочного лака переменной высоты за один проход и фольги поверх элементов с лаком. Такие возможности оборудования позволяют создавать объемные участки изображения (буквы, логотипы, текстуру фона и т. д.) как с помощью выпуклого лака, так и совместно с фольгированием, дополнительно выделяя нужные элементы декора или текста. При этом отделочные операции выполняются цифровым способом, исключая этап изготовления клише, как при традиционном тиснении, или трафаретных форм.

«Сегодня мы отчетливо наблюдаем тенденцию, что многие каталоги и журналы переходят на печать цифровым способом. Некоторые издания имеют электронные версии. Однако несмотря на это остается потребность в тактильном восприятии продукта, в возмож-

Недавно в типографии MDMprint установили новое цифровое оборудование MGI Jetvarnish 3DS & iFoil S от Konica Minolta для финишинговой отделки отпечатков. Машина оснащена секцией фольгирования и лакирования и позволяет выполнять объемные элементы декора, создавать визуальные 3D-эффекты

Печатный парк типографии MDMprint представлен как офсетным, так и цифровым оборудованием ведущих производителей

ности ощутить его физически, полистать страницы, провести пальцем по элементам декора. Очевидно, что сделать это виртуально не выйдет. Даже те результаты, которые мы получаем на MGI JETvarnish 3DS & iFoil S, не удается в полной мере передать посредством фотографий, чтобы продемонстрировать наши возможности через электронные средства. Чтобы предлагать такие услуги, их нужно увидеть своими глазами. Понимая это, нам пришлось значительно пересмотреть собственные подходы к организации бизнеса», — отмечает Руслан.

Положительные изменения

Еще до появления оборудования для цифровой отделки в MDMprint давно освоили традиционные способы де-

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ
Любые размеры, любая ширина, любая намотка, втулка 3 и 1 дюйм

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

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

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

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

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

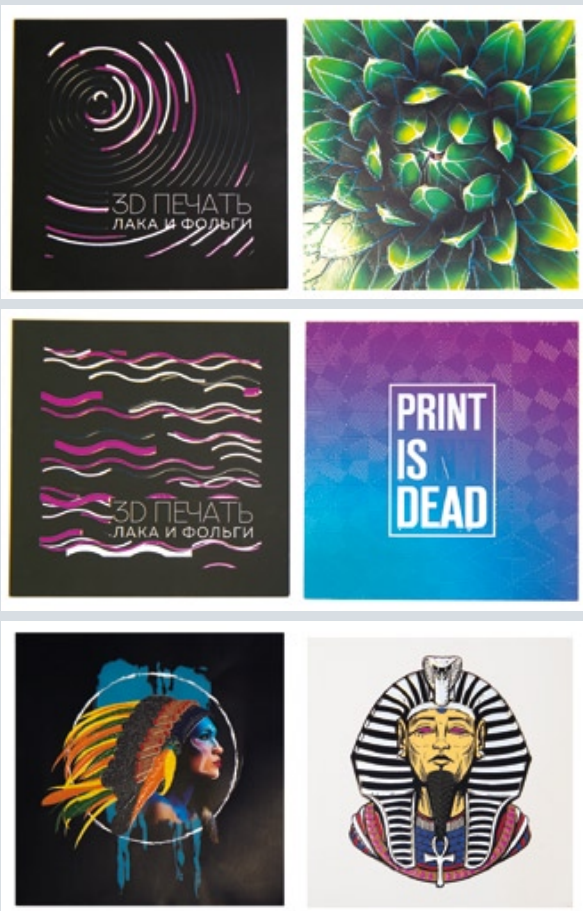
БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ! Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК – бесплатно.
У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное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

Развитые возможности послепечатного парка оборудования позволяют типографии выполнять заказы на рекламную и корпоративную многополосную продукцию разной сложности

На предприятии активно используют возможности декоративной отделки оттисков (ламинирование, тиснение, лакирование). Однако с появлением MGI Jetvarnish 3DS & iFoil S удалось сократить сроки на отделочные операции и предложить клиентам впечатляющие результаты

Коммерческие тиражи с использованием отделки на MGI Jetvarnish 3DS & iFoil S

корирования полиграфической продукции — тиснение фольгой на тигельном прессе, трафаретное лакирование и другие. Однако по словам Руслана, продукция, которая получается на MGI Jetvarnish 3DS & iFoil S, — совершенно иной продукт, дорого и презентабельно выглядящий. «Интерес к такого рода продукции на рынке есть, причем она «цепляет» даже тех клиентов, которые, казалось бы, в полиграфии давно и знают почти все о ее возможностях, — отмечает Руслан. — Многих удивляет, что такие захватывающие эффекты можно делать цифровым способом, при этом быстро и с впечатляющим результатом. Но этот результат лучше один раз увидеть, чем пытаться долго его описывать. Поэтому мы разработали серию образцов продукции, которые в полной мере отражают возможности нашего нового цифрового оборудования, собрали их в демо-папку, которую теперь не без гордости демонстрируем нашим клиентам. Скажу честно, раньше мы не практиковали такой способ взаимодействия с клиентами. До недавнего времени мы работали в режиме входящего звонка. Иными словами, обрабатывали те заказы, которые поступали менеджерам. Сегодня многое изменилось в нашей повседневной работе. Мы выстраиваем отдел активных продаж, когда менеджеры сами инициируют диалог с клиентами и предлагают ознакомиться с нашими возможностями. В качестве одного из инструментов в общении с заказчиками выступает как раз демо-папка с образцами продукции, выполненными на MGI. Однако мы понимаем также и то, что, помимо технических инструментов в виде MGI Jetvarnish 3DS & iFoil S, нам предстоит серьезно заниматься дизайном той полиграфии, которую мы собираемся изготавливать на этом оборудовании. Поэтому еще одним шагом в продвижении наших новых услуг стало усиление дизайнерского отдела. Сегодня



Примеры использования выборочного лакирования и фольгирования на MGI Jetvarnish 3DS & iFoil S

у нас работают 8 профессиональных дизайнеров, которые разбираются не только в графическом дизайне, но и могут технически грамотно подготовить макеты с учетом требований нашего оборудования».

Полиграфия как искусство

Руслан отмечает, что, обладая таким оборудованием как MGI Jetvarnish 3DS & iFoil S, приходится самим формировать рынок под эти услуги: «Сегодня мы имеем возможность изготавливать уникальные образцы продукции и позиционировать полиграфию как искусство. Мы считаем, что, только создавая ценность полиграфии для клиентов, можно эффективно развиваться на этом рынке. У нас нет задачи продать просто печатный лист. Мы хотим изготавливать полиграфический продукт, который поможет нашим клиентам решать задачи их бизнеса, а значит, быть действенным инструментом привлечения внимания, а главное, удержания интереса. Несомненно, что конкуренция в продажах растет, поэтому все доступные инструменты нужно максимально задействовать. И чем интереснее этот инструмент, тем больше шансов привлечь клиентов. Это касается как нашего нового оборудования, которое выступает инструментом привлечения заказчиков в нашу типографию, так и печатной продукции с визуальными и тактильными 3D-эффектами, создающими другое измерение полиграфии, которая, в свою очередь, является инструментом для привлечения заказчиков уже для наших клиентов. Мы нацелены сегодня создавать высококачественный полиграфический продукт и приучать рынок, что таким он и должен быть. Главное — мы любим то, чем занимаемся, и это двигает нас вперед».

© Ekaterina Bykova | Dreamstime.com

WE EMBODY PRINT

Avinci DX3200:
Широкоформатный текстильный принтер

Сублимационный текстильный принтер с шириной печати 3,2 м, обеспечивающий отличное качество, яркие цвета, и скорость печати на ткани до 123 м²/час

AGFA

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

Стремление к экспериментам, или Цифровая вау-продукция

Дмитрий Щекин,
директор,
«Типография ВК»
[Челябинск]

Николай Скворцов,
коммерческий директор,
«Типография ВК»
[Челябинск]

Есть ли в цифровой печати продукция с добавленной стоимостью? До недавнего времени этот вопрос на повестке дня практически не стоял. Основные особенности цифровой печати так или иначе сами являются частью производства с добавленной стоимостью, но в «классическом» понимании добавленной стоимости (продукция с большой долей отделки) цифровая печать обычно не рассматривалась. Впрочем, сейчас стали появляться типографии, которые этот пробел успешно ликвидируют. С одним таким предприятием, челябинской «Типографией ВК», мы познакомились в середине апреля. Там недавно была установлена цифровая печатная машина Xerox Iridesse Production Press. Руководители «Типографии ВК» Дмитрий Щекин и Николай Скворцов рассказали о продукции с добавленной стоимостью и о гибридном офсетно-цифровом производстве.

Гибридная типография

Сразу стоит отметить, что название — «Типография ВК» — ее создатели расшифровывают как «Высокое Качество». Таким образом, сразу с момента создания предприятия был выбран приоритет — производство высококачественной продукции. «Типография ВК» появилась на свет в 2002 г. и располагалась первоначально в квартире Николая на 4 этаже обычного жилого дома. Начиналась типография с «легкой» цифровой машины компании Xerox, ризографа и резака в качестве послепечатной техники. «Разумеется, такой набор оборудования позволял изготавливать ограниченный перечень печатной продукции, поэтому большинство заказов мы переразмещали. Тем не менее клиентов прибавлялось, и через некоторое время мы приняли на работу первых менеджеров, которые приходили в эту же квартиру», — рассказывает Николай. Начало 2000-х гг. было благоприятным для полиграфического бизнеса в России, что позволило «Типографии ВК» довольно активно развиваться. Из квартиры типография переехала в свой первый офис, количество сотрудников постепенно увеличивалось, а возможности типографии росли. Появилось серьезное послепечатное оборудование, и вполне сознательно типография пришла к идее приобрести офсетную печатную машину. «Сочетание «цифры» и офсета уже тогда позволяло более гибко управлять экономикой полиграфического производства, даже с учетом того, что у нас была не самая совершенная машина офсетной печати, но на ней можно было успешно изготавливать конверты, бланки и другую простую продукцию», — говорит Дмитрий.

Полиграфия малого формата

Первым серьезным этапом развития типографии стал 2008 г., когда компания переехала в тот офис и те производственные площади, где

«Типография ВК» удачно сочетает в своей работе разные печатные технологии как офсетные, так и цифровые. На фото: четырехкрасочная печатная машина Ryobi и полуформатная Komori Lithrone S29

Цифровое направление «Типографии ВК» представлено печатным оборудованием компании Xerox, которое позволяет оперативно и экономически эффективно выпускать продукцию высокого качества

располагается сегодня. В том же году на предприятии появилась серьезная цифровая печатная машина Xerox DocuColor 8000, которая позволила начать производство продукции с очень высоким качеством. Выбор компании Xerox был продиктован довольно простыми соображениями. «Нам нужна была машина высокого класса с хорошим уровнем поддержки, — отмечает Дмитрий. — Мы считаем, что каждый должен заниматься своим делом: мы — печатать, а наш поставщик — обеспечивать бесперебойную работу нашей техники. Кроме Xerox в нашем городе этого никто гарантировать не мог. Впрочем, и сейчас из всех поставщиков оборудования компания Xerox наиболее активно представлена в Челябинске, поэтому мы продолжаем с ней работать и пока нас все устраивает».

Смарт

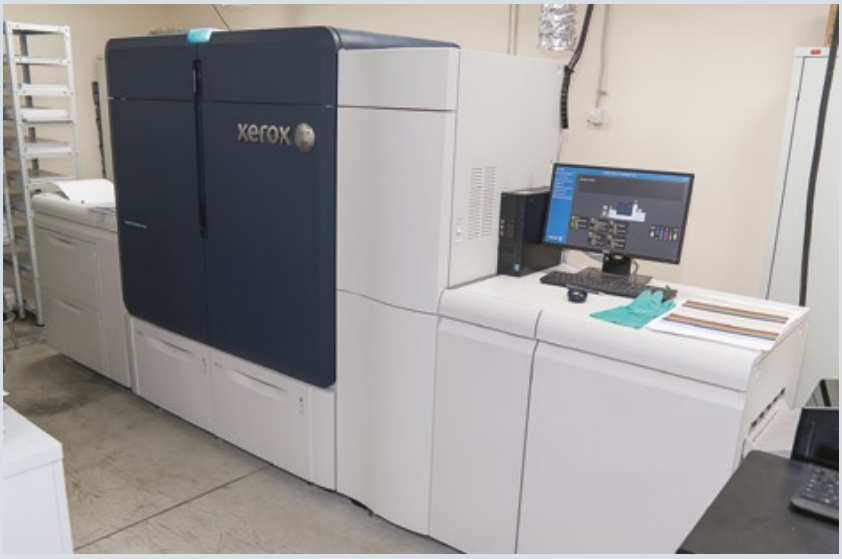
ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества

Расфроловка бумаги в любой формат

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

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН



Одно из недавних приобретений «Типографии ВК» — шестисекционная цифровая печатная машина Xerox Iridesse Production Press. Оборудование позволяет за один прогон с печатью выполнять декоративную отделку оттисков, используя различные эффекты от сочетания CMYK с золотом, серебром, белилами или прозрачным тонером

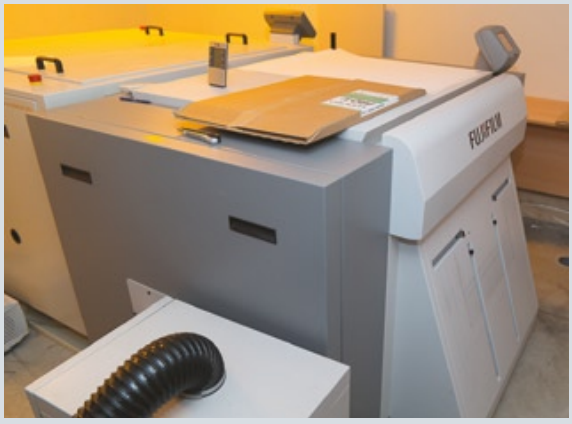
Параллельно нужно было совершенствовать и бизнес цифровой печати. «Рынок насыщался полиграфическими услугами, печать простой продукции предлагали уже множество компаний, что не могло не сказаться на маржинальности. Мы стали ощущать, что с нашим Xerox DocuColor 8000 мы оказались не в самом лучшем положении. Выходом для нас явилось приобретение машины Xerox Versant 2100, клик-контракт у которой был намного лучше, чем у Xerox DocuColor 8000. Кроме того, мы все чаще стали предлагать нашим заказчикам более сложную продукцию, что сейчас называют с вау-эффектом. Хотя у нас нет своего трафарета, большинство заказов мы стараемся делать с трафаретной отделкой. Когда клиент видит изящную, красивую полиграфическую продукцию, он уже в меньшей степени думает о цене. Более того, для целого ряда заказчиков мы стремимся стать «одним окном» по производству любой полиграфической продукции. По сути, мы беремся за все, что нам предлагают. У нас широкие возможности производства и большой опыт изготовления самых разных изделий. И в этом наше гибридное производство очень помогает», — отмечают в «Типографии ВК».

Тогда же в 2008 г. в типографии появилась четырехкрасочная малоформатная машина Ryobi, которая работает и по сей день. «Эта машина стала для нас хорошим инструментом обеспечения экономики производства, — отмечает коммерческий директор «Типографии ВК». — Многие говорят, что малоформатный офсет исчезает, цифровая печать его практически убила. Мы с этим категорически не согласны. Для изготовления многостраничных изданий (журналов, каталогов) нет ничего лучше, чем малоформатная офсетная машина. Для нас такие заказы очень выгодны. При тиражах до 250–300 экз. мы их печатаем на «цифре», а свыше — на офсете».

Расширение производства

Дальше процесс шел по нарастающей. Несколько лет назад в типографии появилось еще несколько цифровых машин Xerox и офсетная полуформатная машина Komori Lithrone S29. «О машине Komori мы задумались еще в 2014 г. Тогда мы познакомились с технологией H-UV, которую активно продвигала Komori и ее российский дистрибутор YAM International. Мы были готовы стать первым пользователем этой технологии в России, но вмешался кризис 2014 г. Когда нам одобрили лизинговый договор на эту машину (по курсу евро близкому к 100 руб.), мы от этой идеи отказались. Но Komori у нас все же появился, правда, несколько позднее и уже без H-UV», — рассказывает Николай.

Календари обычно имеют небольшой тираж, но при этом на календарных обложках и «шапках» требуется использование декоративных элементов под золото или серебро, а также лакирование. Теперь это легко можно сделать на Xerox Iridesse



Изготовление офсетных форм осуществляется на высококачественном оборудовании и пластинах компании Fujifilm

Желание удивлять

В настоящее время в типографии очень развиты послепечатные процессы, имеется несколько видов широкоформатной печати, цветная и черно-белая цифровая печать, два форматных ряда офсета, а также дружественный трафарет, который в сезон загружает-

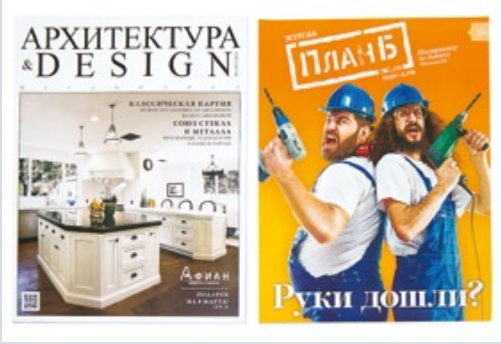
© Корпорация Xerox 2018. Все права защищены. Xerox® и Xerox и Design являются товарными знаками корпорации Xerox в США и / или других странах. Все другие товарные знаки и торговые наименования являются собственностью их соответствующих владельцев.

Профессиональное послепечатное оборудование позволяет изготавливать полиграфическую продукцию, отпечатанную как цифровым, так и офсетным способом

ся на 100%. Плюс к этому постоянное желание развиваться, экспериментировать, осваивать новые материалы и новые виды продукции.

В этой связи вполне объяснимо, что в «Типографии ВК» в конце прошлого года появилась цифровая машина Xerox Iridesse Production Press. Это первая на рынке шестисекционная электрографическая цифровая машина, которая, помимо CMYK, может использовать два дополнительных тонера, и их можно произвольным образом выбирать из четырех возможных вариантов: золото, серебро, белила и лак (бесцветный тонер). Причем золото, серебро и белила можно класть как под CMYK, так и поверх CMYK. Таким образом, Xerox Iridesse Production Press представляет собой очень гибкую производственную единицу, позволяющую достаточно просто печатать продукцию с добавленной стоимостью. «Когда мы увидели эту машину в прошлом году на выставке в Москве, она нам сразу понравилась, но мы ждали, когда к ней появится белый тонер. И когда такая комплектация цифровой машины появилась, мы ее приобрели и сейчас очень довольны оборудованием».

В «Типографии ВК» постоянно стремятся удивлять своих клиентов. На новом оборудовании освоили печать на огромном ассортименте материалов, на которых машина, казалось



Малые тиражи каталогов, журналов, а также рекламно-корпоративных заказов удобнее печатать на «цифре» или офсете малого формата

Производство упаковки — одно из направлений, в котором возможности Xerox Iridesse Production Press по декоративной отделке отпечатков могут быть использованы в полной мере

бы, печатать не должна, но при этом прекрасно с этим справляется. Это самые разные виды бумаг как полиграфических, так и дизайнерских фактурных, самоклейка, различные пластики, ламинаты, металлизированные бумаги (причем последние два вида материалов в типографии делают сами). Сочетание сложных материалов с золотом, серебром, белилами, лаком дает возможность получать продукцию, которую мало кто может изготовить. При этом процесс производства осуществляется на цифровой печатной машине за один прогон, что обеспечивает хороший уровень себестоимости и максимально короткий срок готовности полиграфических образцов с декоративной отделкой.

Более того, некоторое время назад в типографии отладили процесс печати на всем имеющемся оборудовании в соответствии со стандартом ISO, что позволило добиться единообразия при производстве продукции вне зависимости от машины, на которой ведется печать. После запуска новой Xerox Iridesse Production Press в типографии изготовили собственный маркетинговый инструмент — «каталог возможностей». Это папка с образцами печати на самых разных материалах, наглядно показывающими возможности машины Iridesse. «Пока мы только начинаем распространять этот каталог среди текущих и потенциальных клиентов. И мы видим, как загораются у них глаза: «Вы и так можете?». Уже сейчас немало случаев, когда после этого мы начинаем печатать заказы тем клиентам, с которыми раньше работать не получалось. Более того, машина Iridesse оказалась отличным маркетинговым инструментом. Многие заказчики принимают решение о сотрудничестве с нашей компанией, познакомившись с возможностями новой машины. Видимо это потому, что многим приятно работать с «крутой типографией». А мы такой становимся...»

5 причин купить светодиоды

Совершенно сухой оттиск

Полное отсутствие порошка

Немедленная постпечатная обработка

Яркие насыщенные цвета

Печать по невпитывающим материалам

TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин
led@terrasystems.ru

ams SPECTRAL UV
A BALDWIN Technology Company

Потребность в «цифре», или Печать продукции малого формата

Ринат Мансуров,
директор,
типография «ПечатниК»
[Уфа]

Если оглянуться лет на 20–25 назад, то основной движущей силой отечественной полиграфии являлась газетная печать. Это было время перестройки советской полиграфической системы на рыночные рельсы. Потребность в газетной продукции была высокой, и ее активно производили на перепрофилированных государственных и вновь созданных частных предприятиях. Однако, в последние годы считается, что газетный рынок увядает и становится бесперспективным. Тем не менее газеты продолжают печататься. Один из интересных примеров того, как живет газетная типография в современных условиях, мы увидели в Уфе, где посетили типографию «ПечатниК» и пообщались с ее владельцем и директором Ринатом Мансуровым.

Опыт газетного производства

После учебы в Московском полиграфическом институте Ринат вернулся в родную Уфу и начал работать в типографиях города. Постепенно он дорос до руководящих должностей и возглавил ГУП «Уфимская Типография №1» в столице Башкортостана. Эта типография была ориентирована на печать газет. «Мы вполне успешно печатали городские и центральные газеты, были полностью рентабельны и достаточно уверенно чувствовали себя на рынке, — рассказывает Ринат. — Но в результате процесса оптимизации полиграфических мощностей в республике, принятого на высшем руководящем уровне, нашу вполне успешную типографию решили объединить с другим государственным предприятием. Меня такая перспектива не устраивала, и я уволился.

В результате в 2008 г. Ринат создал свою собственную компанию, которая в начале занималась торговой деятельностью, выполняя дилерские функции в республике по продаже расходных материалов для полиграфии. «Заниматься одной поставкой расходных материалов нам оказалось недостаточно. Тем более что в республике ощущалась нехватка мощностей по производству газет. А у нас был большой опыт в газетной печати, и в 2012 г. мы задумались о создании газетной типографии. Нашли в Санкт-Петербурге машину газетной печати Solna и приобрели ее. Машина, конечно, не новая, но брали «по деньгам». Другое оборудование на тот момент мы себе позволить не могли. Тем не менее к 2013 г. у нас было небольшое помещение, где мы эту машину смонтировали и приступили к производству газет», — так рассказывает Ринат о появлении типографии «ПечатниК».

Диверсификация бизнеса

Большой опыт и гибкая рыночная политика привели к тому, что постепенно большинство газет, которые издавались в республике, перешли на печать в типографию «ПечатниК». «Сейчас мы изготавливаем целую серию городских и республиканских газет, несколько изданий из соседних районов и ряд центральных газет (точнее, их республиканские версии). Могли бы печатать и больше, но ряд изданий размещаются в государственной газетной типографии республики. Ринат отметил, что, хотя в целом ситуация с газетами в типографии стабильная, тем не менее происходит постепенное сжатие рынка: какие-то газеты перестают издаваться, какие-то приостанавливают выпуск, надеясь на лучшие времена.

Типография «ПечатниК» начинала с производства газет. С этой целью в 2013 г. было приобретено рулонное печатное оборудование

С целью диверсификации бизнеса в типографии приняли решение развивать направление листовой печати. Для этого была приобретена четырехкрасочная печатная машина Ryobi 684, что позволило начать производство рекламных изданий, журналов, корпоративных газет на мелованной бумаге, а также плакатов и афиш

Центральные газеты также сокращают тиражи. Достаточно сказать, что общероссийская газета «Труд» выходит в Башкортостане тиражом 1 тыс. экз.

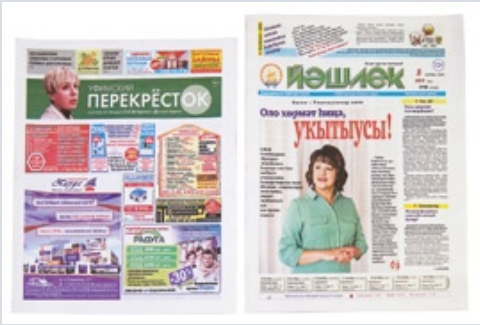
Поэтому некоторое время назад в типографии «ПечатниК» задумались о диверсификации бизнеса. «Еще на заре нашей компании у нас была двухкрасочная машина Ryobi 512, на которой мы печатали красочные цветные обложки для некоторых рекламных газет, — рассказывает Ринат. — Но это оборудование безнадежно устарело и морально, и физически. Поэтому в прошлом году мы задумались о приобретении другой листовой печатной машины. Нужное нам оборудование нашли в типографии в Новосибирске. Это была машина Ryobi 684. Она была в очень хорошем состоянии и мы ее приобрели». Установка Ryobi 684 позволила типографии «ПечатниК» диверсифицировать бизнес и предложить рынку, помимо печати газет, производство листовой продукции — рекламных изданий, журналов, корпоративных газет на мелованной бумаге, а также плакатов и афиш. На такую продукцию спрос в республике есть.

Инвестиции в «цифру»

Следующим этапом развития бизнеса компании стала установка цифрового печатного оборудования. Выбор пал на машину Ricoh Pro 7200sl. «Как у любой типографии, у нас время от времени возникают запросы на различную полиграфическую «мелочевку»: визитки, листовки, буклеты, флайеры и т. д. Тиражи, как правило, совсем небольшие, и печатать это на листовой офсетной машине неудобно и невыгодно. Более того, наша малоформатная офсетная машина уже совсем выработала свой ресурс, и мы ее продали не-

На допечатном участке вывода офсетных форм используется оборудование компании Kodak

С развитием листового направления печати в типографии постепенно наращивают парк послепечатного оборудования



«ПечатниК» выпускает местные газеты

Необходимость печати продукции малого формата привело типографию к приобретению цифровой печатной машины Ricoh Pro C7200sl, которая позволила рентабельно выпускать полноцветную продукцию

дорого на запчасти. А вот потребность печатать продукцию малого формата у нас сохранилась. Но мы решили малоформатный офсет не приобретать и пришли к выводу, что нам нужна цифровая печать. В прошлом году стали прорабатывать этот вопрос. Выбирали довольно придирчиво, рассматривали несколько поставщиков, но остановились в итоге на оборудовании Ricoh. Мы изначально искали относительно простую машину. Как известно, машины серии Pro C7200 выпускаются с дополнительной пятой красочной секцией, что делает ее привлекательной для многих типографий. Но мы, проанализировав свои заказы, пришли к выводу, что нам пятый цвет не нужен. При этом машина Ricoh Pro C7200sl очень хорошо печатает в четыре краски. Качество печати нас полностью устраивает. Кроме того, импонирует финансовый подход компании Ricoh и стоимость клика, который у этой машины оказался лучшим из всех предложений».

Универсальное производство

В результате проведенных инвестиций типография «ПечатниК» из газетной превратилась в универсальную, способную выполнять самые разные коммерческие и рекламные заказы. «Теперь мы имеем возможность изготавливать практически любую полиграфическую продукцию, — отмечает Ринат. — Правда, у нас пока не очень развиты послепечатные процессы. Долгое время мы специализировались на газетной печати. Особенность ее в том, что издание выходит из печатной машины уже готовым. При выпуске же листовой продукции послепечатные операции необходимы. Пока мы справляемся с помощью субподряда. С некоторыми типографиями, с которыми мы успешно сотрудничаем, у нас сложились неплохие взаимоотношения».

По словам Рината, рынок печати газет в регионе в последнее время существенно ожесточился, чему способствовало общее падение газетного бизнеса. Но вовремя сделанные инвестиции в диверсификацию позволяют более оптимистично смотреть в будущее: «Чтобы получить возможность еще активнее работать на рекламном рынке, мы решили создать свое рекламное агентство. Рынок подобных услуг в городе есть, с рядом таких агентств мы работаем, но хотим увеличить поток рекламных заказов. И сейчас все возможности для этого у нас сформировались».

Журналы, рекламную полиграфию, афиши малыми тиражами стало возможным изготавливать с помощью цифровой печати

Типография «ПечатниК» по-прежнему издает районные, городские и республиканские газеты

ИСКУССТВО СОЗДАВАТЬ НОВОЕ

RICOH
imagine. change.

PRO C7200X

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ	**РАЗРЕШЕНИЕ 2400X4800 DPI**
РАБОТА С 5-ОЙ СТАНЦИЕЙ	**ТОНЕР СКРЫТЫЙ КРАСНЫЙ** **ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ + CMYK В ОДИН ПРОХОД**
ВЫСОКАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ	**85/95 СТР/МИН НА БУМАГАХ ПЛОТНОСТЬЮ ДО 360 Г/М2**
ПОДДЕРЖКА РАЗНООБРАЗНЫХ МАТЕРИАЛОВ	**ПЕЧАТЬ БАННЕРА СИМПЛЕКС/ДУПЛЕКС: 1260/700 ММ** **ПОДДЕРЖКА БЕСКАРБОНОВЫХ БУМАГ (САМОКОПИРКА)** **УЛУЧШЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ**
УДОБСТВО РАБОТЫ	**АВТОКАЛИБРОВКА С ВСТРОЕННЫМИ ДАТЧИКАМИ** **ОПЕРАЦИОННАЯ ПАНЕЛЬ 17″ (СМАРТ-ПАНЕЛЬ)** **MMT - ИНСТРУМЕНТ НАСТРОЙКИ МАТЕРИАЛОВ** **УПРОЩЕНИЕ УДАЛЕНИЯ ЗАМЯТОЙ БУМАГИ**
НОВЫЕ ФИНИШНЫЕ ОПЦИИ	**PLOCKMATIC BANNER SHEET STACKER** **BDT BANNER SHEET LCT** **GBC STREAMWIRE BIND**

Этикетка: краткая история

Современная полиграфия производит огромный диапазон различной продукции, но иногда хочется разобраться, откуда появился тот или иной вид продукции, когда он возник и как развивался. На этот раз поговорим об этикетке.

Этикетка — это бумажная (позднее полимерная) наклейка на тару с информацией о том, что содержится внутри этой тары. Первые этикетки в более менее похожем на современный виде появились в 18 в. До этого на кувшинах и бочках просто писали нужную информацию от руки. Основными «драйверами» развития этикеточного производства были аптекари. И первые этикетки появились на флаконах с медикаментами. Тут в общем-то все логично и понятно. Содержимое этих банок и флаконов было весьма нетривиальным и при неудачном приеме могло убить или покалечить. Пробовали на бутылях писать, но получалось не очень. Поэтому решили писать на бумаге и приклеивать ее к бутыли. Ближе к середине века додумались, что каждый раз писать одно и то же трудоемко, можно заранее отпечатать тираж основной информации и добавлять нужную (например, дозировку для каждого больного) уже от руки.

Как это обычно бывает, идею с печатными этикетками довольно быстро подхватили производители алкогольной продукции (вина и пива). Уже в те времена люди хорошо разбирались в вине, и получить вместо желаемого «Мозельского» бутылку «Анжуйского» или наоборот было большим разочарованием. Поэтому ближе к концу 18 в. уже многие производители вина снабжали свои бутылки бумажными этикетками, причем печатными, поскольку объем производства уже в те годы был вполне внушительным, и вручную наготовить столько этикеток становилось весьма проблематично.

В 19 в. на службу этикетке пришли все имеющиеся возможности тогдашней полиграфии, и производство этикеточной продукции развивалось бурными темпами. В этикетку пришла штриховая, а затем и полутоновая графика, цвет, сложная форма и т. д., то есть все, что считается хорошей этикеткой в наше время.

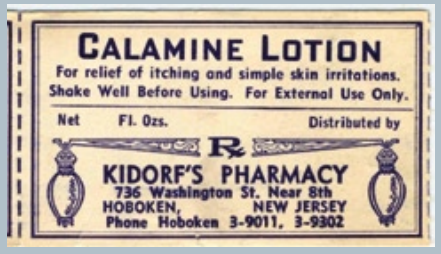
Современные этикетки все меньше печатают на бумаге и все больше на самоклеящихся материалах. Впрочем, первыми самоклеящимися изделиями были не этикетки, а почтовые марки. Многие и сейчас хорошо помнят времена, когда марку нужно было наклеивать на конверт, лизнув языком. Идея массово наносить на бумажные марки водорастворимый клей относится к 19 в., причем тогда марки производились не в листах, а в виде небольших книжечек, каждая страница которых представляла собой одну (реже несколько) марок. Марку можно было вырвать из книжечки, лизнуть и приклеить к конверту. Все! Были попытки похожим образом изготавливать и этикетки, которые при приклеивании к таре нужно было смочить. Но массово это не прижилось, поскольку водный клей легко растворялся при малейшем увлажнении тары (например, при запотевании), и от простых водорастовримых клеев отказались. Правда и сейчас при наклеивании сухой этикетки используются водные клеи, но существенно более сложные, которые хоть и растворяются водой, но не очень просто.

Появление классической самоклеящейся этикетки случилось уже в 20 в. И у нее есть конкретный изобретатель — Рей Стентон Эвери (Ray Stanton Avery). Именно он в 1935 г. изобрел самоклеящийся материал, из которого, в частности, можно было изготавливать этикетки. Изобретение выросло в огромную компанию Avery Dennison с годовым оборотом около 8 млрд долл.

Одна из первых фармацевтических этикеток, XVIII в. и фармацевтическая этикетка и упаковка, XIX в.

Книжечка почтовых марок с водным клеевым слоем, XX в.

Пивная этикетка, XVIII в. и винная этикетка XIX в.



Одна из первых самоклеящихся этикеток (в данном случае для флакона косметической продукции), XX в.