

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№3 АПРЕЛЬ, 2022

ГЛАВНЫЙ ВОПРОС МЕСЯЦА

СОХРАНИТСЯ ЛИ

В РОССИИ

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ

БИЗНЕС



VIP
VISION
IMAGE
PRINT



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

Работа в условиях неопределенности

Продолжаем работать,
выполняем поставки
и обслуживаем оборудование

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

КОМПЛЕКТУЮЩИЕ И ОСНАТКА ДЛЯ ФЛЕКСОГРАФСКОЙ ПЕЧАТИ

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

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

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

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ ДЛЯ ЛЮБОГО ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА

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

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №3 (161)-2022

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Жизнь под давлением 2

МНЕНИЕ ПОСТАВЩИКА

NCL. Время собственных брендов. Поставки материалов
на российский рынок будут продолжаться и расширяться. 6

ИНТЕРВЬЮ

Сергей Капутин, ООО «РИКО Рус»

«Работаем над альтернативными каналами поставки» 9

Татьяна Климова, «ОктоПринт Сервис»

«Требования к качеству конечного продукта придется снизить» 10

Светлана Седова, ГК «Танзор»

«Продолжаем активную работу в области импортозамещения» 12

Александр Хавжу и Ольга Гаврилова, компания «МакЦентр»

«Дефицита расходных материалов не будет» 14

Илья Князев, Agfa

Беспроцессу быть: «Переход на Agfa Azalea ZP технологически прост» 16

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «АПД», Нижний Новгород

Инвестиции в будущее, или Страхование упаковочного бизнеса 18

Типография «Арбат», Москва

Специализация обязывает: усиление позиций в области УФ-печати 22

Типография «Финтрекс», Москва

«Мы никогда не боялись экспериментировать» 26

СОБЫТИЕ

Сергей Дитёв, RosUpack и Printech. «Выставки становятся

ключевым местом, где возникают новые деловые отношения» 30

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн 1	hubergroup 3
ВИП-Системы клапан, 2-я обл.	Bobst 4-я обл.
Илим 3-я обл.	Koenig&Bauer 25
МакЦентр 15	Lamstore 11
ОктоПринт Сервис клапан	NCL клапан, 7
Подписка на журналы 13	PrintDaily вкладка
Смарт-НН 19	PrinTech 5
Терра Системы клапан, 29	RosUpack 31
Фабрика офсетной печати вкладка	Viva-Star 4
Agfa 17	Yam International клапан

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

Главный редактор
А.Ч. Амангельдыев
Зам. главного редактора
М.Ю. Беляева
Ведущий редактор
Н.А. Шлыкова

Адрес редакции:

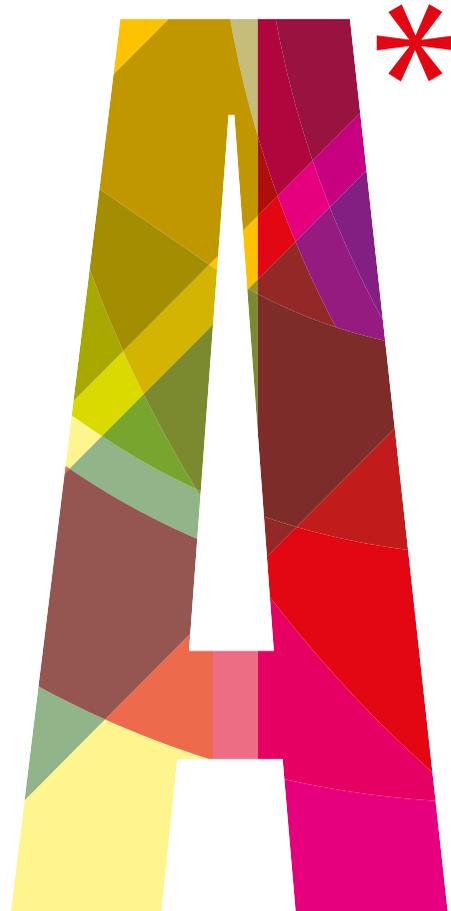
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© Издательство «Курсив»

Все права защищены
Отпечатано в Viva-Star
Тел.: (495) 780-67-05
Тираж 4000 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

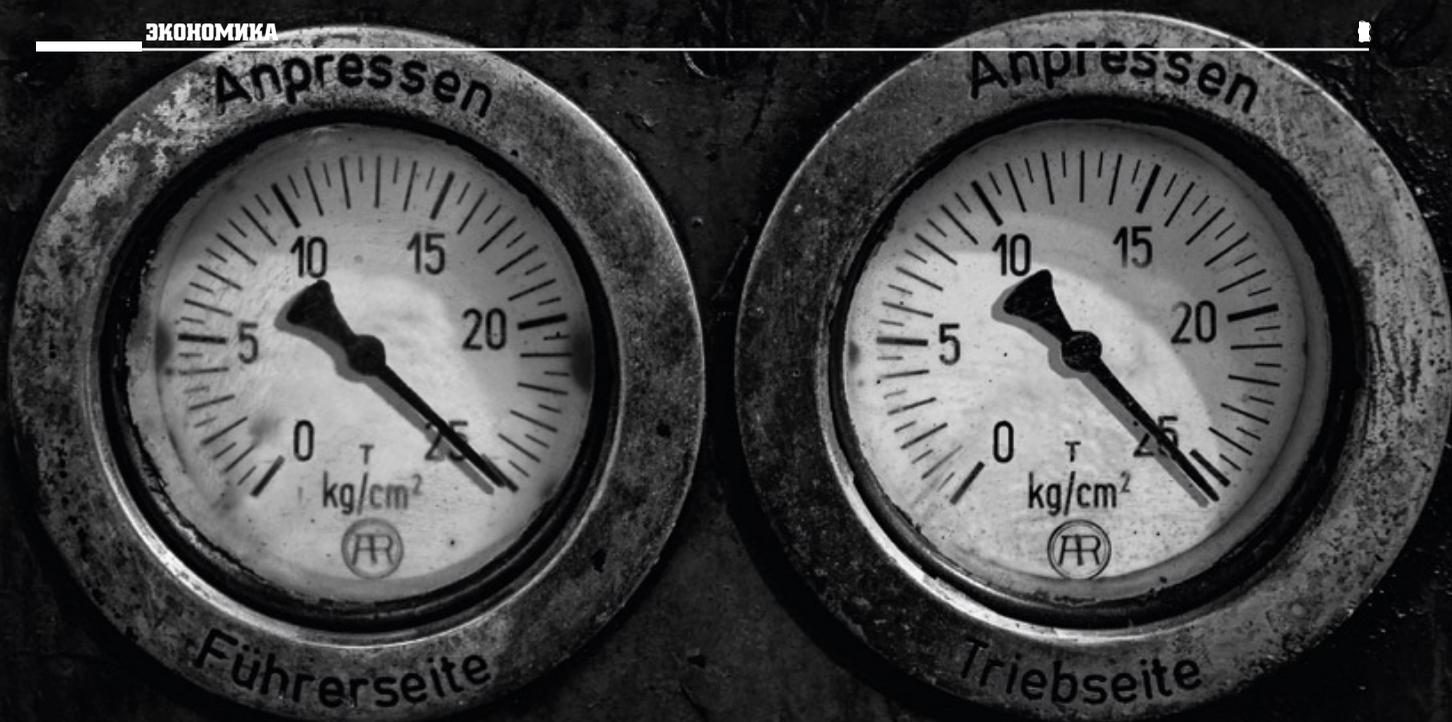
Переплетно.

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 круглым углом.



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



Жизнь под давлением

Пожалуй, никогда еще за все время существования журнала не было так сложно готовить материал для текущего номера. Страна входит в зону полной неопределенности. Причем ситуация меняется настолько стремительно, что многие материалы в этом номере если и не утратили актуальности полностью, то потребовали пояснений, в какой момент они были подготовлены, поскольку предположить, что изменится к тому времени, когда журнал получат читатели, не может никто.

Делать сейчас какие-либо прогнозы — дело неблагоприятное... Тем не менее попытаемся порассуждать на тему, выживет ли полиграфический бизнес в России и, если выживет, то какие формы может принять? В целом ситуация в России не имеет прецедентов. Никогда в истории такое количество санкций не применяли ни к одной стране. И тем более никогда ранее под санкции не попадала полиграфия как отрасль промышленности. Чем она помешала Европе и как давление на полиграфическую отрасль может повлиять на ситуацию в Украине, невозможно даже предположить. Но факт остается фактом. Приходится выживать в той ситуации, в которой мы находимся. Общаясь в силу профессиональной деятельности с разными типографиями, можно сделать обобщение, которое будет справедливо для конца апреля (но не факт, что будет соответствовать действительности уже в мае).

Первое, что не может не радовать, это тот факт, что практически все типографии продолжают работу в том или ином объеме. Информации о том, что кто-то ушел с рынка, пока не поступало. Возможно, прошло не так много времени с момента начала нового санкцион-

Беспрецедентная ситуация, связанная с санкционным давлением Запада, сказалась в том числе на полиграфической отрасли. Под запрет импорта в Россию попали расходные материалы и оборудование. Возможно ли развитие отрасли в таких условиях и что ожидать в перспективе?

ного давления и основные проблемы еще впереди. Возможен и тот факт, что с рынка еще несколько лет назад ушли все слабые игроки, и те, кто остались, готовы биться до последнего. Вероятно также и то, что полиграфия в России за последние пару лет оптимизировалась и приспособилась работать в жестких условиях. Например, целый ряд типографий смогли трансформировать и дифференцировать бизнес с не очень надежных коммерческих заказов на

более стабильные упаковочные или научились успешно работать в обоих направлениях бизнеса.

Что печатать?

Однако говорить о том, что в отрасли все в порядке мы бы не стали. Потери в полиграфической отрасли, без сомнения, будут. Уже сейчас понятно, что большая группа заказов с рынка ушла или вот-вот уйдет. В первую очередь, отметим гляцевую периодику. В подавляющем большинстве случаев это были зарубежные издания, выпускаемые в России на основании тех или иных соглашений. Существенная доля этих журналов решила наш рынок покинуть (или уже это сделала). Так что типографии, которые специализировались на выпуске этой продукции, почувствуют заметный провал в объемах заказов.

Аналогичным образом исчезнет рекламная продукция тех торговых марок, которые из России ушли или приостановили деятельность. Таких тоже довольно много. Заказывать красочную престижную рекламную продукцию свойственно как раз известным мировым брендам. А они уходят. Другие же бренды, которые займут их место, скорее всего столь активно рекламой заниматься не будут.

Возникнут проблемы и в книжном производстве. Многие издательства сократят выпуск книг по целому ряду причин. Снижение покупательской способности населения не даст возможности

сбыть прежний объем книг, который и до описываемых событий не сильно удавалось продвигать. Будут и проблемы с переводным контентом, который создавал ряд издательств существенный объем выпуска. Скорее всего правительство в этом году сократит заказы на учебники, как это было в пандемийном 2020 г.

Даже упаковочный сегмент потеряет часть заказов. Многие виды упаковки производились для компаний, которые с нашего рынка уходят. Чем будет заменен этот объем товаров, пока не понятно. Если российское производство будет, например, заменено импортом готовой продукции из других стран, то упаковочная отрасль России потеряет эту часть заказов. Если развернется новое локальное производство, то не факт, что ему потребуется столько же упаковки, сколько и прежней иностранной компании. Более того, если внимательно присмотреться к товарам в гипермаркетах, то все чаще можно заметить, что появилось больше продукции, которая поставляется без упаковки или россыпью в транспортной таре.

Если резюмировать, то полиграфический рынок потеряет вполне заметный объем заказов. Насколько велика будет эта потеря, сейчас предсказать невозможно. По общим ощущениям, падение не завершилось, и до дна мы еще не упали. В оптимистичном сценарии мы бы оценили падение российского полиграфического рынка в 20–25%, в пессимистичном — до 35%. Если мерить в деньгах, до потери составят около 2 млрд долл. В связи с непредсказуемостью курса перевести это в рубли пока невозможно.

Чем печатать?

Российская полиграфия почти на 100% импортозависима. И это, без сомнения, большая проблема нашей страны. Введение санкций, по сути, привело к остановке поставок практически всех полиграфических материалов. Чем в этой связи печатать в ближайшее время, до конца не понятно. Есть небольшая надежда на то, что недостающие материалы удастся завозить из дружественных стран, например из Китая или Индии, но это не так просто и быстро организовать, учитывая что и транспорт-

ные услуги тоже под санкциями. В России есть небольшие локальные производители флексографских красок, лаков, некоторой химии, но покрыть все потребности страны эти производства вряд ли смогут. Крупные иностранные игроки (Flint, Sun Chemical и др.) имеют собственные заводы, но надежды на них немного. Будут ли они отгружать материалы российским типографиям — большой вопрос. Вероятнее всего, они будут соблюдать санкции...

Офсетные пластины в России пока есть. С учетом того, что большинство из них поставляется из Китая, дефицита не будет, разве что могут возникнуть сложности с беспроцессными пластинами.

Пожалуй, ситуация с поставками офсетных пластин наиболее оптимистичная, в отличие от фотополимеров для флексографии. Они в основном поставлялись из стран, которые ввели санкции против России. А значит, поставок нет. Существует небольшой объем из Китая, у которого сейчас возникает возможность существенно увеличить поставки, но сможет ли — вопрос.

Еще сложнее цифровым типографиям. Многие годы они были «привязаны» к своим поставщикам клик-контрактами. А теперь все ведущие поставщики цифровой печатной техники не имеют возможности поставлять оборудование и, самое



huber group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

Москва +7 495 789 80 81
 Санкт-Петербург +7 812 407 38 78
 Екатеринбург +7 343 243 52 16
 Ростов-на Дону +7 863 322 11 40

Новосибирск +7 383 383 50 58
 Самара +7 909 370 67 89
 Тверь +7 964 630 99 81

главное, расходные материалы. Пока выручают складские запасы самих поставщиков и их дилерской сети. Но это пока...

Надо заметить, что в советское время в России были и свои краски, и свои пластины, и даже свой фотополимер. Но за время капитализма все эти производства закрыли. Сейчас самое время об этом задуматься вновь. Государство время от времени уделяет внимание полиграфии как отрасли и включает отдельные ее части в «системообразующие предприятия», но этого явно недостаточно. Странно, что в России, которая является мировым лидером по экспорту алюминия с мировой долей более 17% нет своего производства офсетных алюминиевых пластин. С одной стороны, если взять за основу общий объем потребления офсетных пластин в России, который составляет около 35 млн евро, то в мас-

Экономика импортозамещения

Резонный вопрос: почему в России нет производства тех или иных полиграфических материалов и тем более оборудования? Во всем виновата экономика. Строительство и эксплуатация завода стоят вполне конкретных денег. Объем рынка тех или иных материалов и оборудования также более менее известен. Дальше простейший экономический расчет. Если в строительство завода нужно вложить объем средств, который многократно превышает весь объем российского потребления, то инвестировать в завод никакого смысла нет, он никогда не окупится. В этой связи строительство завода по выпуску офсетных пластин или печатных машин в России вряд ли имеет смысл. А вот строительство завода по выпуску краски или бумаги может быть вполне успешным.

Есть, конечно, и другой вариант экономики. Можно строить завод с перспективой выхода на внешние рынки. Например, с учетом наличия собственного недорогого алюминия перспектива строительства завода по производству пластин приобретает уже совсем другие перспективы. В настоящее время Россия потребляет в лучшем случае 1% мирового рынка офсетных пластин. Попытаться замахнуться, например, на 10% мирового рынка пластин в корне меняет дело. По причине роста цен на алюминий в мире пластины из России могут оказаться весьма востребованными (как сейчас пластины из Китая, которые активно теснят большую тройку). С учетом этих факторов правительство и частный бизнес могли бы и задуматься. Не все же нам нефть с газом качать...

штабах страны заводить такое производство невыгодно. Слишком маленький объем. Линия по изготовлению качественных офсетных пластин при таком потреблении не окупится никогда. Но существует такое понятие как безопасность государства. Прекратятся поставки пластин, и не будет возможности печатать даже ту продукцию, которая жизненно необходима (те же учебники, в конце концов).

Аналогичная ситуация с краской. Хорошая офсетная краска — продукт довольно сложный, и в отличие от флексографской краски производить ее на небольших заводах непросто. Впрочем, завод для производства офсетных красок не столь дорог и сложен как завод по производству пластин. В этой связи государство вполне могло бы помочь кому-то из российских компаний, которые активно занимаются производством расходных материалов для полиграфии («ОктоПринт Сервис», «Танзор»), в строительстве завода по производству качественной офсетной краски. Все-таки годовой объем потребления краски в 50 млн евро мог бы быть интересным вложением в завод, но самим российским компаниям это, наверное, не потянуть. Более того, в качественной краске есть доля высокотехнологичной химии, которой в нашей стране либо нет, либо не хватает. Отметим еще, что в рамках Таможенного союза можно было бы продавать существенно больше и пластин, и краски, поскольку в этих странах тоже нет производства данных материалов.

Прочие расходные материалы для печати (офсетная резина, валы, химия) имеют относительно небольшой



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН,
ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ
РАБОТЫ



ДОСТАВКА
ТИРАЖА



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

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

print**tech**

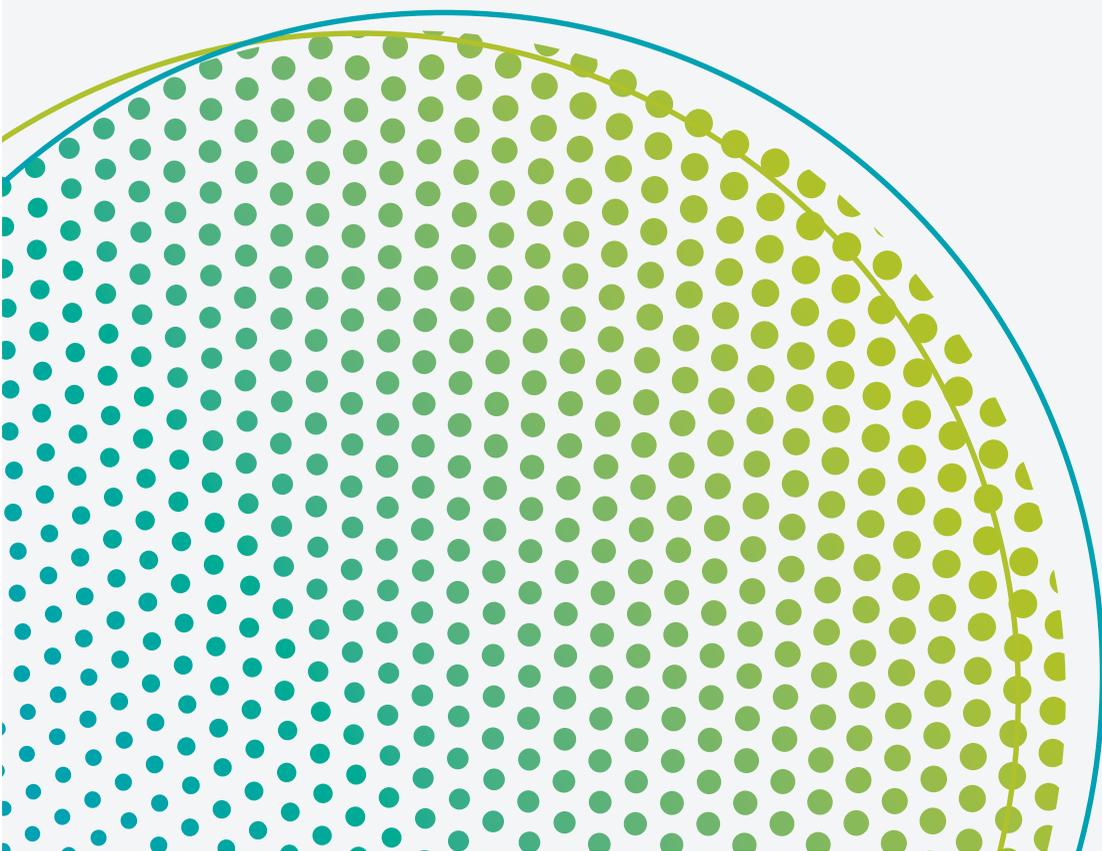


7-Й МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФОРУМ И ЭКСПОЗИЦИЯ

ПЕЧАТНОГО
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

07-10 ИЮНЯ
2022

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



ПОСЕТИТЕ ВЫСТАВКУ БЕСПЛАТНО

pt22KRS

PRINTECH-EXPO.RU



объем потребления (4–6 млн евро) и, вероятно, в масштабах государства никому не интересны. Впрочем, большинство полиграфической химии можно вполне производить в России, что ряд компаний успешно делают. Смогут ли они нарастить производство, чтобы не связываться с импортом этой продукции, до конца не понятно. Есть, правда, еще фотополимеры для флексографии, объемы потребления которых весьма существенны (более 25 млн евро), но организовать их производство в России кажется проблематичным. Здесь опять придется надеяться на Китай, что в долговременной перспективе не очень хорошая идея.

В еще более худшем положении расходные материалы для цифровой печати. Это высокотехнологичное производство, и скорее всего освоить его без привязки к производителю будет невозможно. Если резюмировать, то государство должно задуматься о сокращении импортозависимости отрасли. В конце концов, она хоть и не стратегическая, но обойтись без ее продукции не получится, а на импорт надеяться, как мы теперь поняли, уже нельзя.

На чем печатать?

Это еще более тяжелая тема, чем расходные материалы. Уже до введения санкций ощущались проблемы с нехваткой бумаги и картона. Сегодняшние санкции напрямую запрещают поставки бумаги и картона из Европы и присоединившихся стран. Отечественные производители бумаги и картона столкнулись с проблемой нехватки некоторых компонентов, и ряд привычных материалов вдруг исчезли из ассортимента (спекулянты моментально взвинтили цены). Государство даже отреагировало на нехватку бумаги и картона, включив, в частности, целлюлозно-бумажный комбинат «Кама» в «системообразующие предприятия». «Кама» практически единственный комбинат, выпускающий мелованный картон для упаковки. Но он не в состоянии полностью закрыть потребность в стране, в лучшем случае справится с третью. Что касается мелованной бумаги, то в России есть один производитель — группа «Илим», уже несколько лет выпускающая бумагу «Омела», но возможности этого завода так же не покрывают потребности страны. Из разных источников доходит информация и о нехватке этикеточной бумаги, самоклеящей, полимерных материалов для печати гибкой упаковки и других запечатываемых материалов.

На наши просьбы прокомментировать ситуацию с запечатываемыми материалами и перспективой их поставок никто из компаний, вовлеченных в производство и продажу этого товара, не стал давать официальной информации. Стало известно об уходе с рынка довольно заметных поставщиков — Metsa Board. Приостановили свою деятельность Stora Enso, UPM, Sappi и некоторые другие. Поскольку в совокупности поставок все эти компании обеспечивали весьма приличную долю материалов в России (по грубым оценкам, больше половины), то нехватка материалов должна быть серьезной.

Впрочем, по неофициальной информации, на складах бумажных оптовиков бумага и картон есть в достаточном количестве. Идут поставки, в пер-



Екатерина Макеичева,
генеральный директор,
«НЦ Лоджистик» (NCL)
[Москва]

С введением пятого пакета санкций Евросоюзом в отношении нашей страны под запрет поставок попали многие виды бумаг и картонов, пленки, типографские краски, печатное оборудование и запасные части для него. Для контрактов, заключенных до 9 апреля 2022 г., запреты вступают в силу после 10 июля. Очевидно, что за два месяца отрасль, которая по многим параметрам находилась в зависимости от поставок европейских поставщиков, не успеет полностью перестроить логистику и найти альтернативу расходным материалам и оборудованию западного производства. Тем не менее

российские поставщики решений для полиграфии не теряют бодрости духа и намерены искать способы, чтобы продолжить работу и поддерживать полиграфическую отрасль. Генеральный директор компании «НЦ Лоджистик» (NCL) Екатерина Макеичева согласилась ответить на ряд важных для участников рынка вопросов.

Могли бы Вы прокомментировать текущую ситуацию в полиграфической отрасли? Как предстоит выживать в новой действительности? Что изменилось в работе вашей компании?

— Сложившуюся в нашей отрасли ситуацию можно назвать беспрецедентной. Такого в истории еще не было: введены международные санкции против полиграфии. Признаться, удивительно, что наряду с основными привлекательными мировыми отраслями, за лидерство в которых борются ведущие страны, в санкционный список попала падающая, капиталоемкая и низкорентабельная (в сравнении с энергетической, например) полиграфическая отрасль. Но факт остается фактом — «снаряд попал в нашу воронку».

Адаптироваться к новым условиям можно только в сочетании с ежедневной корректировкой, поскольку производители во всем мире испытывают постковидный дефицит сырья и рост цен на энергоносители, логистические маршруты и перевозчики рушатся и создаются заново, участники рынка находят новые комбинации и модели поставок каждый день. Другими словами, в условиях ежедневной ротации музыкантов, оркестр должен быть сыгранным и звучать.

Поэтому мы, компания NCL, как один из основных игроков российского рынка, имеющие в своем арсенале репутацию, навыки, знания и ведущие технологии, несем ответственность за работоспособность и качество предлагаемых решений соответствующего уровня, к которому привыкли наши заказчики, приняли решение развивать свой бизнес с линейкой продуктов под брендом и гарантиями NCL. За годы существования компании на рынке NCL стала эквивалентом надежности и качества. Подтверждением этому был наш позитивный опыт при смене основного партнера для поставки флексопластин. Благодаря этому шагу мы сегодня имеем диверсификацию бизнеса и отлаженные цепи азиатских и европейских поставок. На сегодняшний день мы продолжаем оказывать сервисную поддержку нашим заказчикам в полном объеме. Процесс поставки пластин в настоящий момент является наиболее турбулентным в нашем бизнесе. Но мы рассчитываем утрясти все шероховатости в самое ближайшее время. Подписаны новые контракты, идут новые поставки. Важно также отметить, что один из наших основ-

Поставки материалов на российский рынок будут продолжаться и расширяться

ных партнеров, компания Kodak, не только не намерена прекращать бизнес в России, но и уверяет в лице CEO Kodak Джима Континенцы о желании продолжать свой бизнес в партнерстве с нами. Однако для этого нам необходимо решить ряд формальных вопросов, которые требуют множества согласований внутри корпорации.

Более того, в рамках развития продуктовой линейки под нашим брендом мы планируем представить ряд материалов и решений, в которых отрасль испытывает сейчас острый дефицит. Идет перераспределение рынка. И наша задача расширить свое влияние и присутствие, поддержав родную отрасль настолько, насколько это возможно в предложенных условиях.

Мы понимаем и разделяем беспокойство клиентов о стабильности поставок запасных частей и материалов. Тем не менее уже сейчас, когда первый шок прошел, очевидно, что решения есть. Конечно, вся перестройка для отрасли будет довольно болезненной. Невозможно сейчас спрогнозировать не только поставки, но и сам спрос. Ряд рыночных сегментов пострадали осо-

бенно сильно: ушли рекламные бюджеты, «глянец», «тяжелый люкс». Сильно пострадала упаковка (на время смены брендов производителей и т.д.). Ритейл взял паузу в выпуске привычных буклетов. Менее всего пострадали на текущий момент газетный и книжные сегменты. Синхронизировать прогнозы спроса типографий и поставок материалов — основной квест в ближайшие месяцы до наступления нового баланса.

Что можете сказать про сервис, а также поставку СtP-устройств и запасных частей к ним?

— Мы всегда были сторонниками комплексного подхода, как я это неоднократно подчеркивала, и являемся проводниками целого пакета решений, включающего не только поставку пластин и выводного оборудования, но и обеспечение в целом бесперебойной работы формного участка наших клиентов. С появлением пластин под нашим собственным брендом, нам будет даже проще осуществлять весь комплекс сервисной поддержки. Помимо этого, мы начинаем поставки бывших в употреблении выводных устройств. Для многих типографий это может быть

хорошим решением на данном этапе. Kodak производит надежные и долговечные устройства, так что даже бывшее в эксплуатации допечатное оборудование — хорошее приобретение, которое позволит работать долгие годы. А мы располагаем достаточной экспертизой для выбора лучших аппаратов в сопровождении нашего сервиса и выполнения обязательств перед заказчиком.

Замечено, что в кризисной ситуации всегда быстрее и четче начинают действовать. Можно ли расценивать текущий момент как шаг для роста вашей компании?

— Конечно. Несмотря на огромные сложности текущей ситуации, именно такие моменты дают возможность определить для себя точки роста. Да, основные продукты и направления сейчас сильно пострадают в своем прежнем представлении. Будут новые. Уже есть. Отрасль, бесспорно, реформируется. Падение будет, и оно будет серьезным — ориентировочно 25–30%. Но мы, бесспорно, будем использовать все появляющиеся возможности. И создавать новые — для себя и для рынка. ■

NCL
PREPRESS SOLUTIONS
ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА

ДОПЕЧАТНЫЕ
КОМПЛЕКСЫ

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

СЕРВИСНОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ

ПРОГРАММНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ

**КОМПЛЕКСНОСТЬ
РЕШЕНИЙ СОЗДАЕТ
ОБЪЕМ БИЗНЕСА**

ООО «НЦ Лоджистик»
www.nc-l.ru

Москва +7 (495) 956 4015
Санкт-Петербург +7 (812) 640 0367
Екатеринбург +7 (343) 220 3735
Новосибирск +7 (383) 209 0773

вую очередь, из Азии. Бумага из Китая уже хорошо известна в нашей стране, и сейчас ее, похоже, будет больше. Впрочем, есть и бумага европейская. Уход компаний с рынка еще не значит, что ее продукцию нельзя привезти и продавать.

Дефицит материала, конечно, будет, но не катастрофический. Организуются поставки картона из Беларуси, есть турецкий картон, вроде даже должен появиться иранский. Возможно, будут сложности с какими-то конкретными сортами бумаги или картона, к которым тот или иной заказчик привык, но тут придется перестраиваться. В пик дефицита офисной бумаги ряд компаний выпустили бумагу с минимальным отбеливанием (серовато-бежевого оттенка), но ничего, многим устроило и это. Для целого ряда задач особо белая бумага и не нужна.

Не хочется приукрашивать действительность — основные трудности еще впереди. Пока еще есть досанкционные складские запасы, выполняются некоторые поставки материалов, договора на которые были заключены ранее. Хочется отметить, что госу-

дарственная политика прошлых лет «не замечать» полиграфическую и целлюлозно-бумажную отрасль привели к сложившейся ситуации. Практически все построенные в Советском Союзе целлюлозно-бумажные комби-

наты оказались либо закрыты, либо перешли в собственность зарубежных компаний из США и Европы. По сути, российских ЦБК просто нет. Как поведут себя владельцы этих комбинатов и не примут ли решение закрыть производство, выполняя санкции, сейчас сказать нельзя. Во многих случаях бумага — это стратегический товар и товар первой необходимости, а значит, отдавать его в руки иностранцев было, конечно, недопустимо.

Что делать?

Самый непростой вопрос в текущей ситуации. Каждая типография будет решать его для себя самостоятельно. Точно так же, как и поставщики оборудования и материалов. В России, по сути, официально разрешили параллельный импорт. Кто может, должен этой возможностью воспользоваться. Насколько нам известно, многие типографии и дилеры цифрового оборудования прорабатывают альтернативные каналы поставок расходных материалов и запчастей, и первые успехи уже есть.

Существуют серьезные проблемы с логистикой. Но и они постепенно решаются тем или иным способом. Так что со временем, даже если политическая ситуация не будет улучшаться, какие-то поставки все равно будут. Многие российские типографии сами проводят обслуживание своего оборудования, лишь изредка прибегая к услугам официальных (или неофициальных) сервисов. Эта деятельность будет только развиваться. Причем сейчас она приходит и в цифровую печать, где раньше ее было очень мало. Большинство цифровых печатных машин находилось на клик-контрактах у поставщика, все ремонты и замены запасных частей были его зоной ответственности. Теперь типографиям приходится многое делать самим. Некоторые уже научились использовать «совместимые» расходные материалы с той или иной степенью успеха. Приспосабливают и запасные части от «похожих» машин, либо разбирают аналогичные машины на запчасти.

Российская полиграфия никогда не была интересна государству, поэтому привыкла выживать самостоятельно. Сейчас для нее, пожалуй, самое серьезное испытание за все постсоветские годы. У нас как у специализированного издательства тоже. Сколько сможет отрасль в целом и каждая типография в отдельности выдерживать этот натиск, сейчас понять нельзя. Остается только верить в лучшее и надеяться! ■

Российская полиграфия никогда не была интересна государству, поэтому привыкла выживать самостоятельно. Сейчас для нее, пожалуй, самое серьезное испытание за все постсоветские годы. Очевидно, что полиграфический рынок потеряет вполне заметный объем заказов: в пессимистичном сценарии до 35%, или около 2 млрд долл.

А что с оборудованием?

Полиграфическое оборудование в нашей стране практически не производится, если не считать небольших заводов, поставляющих простые послепечатные устройства. Допечатной техники нет, печатной — нет, цифровой печатной — нет, серьезной послепечатной тоже нет. Все импорт. И этот импорт запрещен на основании пятого пакета санкций. По крайней мере, из тех стран, которые к этим санкциям присоединились. Как быть тем, кто планировал приобретение оборудования в ближайшее время? Ответа на этот вопрос нет. Все ведущие производители (большинство из них из Европы) не имеют возможности поставок оборудования. А те кто может и мог бы что-то отгрузить (например, японские компании) либо не хотят рисковать попасть под вторичные санкции, либо не имеют нормального логистического канала.

Из возможных поставок остается Китай, где можно найти вполне приличное послепечатное оборудование, особенно для производства упаковок, либо флексографскую технику для гибкой упаковки. Наверное, можно приобрести печатные машины из Индии, если они кому-то сейчас нужны.

Вполне возможен рынок бывшего в употреблении оборудования, которое завозить придется довольно сложными логистическими путями. Впрочем, над логистикой сейчас усиленно работают транспортные компании, и, возможно, в ближайшей перспективе появятся вполне понятные и прозрачные логистические схемы. Так что на ближайшее время приобретение новой техники стоит отложить. Тем более что у ведущих производителей оборудования срок поставки теперь удлинился до года и более (сказываются последствия пандемии).

Непростая ситуация и с ремонтом. Запасные части тоже попали под запрет, поставлять их теперь стало очень непросто. Так что либо придется организовывать серые каналы, чем некоторые компании уже занимаются, либо искать совместимые запчасти на мировых торговых площадках и у поставщиков, которые этими запчастями занимаются. Многие запчасти найти можно. Собственно, ремонт можно организовать своими силами (многие типографии это умеют), либо приглашать свободных инженеров (они есть), либо привлекать фирменный сервис, если он готов работать. У разных компаний это происходит по-разному.

«Работаем над альтернативными каналами поставки»



Сергей Капутин,
директор Дивизиона
корпоративных проектов,
ООО «РИКО Рус»
[Москва]

Текущая санкционная политика Запада поставила в незавидное положение владельцев цифрового печатного оборудования, особенно те типографии, бизнес которых связан исключительно с предоставлением цифровых полиграфических услуг. Перспектива оказаться без запаса цифровых тонеров или необходимых запасных частей оборудования не вселяет уверенности. В российском представительстве компании Ricoh согласились прокомментировать ситуацию. Директор Дивизиона корпоративных проектов ООО «РИКО Рус» Сергей Капутин ответил на вопросы нашего издания.

Владельцы цифрового печатного оборудования серьезно обеспокоены вопросом поставки расходных материалов (тонеров) для цифровой печати. Будут ли осуществляться поставки тонеров в условиях действия санкций на территории России? Можете ли вы гарантировать их наличие в необходимом объеме?

— Поддержание работоспособности оборудования Ricoh у наших клиентов было и остается нашим приоритетом. Мы делаем все, чтобы выполнить свои обязательства перед держателями сервисных контрактов. Также мы работаем над тем, чтобы подключить к контрактной схеме обслуживания владельцев машин начального промышленного сегмента, которые

раньше предпочитали обслуживать оборудование самостоятельно.

На какое время хватит ваших складских запасов, чтобы обеспечить потребности клиентов? Работаете ли над пополнением складских запасов?

— Надеяться на большой склад в нашей ситуации было бы недальновидно. Ведь никто не может сказать, когда именно ситуация нормализуется. Поэтому мы работаем над тем, чтобы обеспечить приток необходимых расходных материалов и запасных частей по альтернативным каналам поставки.

«Поддержание работоспособности оборудования Ricoh у наших клиентов было и остается нашим приоритетом. Мы делаем все, чтобы выполнить свои обязательства перед держателями сервисных контрактов... Мы не планируем ждать, когда внешние условия позволят нам работать, как раньше. Мы ищем пути, чтобы сейчас поддерживать наших партнеров и клиентов на том же уровне, что и до кризиса».

Вводили ли вы ограничения для клиентов на объемы закупок расходных материалов с целью пресечь ажиотажный спрос и, как следствие, более быстрый расход складских запасов?

— В разумных пределах мы с этим работали. Ориентиром для принятия решения был средний месячный объем печати.

Есть ли сложности с логистикой материалов? Если есть, то какие пути решения в этой ситуации вы видите?

— Сейчас самая большая сложность — это логистика. Но нашим спе-

циалистам удалось найти несколько возможных вариантов поставки.

Какой тактики работы вы придерживаетесь на текущем этапе — выжидательной или активного поиска возможностей продолжить бизнес в России?

— Мы активно ищем возможности продолжить бизнес в России. Решаем вопросы с поддержкой существующих клиентов и ищем новых. В то же время мы расширяем список продуктов и решений, которые предлагаем рынку. Список уже сейчас довольно обширный. Начиная от курсов обучения по управлению цветом (область близкая к нашему «традиционному» бизнесу) и заканчивая автоматизированными системами хранения и решениями для обеспечения информационной безопасности от российских разработчиков (сфера, которая пока только начинает ассоциироваться с брендом Ricoh).

Что бы вы посоветовали делать цифровым типографиям, чтобы они могли продолжить свою работу в условиях дефицита материалов и разрыва цепочек поставок?

— Мы предлагаем типографиям печатать меньше и продавать свою продукцию дороже.

Как будет осуществляться сервисное обслуживание цифровых машин в текущих условиях? Поставка запасных частей? Соблюдение контрактных обязательств?

— Ситуация, в которой мы находимся, — большое испытание. Прежде всего, испытание партнерских отношений, разумности поведения и адекватности. Безусловно, мы ожидаем, что могут увеличиться сроки решения технических проблем из-за доступности запасных частей. Но как было уже сказано, мы не планируем ждать, когда внешние условия позволят нам работать, как раньше. Мы ищем пути, чтобы сейчас поддерживать наших партнеров и клиентов на том же уровне, что и до кризиса.

Повлечет ли текущая ситуация увеличение стоимости услуг сервиса и расходных материалов и в каких пределах?

— Тонер и запасные части для цифровой печатной техники не производятся в России. Очевидно, цены будут расти.

«Требования к качеству конечного продукта придется снизить»



Татьяна Климова,
технический директор,
«ОктоПринт Сервис»
[Моск. обл., Красногорск]

Компания «ОктоПринт Сервис» — один из крупнейших поставщиков расходных материалов на российском рынке — является дочерней компанией концерна hubergroup. Санкционное влияние в отношении России не могло не затронуть деятельность «ОктоПринт Сервис» в различных направлениях деятельности компании — от поставок расходных материалов и оборудования для полиграфии до изготовления смесевых красок, технологической поддержки и других. Технический директор «ОктоПринт Сервис» Татьяна Климова прокомментировала работу компании в этот непростой период. Информация актуальна на апрель 2022 г.

Обстоятельства текущей внешнеполитической ситуации застали буквально врасплох — полиграфическая отрасль столкнулась с вопросами импорта бумаги, картона, полиграфических красок, другой химии и т.д. С одной стороны, у многих типографий расписан план заказов чуть ли не до сентября, а с другой — у полиграфических компаний нет понимания на чем печатать, чем печатать и сколько это будет стоить? Столкнулись ли вы со сложностями поставок расходных материалов из Европы? Можно ли гарантировать их наличие в необходимом объеме?

— Что касается логистики поставляемых нами расходных материалов концерна

hubergroup, то как раз с этим проблем не возникло. Мы сотрудничаем с европейскими экспедиционными службами, поэтому до тех пор, пока границы открыты, никаких сложностей с доставкой грузов быть не должно. Проблема в другом. Конкретнее, в невозможности в срок проплатить отгрузку товара. Денежные средства «ходят» извилистыми путями, платежи могут «зависать» больше чем на месяц. И на эту финансовую составляющую мы повлиять никак не можем. Однако как только платеж проходит, завод сразу формирует заказ и отгружает продукцию. Тем не менее мы не

«Скорее всего заказчикам печатной продукции придется снизить требования к качеству конечного продукта, упрощать дизайны, минимизировать использование расходных материалов, еще более тщательно продумывать тиражность, исходить из наличия и доступности полиграфических решений. На сегодняшнем этапе необходимо добиться понимания этого со стороны заказчиков и принт-менеджеров».

сидим на месте, активно решаем вопрос с разными банками, чтобы иметь возможность проводить платежи.

Ощущается ли на рынке ажиотаж со стороны клиентов по поводу наличия красок и лаков?

— Сейчас мы осуществляем отгрузку в ручном режиме — не отгружаем клиенту больше его недельной потребности в красках и лаках, чтобы не возникло спекуляции. У нас увеличилось количество звонков от клиентов, которые работали до этого с другими поставщиками, однако мы не стремимся брать новых заказчиков — мы

должны быть уверены, что сможем обеспечить расходными материалами всех своих клиентов — а это более 2000 производств по всей России.

Помимо наличия полиграфических красок и лаков, типографии остро волнует вопрос поставок бумаги и картона. Вероятнее всего, типографиям придется переходить на запечатываемые материалы отечественного производства, а это, в свою очередь, повлечет ряд технологических вопросов использования и подбора красок и лаков. Готова ли ваша компания предложить технологические решения в этом направлении?

— В «ОктоПринт Сервис» всегда была очень сильная технологическая служба поддержки по главе с опытными и высококвалифицированными технологами. Безусловно, когда стали возникать сложности с оставками импортных запечатываемых материалов, в частности мелованного картона, на рынке инициативу подхватили отечественные производители. Однако пока картон российских марок не так широко применялся типографиями, а картона с мелованным слоем не было и вовсе. Поэтому задача наших технологов состоит сейчас в том, чтобы подобрать из нашего ассортимента краски, грунты и лаки, которые позволяют получать типографиям предсказуемый результат при работе с картоном отечественного производства, а также по возможности добиться эффекта мелованного слоя, пока технология производства этого вида картона только выводится на рынок. У нас уже есть некоторые образцы печати с использованием наших красок и лаков, и наши технологи продолжают работу в этом направлении.

Есть ли в числе ваших зарубежных партнеров компании, которые по каким-либо причинам приостановили или прекратили сотрудничество с «ОктоПринт Сервис»?

— За исключением только двух компаний — Zund, поставщика режущих планшетных плоттеров, и ContiTech (подразделение Continental AG), производителя офсетных резинотканевых полотен, — все остальные зарубежные партнеры продолжили с нами работать. В решении о приостановлении

сотрудничества есть как санкционные, так и политические причины.

Какие шаги вы предпринимаете, чтобы заместить объем поставок от поставщиков, которые прекратили с вами сотрудничество? И как будут поставляться запасные части для режущих плоттеров, ведь владельцев оборудования Zund в России довольно много?

— Запасные части к режущим плоттерам Zund могут быть расценены как товар двойного назначения. В этом вся сложность. Сейчас мы прорабатываем варианты поставок из Китая как расходных материалов, так и запасных частей для полиграфического оборудования. Расширяем сотрудничество с Турцией. Что касается резинотканевых полотен, то на наших складах имеется запас на 2,5 месяца. Плюс к этому, все эти годы мы возили «резину» из Китая для некоторых наших клиентов, рассматривая ее как экономичную альтернативу европейским решениям. Сейчас этот контакт нас выручает, мы планируем увеличить поставки резинотканевых полотен от нашего проверенного китайского поставщика, а также одного из итальянских партнеров, который готов дать хорошие цены. Под санкции попали и поставки планок для резины, поскольку для их

производства используются алюминий и сталь, что также позволяет их расценивать как товар двойного назначения. У нас и в этом случае есть альтернативное решение. Что касается ценообразо-

«Задача наших технологий состоит сейчас в том, чтобы подобрать из нашего ассортимента краски, грунты и лаки, которые позволят получать типографиям предсказуемый результат при работе с картоном отечественного производства».

вания, то здесь все непредсказуемо. Все поставщики сейчас перешли на предоплату, соответственно, и мы вынуждены перевести своих клиентов на такую схему работы. Изменение логистики вероятнее всего окажет влияние на конечную стоимость товаров. Но главное, чтобы они были в наличии, и мы принимаем для этого все усилия.

Станции смешения красок у вас работают в прежнем режиме?

— По всем рецептурам, на которые у нас есть сертификаты, мы производим смесевые краски. Однако связующие — импортные, растворители тоже, поэтому с некоторой химией есть сложности. Например, готовые смывки не подпадают под санкции, поэтому мы запросили партнеров, чтобы те поставляли нам уже готовые смывки, но проблема в том, что в Европе еще сохраняются кризисные явления, вызванные коронавирусом, и скорее всего цепочки поставок разорваны еще и по этой причине.

Как, по вашему мнению, происходящая ситуация с расходными материалами повлияет на производство полиграфической продукции?

— Скорее всего заказчикам печатной продукции придется снизить требования к качеству конечного продукта, упростить дизайны, минимизировать использование расходных материалов, еще более тщательно продумывать тиражность, исходить из наличия и доступности полиграфических решений. На сегодняшнем этапе необходимо добиться понимания этого со стороны заказчиков и принт-менеджеров.

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!

«Продолжаем активную работу в области импортозамещения»



Светлана Седова,
председатель Совета директоров
ГК «Танзор»
[Моск. область]

В числе поставщиков расходных материалов для полиграфии на российском рынке есть и такие компании, которые производят полиграфические краски и лаки на отечественном сырье. В текущих условиях действия санкций развитие в России собственного производства расходных материалов на базе ресурсов страны особенно актуально. Одной из таких компаний является ГК «Танзор», которая еще в 1999 г. основала производственный комплекс в Белгородской области по изготовлению покрытий (красок и лаков) для разных отраслей промышленности. Сегодня на производственных мощностях завода изготавливаются УФ- и воднодисперсионные лаки и грунты для офсетной, флексографской и трафаретной печати, в том числе с использованием отечественного сырья. Председатель Совета директоров ГК «Танзор» Светлана Седова ответила на вопросы нашего издания (информация по данным на 5 апреля 2022 г.).

Не секрет, что в настоящее время типографии серьезно обеспокоены вопросом поставки расходных материалов. Можете ли вы как поставщик и производитель гарантировать их наличие в необходимом объеме?

— Мы делаем все, что в наших силах, чтобы поддерживать на складе наш постоянный ассортимент расходных материалов в необходимых количествах. Но

давать какие бы то ни было гарантии сейчас невозможно. Слишком много факторов оказывают влияние на нестабильность поставок.

На какое время хватит ваших складских запасов, чтобы обеспечить потребности клиентов? Работаете ли над пополнением складских запасов?

— Вопрос так не стоит. Наш складской запас всегда находится в динамике. Исходя из логистической модели, отработанной годами, безусловно, с поправкой на позицию поставщиков и их условия, а также логистическую составляющую, мы

«Вероятно, всем скоро придется довольствоваться самым простым ассортиментом: триадная печать + стандартные лаки. Это позволит всей нашей производственной цепочке легче справиться с вопросами наличия сырья и логистическими проблемами. К тому же, кроме проблем с поставками, мы не должны забывать и о снижающейся покупательской способности нашего населения».

постоянно пополняем склад. Старемся обеспечивать всех своих клиентов и, чем можем, помогать тем, кто остался без расходников.

Вводили ли вы ограничения для клиентов на объемы закупок расходных материалов с целью пресечь ажиотажный спрос и, как следствие, более быстрый расход складских запасов?

— Да, в какой-то момент мы просили клиентов не форсировать закупки, так как это исказит статистику реального потребления и, как следствие, нарушит логику будущих заказов, но, тем не менее, наших склад-

ских запасов хватило на рекордные отгрузки марта!

Есть ли в числе ваших зарубежных партнеров компании, которые по каким-либо причинам приостановили или полностью прекратили сотрудничество с вашей компанией? Если есть, то насколько большую долю в ваших объемах они занимали?

— Нет, полностью прекративших с нами сотрудничество поставщиков у нас нет. Однако в той или иной степени подстраховаться пытаются все: наши партнеры перешли на предоплату, некоторые предлагают уйти от прямых отгрузок в РФ. Конечно, мы реагируем соответствующим образом: вынуждены были также предложить своим клиентам перейти на предоплату, используем свои инфраструктурные возможности в других странах. Готовим альтернативные варианты — восточный вектор стал сейчас еще более актуальным.

Есть ли сложности с логистикой материалов? Если есть, то какие пути решения в этой ситуации вы видите?

— С логистикой как раз сложностей меньше. Пока не закрыты границы, вариант доставки можно найти всегда. Наибольшую проблему мы по-прежнему видим в непрекращающемся уже два года дефиците сырья и материалов из-за пандемии и нарушенных глобальных производственных цепочек, к которым теперь добавился экономический и энергетический кризис, за чем обязательно последует очередной виток роста цен на все материалы.

Одна из сложностей текущего периода — движение денежных потоков с зарубежными странами. Удалось ли обеспечить возможность оплаты материалов производителям?

— Путем проб и ошибок удается нащупать решение и этого вопроса. В части ВЭД мы работаем с банками, которые не находятся под санкциями.

Какой тактики работы вы придерживаетесь на текущем этапе — выжидательной или активного поиска возможностей продолжить бизнес в России?

— В этом году мы поставили на «standby» три больших проекта: барьерные покрытия, «MeTan» — про-

ект по производству вспомогательного оборудования и оснастки для полиграфического производства и не только, а также цифровой проект, в рамках которого нашим партнером должен был стать один из крупнейших производителей цифрового печатного оборудования. Но время покажет, возможно, мы к ним вернемся. А пока надо сконцентрировать силы на текущей деятельности.

«Танзор» — одна из немногих компаний-производителей, имеющих собственные мощности в России (производство УФ-красок и лаков для флексопечати и ротационной трафаретной печати в Белгородской области). Каковы мощности данного производства и насколько оно способно покрыть потребности российского рынка?

— По производству флексографских УФ-красок мы уже в 1,5 раза превысили планируемый объем. В июне на заводе будет запущена новая единица оборудования, которая позволит еще нарастить производственные мощности. А по стандартному ассортименту УФ- и водных лаков нас всегда может поддержать наше европейское подразделение Baltink.

Могли бы вы назвать решения в вашей линейке, которые могут помочь типографиям продолжить свою работу в условиях дефицита сырья и разрыва цепочек поставок?

— Как ни трудно это признать, но после стольких лет «изобилия» в ассортиментной политике, вероятно, всем скоро придется довольствоваться самым простым ас-

«Мы всегда вели и сейчас продолжаем активную работу в области импортозамещения. Сейчас мы используем в наших материалах сырье, которое есть в РФ. Коснется импортозамещение, в первую очередь, водных материалов, возможно, и УФ».

сортиментом: триадная печать + стандартные лаки. Это позволит всей нашей производственной цепочке легче справляться с вопросами наличия сырья и логистическими проблемами. К тому же, кроме проблем с поставками, мы не должны забывать и о снижающейся покупательской способности нашего населения.

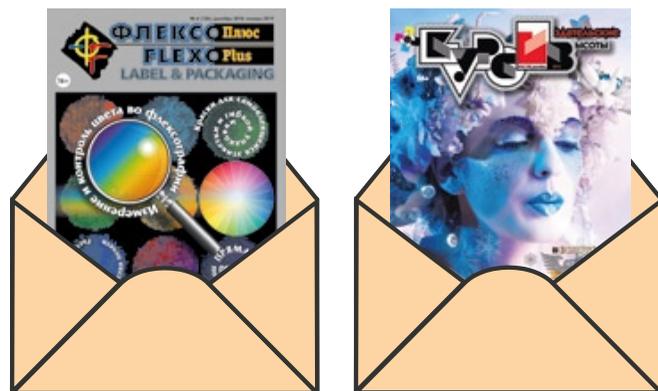
В вашей линейке есть лако-красочные решения, которые производятся на основе отечественного сырья. Как показывают себя в работе эти материалы? Позволят ли линейка этих материалов заменить в какой-то степени импортные расходники и в каких сегментах?

— Мы всегда вели и сейчас продолжаем активную работу в области импортозамещения. Вынуждены констатировать, что глубокое импортозамещение в нашей отрасли — вопрос не этого и даже не следующего года, так как последние три десятилетия наша страна старалась встроиться в мировые производственные цепочки. Многие химические материалы здесь даже не производились. Сейчас мы используем в наших материалах сырье, которое есть в РФ. Замены производим аккуратно, строго контролируя качество материалов. Коснется импортозамещение, в первую очередь, водных материалов, возможно, и УФ.

Подписка на журналы

«Флексо Плюс — Этикетка и Упаковка» и «Курсив»

ДОСТУПНА ВСЕГДА



Подписку **через редакцию** можно оформить, прислав заявку в свободной форме по факсу **+7 495 617 6652**, адресу subscript@kursiv.ru или заполнив бланк на нашем сайте в Интернете www.kursiv.ru.

Журналы выходят с периодичностью один раз в два месяца, стоимость подписки через редакцию составляет **600 р.** по территории России; для стран СНГ, дальнего и ближнего зарубежья — **3000 р.** Заказать можно как все номера сразу, так и любой конкретный номер, включая ранее вышедшие! Оплата по безналичному расчету.

Подписку на наши издания на территории России можно оформить **через агентства:**

- «Руспресса», тел.: +7 495 369 1122;
- «Урал-Пресс», тел.: +7 499 700 0507 (Екатеринбург и еще 63 города), www.ural-press.ru.

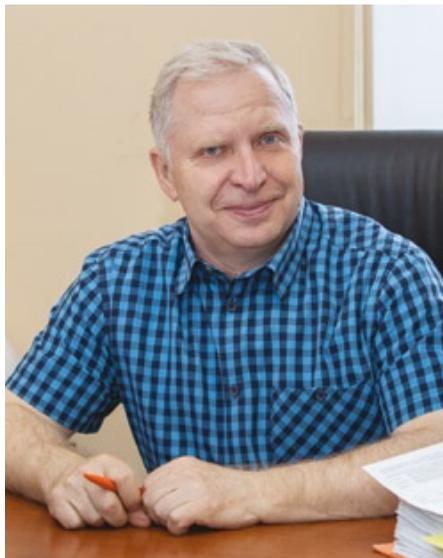
Наши партнеры:

в **Казахстане** — агентство «Урал-Пресс» (Петропавловск), тел.: +7 7152 36 51 08

Электронные версии наших журналов в формате **ПДФ** Вы можете заказать на сайте издательства www.kursiv.ru.

Стоимость одного номера — **50 р.**, подписка на год — **300 р.** на любой журнал. Отправка прав доступа к ftp по электронной почте сразу после выхода очередного номера из печати. Объем ПДФ-версии — 10–15 Мб.

«Дефицита расходных материалов не будет»



Александр Хавжу,
генеральный директор,
компания «МакЦентр»
[Москва]

Вопросы стабильности поставок и наличия в необходимых объемах расходных материалов для полиграфии волнуют сегодня все типографии без исключения. Одним из крупных поставщиков полиграфических материалов на российском рынке является компания «МакЦентр». В ее ассортиментной линейке — офсетные пластины, химия для допечатных и печатных процессов, лако-красочные материалы, а также CtP-системы, измерительное оборудование и многое другое. Мы попросили руководство компании «МакЦентр» прокомментировать ситуацию с расходными материалами на рынке и работу компании в непростых условиях (актуальность информации — апрель 2022 г.).

Компания «МакЦентр» уже долгое время является официальным поставщиком пластин Agfa на российском рынке. Наряду с этим в ассортименте вашей компании широко представлена продукция китайских производителей. Как давно вы работаете с производителями пластин из Китая? И с чем связано расширение товарной линейки?

Александр: На рынок офсетных пластин мы пришли в 1997 г. В этом году исполняется уже 25 лет, как компания «МакЦентр» стала одним из дилеров Agfa в России. Мы активно развивали продажи фототехнической пленки, офсетных пластин, химии для их обработки и со-



Ольга Гаврилова,
зам. директора,
компания «МакЦентр»
[Москва]

путствующим материалам. Наша компания по-прежнему является дилером Agfa и продолжает поставлять пластины этого производителя российским клиентам. На рынке есть типографии, которые стабильно работают на пластинах Agfa, и мы очень дорожим этими клиентами. Тем не менее далеко не все участники рынка работают на пластинах трех ведущих мировых производителей. Многие типографии уже более 15 лет назад начали задумываться о снижении себестоимости производства и искать возможность приобретения более дешевых пластин. В свою очередь, мы стали изучать рынок и пришли к тому, что более дешевые пластины можно поставлять из Китая. Нашли там надежных партнеров, и с 2007 г. наша компания занимает лидирующие позиции на отечественном рынке по продаже китайских пластин.

По такому же пути развития пошли и другие компании, занимающиеся поставками расходных материалов. Как удается конкурировать на рынке?

Александр: Действительно, мы оказались не одиноки в подобном решении. Целый ряд других российских компаний начали поставлять пластины из Китая. В результате отечественный рынок «одобрил» переход на Китай, что в итоге привело к перелому. Объем потребления в России пластин из Китая превысил объем потребления пластин большой тройки (Agfa, Fujifilm, Kodak), и разница в объемах продолжает увеличиваться. Продук-

ция из Китая растет, а большой тройки — падает. Некоторое время назад мы попробовали вернуть позиции европейских брендов и договорились с компанией Agfa о начале эксклюзивных поставок специальной китайской пластины Agfa Aiyinda 603, которая должна была составить конкуренцию многим другим пластинам китайского производства. На определенном этапе даже достигли вполне заметных успехов. Это качественный продукт, который пришелся по душе многим типографиям. Однако последующая ситуация с мировым дефицитом алюминия и, как следствие, ростом цен на него привела к тому, что все ведущие мировые производители пластин заметно повысили цены (и Agfa в том числе). В то время как непосредственно китайские производители сделали это в существенно меньшей степени. В результате разница в цене между пластиной Aiyinda 603 и, например, китайскими пластинами Abezeta, которые мы начали поставлять в Россию еще в 2014 г., достигла вполне заметных величин. В связи с этим рынок стал постепенно возвращаться к «чисто китайской» продукции. Пандемийный период усилил кризисные явления, как и тенденция к поиску более дешевых расходных материалов. Соответственно, нам пришлось усиливать направление работы с рынком Китая.

Как сейчас обстоит ситуация с поставками офсетных пластин? Можете ли вы гарантировать их наличие в необходимом объеме?

Ольга: В настоящее время мы располагаем достаточным объемом складских запасов. У нас большой ассортимент пластин самых разных форматов в товарном количестве. Поставки пластин из Китая продолжают, несмотря на то, что на рынке сейчас ярко выражены проблемы с контейнерными перевозками. Сроки доставки товара удлинились, и скорее всего затраты на логистику будут расти. Однако со своей стороны мы готовы официально заявить, что проблем с нехваткой пластин на российском рынке мы не видим. По нашим прогнозам, перебои с поставками других расходных материалов придутся на лето, и мы рассчитыва-

ем, что пониженный летний спрос на товары в этот период сгладит данную проблему. Уже к сентябрю материалы, способные покрыть необходимую нишу, будут в наличии, так что наши клиенты могут не волноваться. Хотя на рынке, конечно, ощущается обеспокоенность. В частности, к нам стали активно обращаться типографии, которые традиционно работали с другими поставщиками расходных материалов. Нас пугает скорее другое: что в типографиях могут закончиться заказы, и тогда пластины просто будут не нужны. Но пока ситуация с заказами стабильная. Упаковочные типографии существенно просесть не должны. По всей видимости, и книжная печать сохранится, по крайней мере учебники. Заметны проблемы у журнальных типографий, связанные с уходом с российского рынка ряда мировых глянцевого изданий, а также ожидаемо падение рекламных заказов. Вероятно, рынок сожмется, и это, безусловно, беспокоит. Отчасти данные опасения сдерживают наши инвестиции в увеличение складских запасов. Затоварить склад в период спада производства — не самая удачная бизнес-стратегия.

Могли бы вы прокомментировать ситуацию с поставками беспроцессных пластин в Россию?

Ольга: Беспроцессные пластины действительно могут оказаться в дефиците. Некоторое время назад мы пытались вывести на рынок беспроцессные пластины Agfa, но конкурировать с Kodak было очень сложно. Текущая ситуация со сроками поставок делает заказ таких пластин рискованным. Уже сейчас срок поставки типового контейнера растягивается на полгода. Вполне реально ожидать, что сроки будут увеличиваться, учитывая сложности с заказом контейнеров. При этом надо учитывать, что у беспроцессных пластин Agfa срок хранения один год. То есть пластины могут приезжать к нам с истекающим сроком годности. Реализовать их будет сложно и рискованно, если по какой-либо причине возникнут рекламации. Так что пока мы решили не заниматься поставками этих пластин на рынок.

Помимо офсетных пластин, ваша компания занимается поставками и других расходных материалов для полиграфии. Могли бы вы прокомментировать их логистику и доступность для заказа клиентами?

Ольга: Ситуация с поставками может меняться, поскольку зависит от многих причин, в том числе и от принимаемых Евросоюзом решений. По данным на середину апреля, Евросоюз сформули-

ровал список товаров, запрещенных к ввозу в Россию. В списке оказался исчерпывающий перечень полиграфических материалов. Наши переговоры с европейскими поставщиками показали, что они относятся к запретам очень серьезно и не будут допускать обходные схемы. Однако мы по-прежнему не видим нерешаемых проблем с импортом офсетных пластин, поскольку наши поставки идут из Китая. Нет перспектив по поставке фототехнической пленки Agfa (Бельгия), красок Sicolor (Германия), резины SAVA (Словения). Мы работаем над заменой этих продуктов китайскими аналогами, а также есть альтернатива с поставками планок для пластин. Отдельно отмечу, что в ассортименте поставляемых нами товаров уже давно представлена офсетная резина китайского производства, которую мы поставляем с 2015 г. Данные офсетные полотна доступны к заказу с нашего склада. У нас имеется собственное производство расходных материалов — смывок, проявителей для пластин, концентратов увлажнения, гуммирующих растворов, силиконовой эмульсии и другой химии, выпускаемой под брендом Mark, которую мы готовим по европейским рецептурам. Так что существенная доля необходимых расходных материалов для типографий у нас есть. ■

Химия собственного производства по лучшим европейским рецептурам.

МАК ЦЕНТР
mcofset.ru



проявители и регенераторы



смывки и очистители



добавки в увлажнение



силиконовые эмульсии



Гордимся тем, что умеем.

Гаврилова Ольга, заместитель директора компании «МакЦентр»

Беспроцессу быть:

«Переход на Agfa Azalea ZP технологически прост»



Илья Князев,
руководитель российского
представительства Agfa
[Москва]

Около семи лет назад бельгийская компания Agfa увеличила производственные мощности своих заводов в Китае по изготовлению офсетных пластин. Такой шаг позволил составить конкуренцию бренду с исконно китайскими производителями пластин, которые уверенно начали завоевывать российский рынок и откусывать куски бизнеса у европейских производителей. В итоге даже клиенты в Западной Европе стали активными потребителями пластин, произведенных на заводах Agfa в Китае. Сегодня, когда логистика с европейскими странами практически полностью нарушена, вводятся все новые пакеты санкций в отношении России со стороны Евросоюза, наличие китайского производства Agfa приобретает особое значение для российских потребителей. Наиболее актуальным становится вопрос наличия беспроцессных пластин в стране. Сложившаяся ситуация с поставками этих пластин, а точнее их дефицит, ставит под угрозу работу многих крупных полиграфических производств в нашей стране, которые, руководствуясь принципами создания экологичного и прогрессивного производства, перешли на беспроцессную технологию вывода печатных форм. Компания Agfa в настоящее время оказалась единственным на рынке поставщиком, способным обеспечить спрос на беспроцессные пластины. В этой связи

интересно было узнать мнение руководителя российского представительства Agfa Ильи Князева о ситуации с поставками офсетных пластин и работе российского представительства компании.

В текущих условиях типографии обеспокоены вопросом поставки расходных материалов, в том числе офсетных пластин. Как сегодня обеспечивается логистика пластин Agfa на российский рынок?

— Так исторически получилось, что с 2014 г. российский офис Agfa

По заверению представителя компании Agfa в России, никакого дефицита пластин не ожидается, поскольку почти все пластины Agfa на российском рынке — это продукция завода Agfa-Wuxi, доставляемая напрямую из Китая. Так что сегодняшние санкционные ограничения Запада для продукции Agfa препятствий в поставках пока не создали. И с высокой долей вероятности — не создадут. Что же касается беспроцессных пластин, то для сторонников именно этой технологии Agfa предлагается беспроцессные пластины Agfa Azalea ZP

начал дополнять поставки пластин с европейских предприятий компании пластинами с ее китайского завода Agfa-Wuxi. Тогда это воспринималось как экзотика, но с тех пор

доля пластин Agfa китайского производства в российских поставках быстро и неуклонно росла, тем более что и собственно производственные мощности Agfa в Китае постоянно усиливались. Так что уже с 2020 г. и по сей день почти все пластины Agfa на российском рынке — это продукция Agfa-Wuxi, доставленная напрямую из Китая. Так что сегодняшние санкционные ограничения Запада для продукции Agfa препятствий в поставках пока не создали. И с высокой долей вероятности — не создадут, в частности потому, что и сам рынок Западной Европы сегодня потребляет в основном пластины с китайского производства, на котором компания сделала основной акцент.

Достаточный ли объем пластин у ваших дистрибуторов в России? На какое время хватит складских запасов, чтобы обеспечить потребности клиентов? Или у типографий нет причин для беспокойства?

— Уровень беспокойства — это всего лишь индивидуальная психологическая характеристика каждого конкретного человека. В этой связи есть ли повод для беспокойства — каждый решает сообразно своему внутреннему уровню тревожности. Лично я сам — человек повышенной тревожности и постоянно нахожу причины для беспокойства. Что же касается запасов пластин Agfa на складах, то московский офис Agfa обычно поддерживает запас из расчета средних отгрузок за 2–3 месяца, и этот уровень пока никак не поменялся. Аналогичные или даже большие собственные складские запасы обычно поддерживают наши дилеры, но более детально об этом лучше спрашивать их самих. Короче говоря, пока никакого дефицита мы не ожидаем.

Один из вопросов, вызывающих серьезную озабоченность, это наличие беспроцессных пластин, особенно для типографий, которые полностью перешли на беспроцессный вывод форм. Чем вызван дефицит беспроцессных пластин в России? Существуют ли пути решения этого вопроса?

— Дефицит беспроцессных пластин сегодня — это, на мой взгляд, прямое следствие политического

шага одного американского производителя, который решил прекратить все поставки в Россию в связи с нынешней ситуацией на Украине. Основная доля этих поставок касалась именно беспроцессных пластин. Но я бы не стал драматизировать ситуацию, ведь, как говорится, свято место пусто не бывает. С учетом того, что на рынке в целом дефицита пластин не наблюдается, другие производители просто заместят продукцию американского отказника своими товарами. Очень надеюсь, что пластины Agfa в этой ситуации окажутся еще более востребованными рынком, тем более что у нас в ассортименте уже давно есть, в том числе и беспроцессные пластины. Так что для сторонников именно этой технологии у нас есть что предложить, причем переход с американских пластин на Agfa Azalea ZP (именно так называются наши беспроцессные пластины) технологически весьма прост, что подтверждается практическим опытом ряда типографий.

Как осуществляется сейчас деятельность представительства Agfa в России? Какой тактики работы вы придерживаетесь на текущем этапе — выжидательной или активного поиска возможностей продолжить бизнес?

— Российский офис Agfa работает почти так же, как и раньше. Особенных отличий нет. Мы не впали в анабиоз и не стали ждать лучших времен: мир так быстро и так разнонаправленно меняется, что ждать чего-то просто нет возможности. Но мы и не пытаемся в нынешней турбулентной ситуации намеренно взвинчивать ажиотаж и локтями расталкивать конкурентов. Мы просто работаем как прежде, спокойно и ритмично, без ненужной агрессивности, которой в мире сегодня и так в переизбытке.

Есть ли изменения в работе ваших дистрибуторов на сегодняшний день в плане сотрудничества с Agfa?

— У нас, конечно же, время от времени случаются изменения в правилах и условиях работы с дилерами — это нормальный рабочий процесс, который требует постоянных доработок и обновлений. Но глобальных изменений нет: все те же партнеры, все те же товарные группы. У нас достаточно узкий рынок, к тому же весьма консервативный.

Одна из сложностей текущего периода — движение денежных потоков с зарубежными странами. Удалось ли обеспечить возможность оплаты материалов производителям?

— Было много разговоров про SWIFT и т.п. Но ведь SWIFT появился только в 1973 г., а практически стал применяться лишь после 1977 г. Но разве до 1973 г. международная торговля не существовало? Существовала, и платежи проводились без проблем. Поэтому страшилки про отключение от SWIFT — это скорее может быть критично для биржевых спекулянтов, чем для традиционных импортеров. Если же говорить предметно, то московский офис Agfa работает в России с местными отделениями международных банков, которые продолжают использовать SWIFT. Кроме того, мы имеем резервную возможность использовать и китайский аналог этой системы — так называемый CIPS. Так что с трансграничными платежами пока все идет без ограничений.

Могли бы вы назвать решения в вашей линейке, которые могут помочь типографиям продолжить свою работу в условиях дефицита сырья и разрыва цепочек поставок?

— В нынешних условиях, равно как и в любых других, все наши решения как раз и направлены на то, чтобы помочь типографиям работать. А как же иначе? ☐



Azalea ZP

Azalea ZP — негативная термальна офсетна пластина нового поколения с технологией DOP (Direct On Press). Ее запатентованный двойной светочувствительный слой, высокая чувствительность к лазерной энергии и отличное поведение в процессе печати, делают пластину Azalea ZP лучшей беспроцессной пластиной на рынке.

Azalea ZP отлично работает в коммерческой, упаковочной, газетной и УФ-печати

Инвестиции в будущее, или Страховка упаковочного бизнеса



Дмитрий Самохвалов,
генеральный директор,
типография «АПД»
[Нижний Новгород]

В нижегородской типографии «АПД» в начале 2022 г. завершилась инсталляция комплекса послепечатного оборудования для изготовления складных картонных коробок от компании Bobst — пресса для высечки Novacut 106 E и фальцевально-склеивающей линии VisionFold 80A2. Для типографии это первые две единицы швейцарского производителя, инсталляцию которых можно считать началом качественно нового этапа развития типографии «АПД».

Бизнес в разных сегментах

Компания «АПД» еще несколько лет назад осуществила диверсификацию бизнеса, постепенно внедрив в свою структуру рекламно-коммерческих заказов выполнение упаковочных тиражей. «Если быть более точным, мы не перешли из коммерческой типографии в упаковочную, а расширили наши возможности еще и в сторону упаковки, — поясняет Дмитрий Самохвалов, генеральный директор типографии «АПД». — Сегодня мы вполне успешно сочетаем оба направления бизнеса, что позволяет уверенно смотреть в будущее. В доковидные времена мы печатали довольно много коммерческой продукции: каталоги, журналы, рекламную полиграфию. Когда началась пандемия, рекламно-коммерческий сегмент сильно просел,

но одновременно с этим существенно выросла потребность в упаковке. К этому моменту мы были полностью готовы работать на упаковочном рынке, поскольку уже выполняли некоторый объем тиражей на картонную упаковку, но тогда коммерческая продукция еще доминировала в структуре наших заказов. Во время пандемии ситуация развернулась на 180 градусов, и мы стали более активно работать с упаковкой и инвестировать в это направление. В настоящий момент мы имеем вполне приличный объем и упаковочных заказов, и, как ни странно, рекламно-коммерческих».

Сырьевая база

Причины такого успеха в сложное время Дмитрий объясняет так: «До недавнего времени на успешную работу на рынке могли рассчитывать типогра-

фии, которые выстроили слаженную производственную цепочку, оснащены высокоавтоматизированным оборудованием мировых лидеров, умеют планировать закупку материалов под потребности клиентов и т.д. Иными словами, те компании, которые работают «по мировым правилам». Пандемия коронавируса и последовавшая за этим в 2022 г. кризисная ситуация, связанная с мировыми санкциями, полностью изменили расклад на рынке. Сейчас относительно успешно могут работать те предприятия, у которых есть сырье. Ни для кого не секрет, что бумага и картон оказались в большом дефиците, и многие типографии, которые раньше покупали материалы под конкретные задачи, остались без материалов. Компании же, обеспечивающие себя сырьем, могут сейчас легко привлечь новых заказчиков».

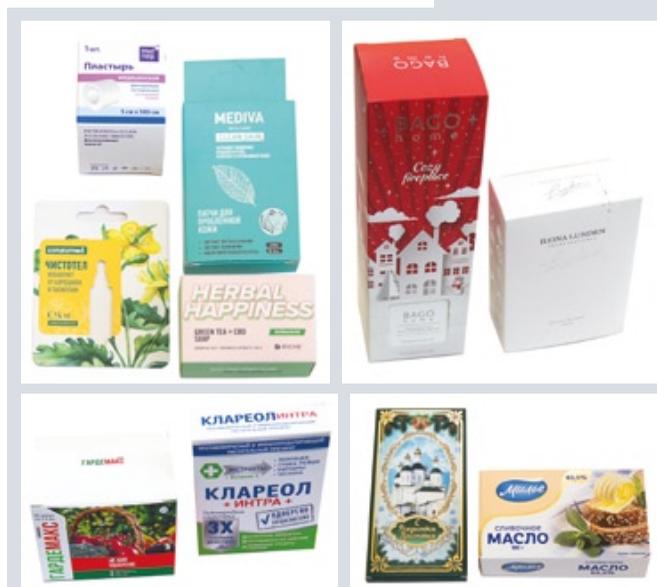


Фальцевально-склеивающая линия VisionFold 80A2 и пресс для высечки Novacut 106 E для производства картонной упаковки установлены в типографии «АПД»

Необходимо отметить, что полное снабжение типографии «АПД» осуществляет ее бизнес-партнер компания «Смарт-НН», которая является крупным оптовым покупателем запечатываемых материалов и специализируется на размотке рулонов бумаги и картона на заказные размеры листов. Компания обладает на сегодняшний день одним из самых современных промышленных листо-резальных комплексов, который обеспечивает высокую скорость и точность резки материалов на любой формат. Объемы этого бизнеса росли из года в год, а в последние месяцы бизнес просто взлетел. «Цена бумаги на российском рынке бьет все рекорды, — говорит Евгений Фролов,



Презентация нового комплекса послепечатного оборудования Bobst в типографии «АПД» в Нижнем Новгороде



Производство картонной упаковки — один из основных видов деятельности типографии «АПД»

директор компании «Смарт-НН», — и мы можем продавать большие объемы с хорошей для нас маржинальностью, при этом не ввязываясь в откровенную спекуляцию. Возможно, кто-то нас обвинит в «использовании сложившегося положения», но это не совсем корректно. Мы несколько лет до этого активно инвестировали в данное направление и вполне заслуженно можем пользоваться результатами».

В свою очередь, Дмитрий Самохвалов отметил, что залог успеха типографии «АПД» лежит в использовании российского сырья, а именно бумаги «Омела» и картона «Кама». Также важным аспектом для получения прибыли является использование спецформатов, поскольку имеется возможность резать бумагу и картон на любой формат. Например, 16-страничная тетрадь для продукции формата А4 вполне успешно печатается на бумаге формата 62x88 см, при этом большинство типографий выбирают типовые форматы 62x94 см или 64x90 см. Только за счет неправильно выбранного формата компании изначально переплачивают за бумагу или картон 5–6% стоимости. Лишняя бумага все равно будет отрезана и уйдет в макулатуру. Мы же мотаем для себя минимально необходимый для данного заказа формат листов, обеспечивая низкую себестоимость по материалам».



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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



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

САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!



типография

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

СБОРНЫЕ ТИРАЖИ
выгодное решение для вашей рекламы

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

Принимаем заказы онлайн 24/7
на нашем сайте:

apd52.ru

Доставка по всем городам России



Парк печатных машин типографии «АПД» представлен оборудованием компании Heidelberg: четырех- и пятикрасочными офсетными машинами Speedmaster формата А2 и А1

Уверенное развитие

Двойная специализация, возможность оптовой закупки материалов для печати и их резки под специальные форматы, а также наличие автоматизированной системы управления предприятием позволяют типографии «АПД» уверенно развиваться даже в существующих условиях. К слову, в силу большой волатильности рынка система управления предприятием позволяет гибко регулировать доходную часть. «Я постоянно слежу за текущими объемами заказов, — говорит Дмитрий. — Если вижу, что «очередь» заказов удлиняется, я могу «одним движением» ввести нужные коррективы и повысить цены. При этом менеджерам по работе с клиентами ничего делать не нужно, система автоматически рассчитывает стоимость с учетом изменений. Если очередь «укорачивается», можно цены, наоборот, снизить, конечно, следя за маржинальностью».

Одним из примеров грамотного подхода к ведению бизнеса служит установка нового оборудования — в начале этого года в типографии «АПД» были смонтированы пресс для высечки Novacut 106 E и фальцевально-склеивающая линия VisionFold 80A2 от компании Bobst. Надо отметить, что до этого в типографии было установлено немало единиц оборудования для производства упаковки тайваньского и китайского производства. «Могу сказать, что на оборудовании азиатского

производства вполне можно работать — это был оптимальный выбор, когда мы только начинали выходить на рынок упаковки, — говорит Дмитрий Самохвалов. — Однако по мере развития производства и наработки опыта в этом сегменте возникает необходимость в увеличении надежности и высокой производительности оборудования, что предполагает использование разработок мировых лидеров. Мы рассудили так: следуя примеру развития успешных предприятий на упаковочном рынке, нам стоит рассмотреть приобретение оборудования компании Bobst. Также мы понимали, что оборудование Bobst — ликвидное, и если оно нам по каким-то причинам не подойдет, его всегда можно продать на вторичном рынке с минимальными потерями. Есть еще одна причина — нам бы не хотелось в будущем испытать сожаление о том, что мы своевременно не перешли на оборудование мировых лидеров. Мы должны были сделать все для того, чтобы обеспечить перспективы развития нашему бизнесу. С учетом всех аргументов мы остановили выбор на комплексе оборудования Bobst. Спустя некоторое время после начала работы, могу отметить, что мы нисколько не жалеем о сделанных инвестициях и полностью довольны инсталляциями».

Сравнивая опыт владения азиатскими машинами и Bobst, Дмитрий отмечает следующее: «Есть очень важные отличия, которые кроются в нюансах. Оборудование Bobst проще в работе, его реже приходится останавливать, оно более производительное (можно работать на больших скоростях), работает тише и аккуратнее. Наши сотрудники с удовольствием его осваива-



В типографии расширяют мощности допечатного участка за счет приобретения новых единиц оборудования. Недавно здесь было установлено СТР-устройство Amsky T864. А на пластинах Galaxy от Abezeta, поставляемых компанией МакЦентр, в «АПД» работают уже давно

ют. Можно провести аналогию с автомобилями. На первый взгляд, все легковые машины одинаковые (четыре колеса, мотор, руль и т.д.), но насколько отличаются машины премиального сегмента от «Жигулей», пусть и новых? Да, ездить можно и на том, и на другом, но ощущения совсем разные. Так что при дальнейшем развитии будем в первую очередь ориентироваться на оборудование Bobst».

Впрочем, Дмитрий привел и другие аргументы в пользу швейцарской компании: «У нас есть опыт приобретения оборудования как напрямую у производителя, так и у российских дилеров и дистрибуторов. Могу сказать, что работать напрямую нам нравится больше. Тот факт, что у Bobst в России свой офис и сервис, нам очень импонирует, у нас полностью доверительные отношения. До тех пор, пока в России остается хоть какое-то полиграфическое производство, мы будем успешно работать и развиваться».

Усиление допечатного участка

Еще одной новинкой, недавно появившейся в типографии «АПД», является термальное устройство для вывода пластин Augora T864 китайской компании Amsky. Допечатный цех типографии до этого был представлен несколькими единицами выводного оборудования компании Heidelberg. «Мы сторонники того, чтобы на нашем производстве было несколько CtP-устройств, — отмечает Дмитрий Самохвалов. — Это обеспечивает и оперативность вывода в условиях пиковых нагрузок, и резервирование на случай поломок оборудования, которые, к сожалению, случаются. К оборудованию Amsky мы пришли с подачи компании «МакЦентр» (официальный дистрибутор продукции Amsky в России. — *Примеч. ред.*). Несколько лет назад мы начали сотрудничать с этой компанией по формным пластинам. До этого использовали пластины известных японской и европейской компаний, а также многих различных китайских производителей, но соотношение цена–качество всегда было неудовлетворительное. Мы решили попробовать пластины Galaxy от компании Abetzeta. Существенной разницы по сравнению с японскими и европейскими пластинами практически нет, по крайней мере, в условиях нашего производства. А цена очень приемлема. Тиражестойкость и качество готовых форм оказались на высоком уровне. Поставки «МакЦентр»



Устройство для разделения заготовок из стопы



Цех по расфлатовке рулонов бумаги и картона на специальные форматы под требования клиентов. Использование листов под размеры печати конкретного заказа позволяет типографиям экономить на стоимости запечатываемых материалов

выполняет стабильно, необходимый объем всегда есть на складе. В результате мы полностью перешли на использование пластин Galaxy».

Спустя некоторое время встал вопрос о приобретении нового выводного устройства. «В компании «МакЦентр» нам предложили рассмотреть приобретение оборудования Amsky. Отзывы наших коллег-полиграфистов, которые уже используют данное оборудование, говорят об успешной практике его применения, что явилось одним из аргументов, чтобы присмотреться к предложению. Amsky T864 нас полностью устраивает и по скорости экспонирования (до 28 пластин/ч), и высокому разрешению 2400 dpi. Качество получаемых форм не отличимо от продукции более именитых производителей. При этом у Amsky существенно лучше ремонтпригодность. У других производителей при проблемах с экспонированием нужно менять всю экспонирующую голову, а у Amsky достаточно заменить вышедший из строя светодиод. Причем это можно сделать даже самостоятельно! Механика тоже очень простая и надежная. Во всяком случае пока никаких проблем с этим оборудованием у нас не было. Нельзя также забывать, что по стоимости приобретения Amsky сильно выигрывает у более именитых конкурентов», — подчеркнул Дмитрий.



Промышленные линии для ламинирования прозрачной пленкой, а также трафаретной печати для декоративной отделки оттисков

Специализация обязывает: усиление позиций в области УФ-печати



Андрей Сериков,
генеральный директор,
типография «Арбат»
[Москва]

Московская типография «Арбат» является сегодня одним из серьезных игроков на упаковочном полиграфическом рынке, предлагая услуги по производству картонных коробок разной сложности — от стандартных 4-клапанных до конструкций с фигурной высечкой, прозрачным окошком, складным дном или скошенными клапанами — для пищевых продуктов, кондитерских изделий, косметики, текстиля, посуды и т.д. Наряду с традиционными офсетными технологиями типография «Арбат» широко использует УФ-печать для выполнения работ по непьющим материалам — ме-

таллизированному картону, полипропилену, пластику, прозрачным пленкам и другим. Недавно на производственной площадке типографии была смонтирована и запущена вторая печатная машина концерна Koenig & Bauer — Rapida RA106-6+L SARC ALV2, которая позволила расширить возможности предприятия в сегменте производства упаковки с помощью УФ-печати.

Другая модель бизнеса

О диверсификации бизнеса в «Арбате» задумались еще в 2014 г. До этого компания занимала уверенные позиции на рынке рекламной полиграфии, изготавливая весь спектр рекламных материалов. Сравнивая сегодня две разные модели бизнеса, генеральный директор типографии «Арбат» Андрей Сериков отмечает: «С 1995 г. мы развивались в сегменте рекламного бизнеса и весьма преуспели в этом направлении, выстроив соответствующие производственные цепочки и обеспечив площадку необходимым полиграфическим оборудованием. Однако со временем рекламный рынок стал меняться, и это стало хорошо заметно в 2014 г., когда произошло резкое сокращение

рекламных бюджетов, и мы в полной мере ощутили нестабильность этого сегмента. Собственно, эта ситуация заставила нас серьезно пересмотреть всю модель нашего бизнеса и начать двигаться в сторону производства упаковки — более устойчивого и перспективного направления полиграфии. За несколько лет нам удалось полностью перестроить логику производства, дооснастить предприятие профессиональным оборудованием для изготовления упаковочной продукции и сосредоточиться исключительно на упаковочном сегменте, завершив диверсификацию нашего бизнеса. Сегодня я имею возможность сравнить особенности работы в двух столь разных направлениях полиграфии. Работа с рекламными заказами требует от типографии больших ресурсов, в частности увеличенно-



Обе машины Koenig & Bauer оснащены системами автоматического контроля качества печати производства Lithex, состоящими из сканирующего стола (на фото) и модуля автоматического считывания полей контрольной шкалы



В типографии «Арбат» установлена вторая печатная машина от концерна Koenig & Bauer — шестикрасочная Rapida RA106-6+L SARC ALV2, оснащенная для УФ-печати. Машина позволит максимально эффективно выпускать упаковку из непьющих материалов



Шестикрасочная печатная машина Rapida RA105ZF-6+L CX ALV2 переориентирована на печать упаковки традиционными масляными красками, чтобы иметь возможность предлагать клиентам разные технологии производства картонной упаковки. Машина также оснащена системой контроля качества печати от Lithes

го штата отдела продаж полиграфических услуг, а также отдела допечатной подготовки, специалистам которого приходится дорабатывать каждый макет клиента в соответствии с техническими требованиями производства. Кроме того, как мы убедились, рекламные заказы отличаются нерегулярностью, и их объемы зависят от многих факторов. Соответственно, это риски, что требует постоянного привлечения большого количества заказчиков, наличия многих единиц оборудования, но при этом и оптимизации собственного производства, чтобы предложить клиентам приятные цены. С переходом в упаковочный сегмент мы смогли реально оптимизировать производственные процессы, сократить вдвое отдел продаж и повысить финансовые показатели работы типографии. Жалею только, что раньше не начал осваивать этот сегмент. Пожалуй, единственная не совсем приятная особенность упаковочного бизнеса, это рассрочка платежей от 90 дней».

Погружение в УФ-печать

Изменение структуры заказов в сторону преобладания упаковки заставило руководство типографии «Арбат» задуматься и о модернизации печатного парка, который на тот момент состоял из пятикрасочной машины Speedmaster CD 102-5+L и шестикрасочной Rapida 105-6+L. «Все чаще мы начинали сталкиваться с ситуацией, что возможности нашей пятикрасочной машины Heidelberg не всегда были достаточными для выполнения упаковочных заказов — то размера листа не хватало для раскладки изделий, то количества красочных секций, — отмечает Андрей. — Мы решили ее заменить. Однако продав печатную машину, новую

сразу не приобрели. В итоге с мая прошлого года мы работали лишь с одной Rapida 105-6+L. Что интересно, и по обороту, и по марже одна машина показала выше результаты, чем до этого две. В отсутствие второй машины у нас появились свободные 120 м² для размещения палет с полуфабрикатами. Стало удобнее в плане прохождения заказов. Поскольку Rapida 105-6+L — гибридная, у нас были планы печатать как УФ-красками, так и масляными (даже заказали дополнительный комплект валов). А в итоге даже некогда было переставлять валы — много заказов оказалось именно на УФ-печать. Работали настолько интенсивно, что и на качественную профилактику не оставалось запаса времени, поэтому за те полгода, пока у нас эксплуатировалась одна машина, нагрузка на нее, конечно, ложилась огромная. Так что от планов покупки второй машины мы не отказывались».

Как рассказал Андрей, первоначально рассматривалось много разных вариантов покупки оборудования как нового, так



Парк послепечатного оборудования типографии «Арбат» для производства упаковочной продукции. На фото — вырубной пресс и пресс для тиснения фольгой от компании Bobst



Устройство для разделения заготовок картонной упаковки

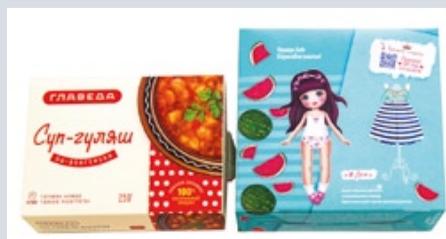


Фальцевально-склеивающие линии Omega 80 для фальцовки и склейки заготовок

и бывшего в эксплуатации. «Пандемия, безусловно, внесла коррективы в наш выбор, — отмечает генеральный директор типографии «Арбат». — На рынке исчезли более-менее адекватные предложения, остались лишь дорогие варианты. И мы практически уже присматривали покупку новой машины — не хватало некоего «знака свыше», чтобы сделка состоялась, но такого не случилось. В итоге мы остановились на бывшей в эксплуатации печатной машине Rapida 106 с секцией УФ-лакирования, которую нам предложили в одной из российских типографий. Возможно, что выбор в пользу именно этой машины оказался даже к лучшему с учетом текущей ситуации».



Как отмечает Андрей, несмотря на то, что Rapida 106-6+L не новая, развитие технологий концерна Koenig & Bauer хорошо заметно. «Запустив эту машину, мы планирова-



Типография «Арбат» полностью диверсифицировала свой полиграфический бизнес и сосредоточила усилия на производстве упаковки для пищевых продуктов, кондитерских изделий, косметики, текстиля, посуды и т.д.

ли перевести нашу шестикрасочную Rapida 105-6+L на традиционную масляную печать, — поясняет Андрей. — Однако смогли осуществить это только в конце марта текущего года. И то только по причине снижения рисков в данной ситуации, если потребуется корректировать себестоимость производства тиражей за счет использования традиционных красок и расходных материалов, которые дешевле, нежели расходники для УФ-печати. Должен сказать, что мы работаем с порядочными поставщиками — компаниями «Велес», «ОктоПринт Сервис» и «ЭйДжи Сервис», которые несмотря на ситуацию, в которой возможна спекуляция ценой, соблюдают договоренности, выполняют свои обязательства и держат под нас на складе тот объем краски, который мы регулярно выкупаем».

На сегодняшний день типография «Арбат» специализируется исключительно на производстве картонной упаковки. На Rapida 106-6+L планируется размещать более дорогостоящие заказы на невпитывающих материалах, а Rapida 105-6+L будет выполнять традиционные офсетные работы. Обе машины Koenig & Bauer оснащены системами автоматического контроля качества печати производства Lithet. Система состоит из независимых друг от друга сканирующего стола и модуля автоматического считывания полей контрольной шкалы. На столе производится оценка отклонения от эталона, в процессе которой улавливаются мельчайшие неточности, которые могут быть незаметны невооруженным глазом, в том числе обеспечивается надежный контроль при печати на сложных материалах — пластике, крафте и металлизированном картоне. Второй модуль осуществляет автоматический контроль и коррекцию оптической плотности краски. Датчики сканируют листы внутри машины, передавая данные с контрольной шкалы в центральный компьютер, где в случае отклонения от требуемых значений моментально производится необходимая корректировка. Это стабилизирует цветопередачу, существенно ускоряет процесс переналадки и сокращает количество материала на приладку. ■



Возможности типографии позволяют изготавливать упаковку разной сложности — от конструкций со сложной высежкой до миниатюрных коробок

KOENIG & BAUER

We print
your world



Мы комбинируем краски и запечатываемые материалы друг с другом, обеспечивая безграничное разнообразие печатной продукции. Уже более двухсот лет.

Потому что печать – это наш мир.

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

we're on it.

«Мы никогда не боялись экспериментировать»



Елена Черных,
зам. директора по технологии,
типография «Финтрекс»
[Москва]

Московская типография «Финтрекс» — одно из старейших коммерческих предприятий на российском рынке. В этом году типография отмечает 30-летие работы в области полиграфического производства. За прошедшие десятилетия компания освоила изготовление практически всех видов печатной продукции, справедливо заявляя, что предприятие «печатает все, кроме денег». О возможностях типографии и ключевых этапах ее развития нам рассказала заместитель директора по технологии типографии «Финтрекс» Елена Черных, которая почти с самого основания компании участвует в процессах освоения типографией технологий производства самых разных печатных изделий — от рекламной полиграфии до многостраничных журналов, от книг до упаковки.

Эмпирический путь

Начало деятельности типографии пришлось на 1993 г., когда полиграфический рынок еще не был насыщен коммерческой полноцветной полиграфией. Первые заказы «Финтрекса» — бланки, накладные — печатались в одну краску. Многие операции приходилось выполнять вручную из-за отсутствия специального оборудования. Как рассказала Елена Черных, на тот момент в типографии были установлены двух- и четырехкрасочные печат-

ные машины Planeta, позже появилась Rapida 104. «Имеющееся печатное оборудование обладало достаточным потенциалом, чтобы выполнять разные производственные задачи, — отмечает Елена. — Мы брали в работу все, что можно было напечатать типографским способом. Сначала это были простые черно-белые работы А5 формата, в 1995–96 гг. стали применять полноцветную печать. Первым таким заказом в «цвете» стали для нас плакаты. В то время мы освоили также многокрасочную печать этикеток офсетным способом и производили их большими тиражами. Кстати, до сих пор в числе наших заказов есть этикеточная продукция. Мы никогда не боялись экспериментировать и открывать новые для себя ниши. Например, на определенном этапе своего развития мы углубились в печать школьных тетрадей, в том числе продавали

готовую продукцию под собственной торговой маркой. Однако со временем рынок бумажно-беловых товаров специализировался, на нем появились производства, которые были в состоянии изготавливать большой объем такой продукции. На нашей рулонной машине «Циркон», которую мы приобрели под эти задачи, себестоимость тетрадей получалась выше, поэтому нам не было смысла развивать это направление, и мы выбрали другой сегмент. В частности, сосредоточились на производстве многостраничной полиграфии. Долгое время это был востребованный рынок. Как правило, каждое производственное объединение старалось выпускать собственный тематический журнал, тиражи начинались от 5000 экземпляров. Ежемесячно мы печатали большое число наименований журналов самой разной тематики, в их числе узкоспе-



В типографии «Финтрекс» установлены печатные машины первого формата японского производителя Mitsubishi — четырехкрасочная и пятикрасочная с секцией лакирования Mitsubishi Diamond 3000S. Они позволяют работать с большим диапазоном бумаг (от тонких до плотного картона) в режиме частой смены заказов



Рулонный печатный парк типографии позволяет снизить себестоимость изготовления многополосной продукции

специализированные, отраслевые издания. Тем не менее после 2008 г. количество такой периодики резко сократилось, и мы снова стали искать возможность загрузить наши производственные мощности. Преобладающей в структуре наших заказов оказалась рекламная продукция, производством которой мы также плотно занимались в течение нескольких лет, пока новые тенденции на рынке не заставили обратить наше внимание на другие сегменты полиграфического производства — упаковку и рекламную продукцию из плотного картона».

Универсальный профиль

Следует отметить, что к тому моменту технические возможности типографии «Финтрекс» заметно возросли, появилось производственное оборудование для выполнения послепечатных операций — вырубные пресса, пресс для тиснения фольгой, промышленный ламинатор, трафаретная линия и другое, что позволило развиваться в области производства продукции с дополнительной отделкой, налаживать технологию работы с плотными материалами, набирать опыт изготовления упаковочной продукции.

Важным шагом для типографии стало переоснащение печатного парка оборудования. В 2006–2008 гг. на предприятии приобрели две печатные машины японского производителя Mitsubishi — четырехкрасочную и пятикрасочную с секцией лакирования Mitsubishi Diamond 3000S. (В 2014 г. японские корпорации Mitsubishi и Ryobi объявили о слиянии и создании совместного предприятия Ryobi MHI Graphic Technology. В России бренд представляет компания «Терра Системы», — примеч. ред.). «Для нас модернизация печатного парка стала огромным шагом вперед, — отмечает Елена. — У машин Mitsubishi широкий диапазон материалов для обработки — от офсетной бумаги 55 г/м² до плотного картона. Это позволило нам расширять ассортимент выпускаемой продукции и предлагать универсальный пакет полиграфических услуг нашим заказчикам. В течение одной смены у нас проходит большой поток самых разных работ, поскольку по-прежнему мы сохраняем свой универсальный профиль и повышаем квалификацию в производстве наиболее востребованных видов полиграфии. В силу этого операторы печатной машины выполняют множество переналадок, поскольку заказы различаются и запечатываемыми материалами (тонкая бумага, офсетная или картон), и сложностью полиграфического исполнения (красоч-



Четырехкрасочная печатная машина Rapida 104 первого формата

ностью, наличием отделки — сплошным или выборочным ВД-лаком). Наше печатное оборудование позволяет работать в таком режиме частой смены технических характеристик заказов и до сих пор обеспечивает хороший уровень печати. Поэтому мы можем успешно работать в нескольких сегментах полиграфического бизнеса, обеспечивая одинаково высокий стандарт качества в производстве как упаковочной, так и книжно-журнальной и рекламной продукции».

Направления роста

Сегодня типография «Финтрекс» представляет собой современный производственный комплекс, расположенный на собственной площадке в 3000 м². Отсутствие арендных платежей позволяет обеспечивать разумную себестоимость выполнения полиграфических заказов и более уверенно работать в непростых экономических условиях. На предприятии многие сотрудники трудятся с самого основания типографии и имеют высокую



Мощности допечатного участка «Финтрекс» обеспечивают потребность в изготовлении печатных форм не только для нужд самой типографии, но и для других полиграфических производств



Резательный агрегат



Фальцевальная машина для изготовления тетрадей книжно-журнального блока



Вкладочно-швейно-резательные линии для производства многостраничных изданий со скреплением на скобу

ность печатной техники первого формата также играют в этом немаловажную роль.

В настоящее время одним из активно развивающихся направлений деятельности предприятия является производство упаковки самых разных конструкций и назначения — для тортов и конфет, алкоголя, ювелирных изделий, подарков и сувенирной продукции. Это могут быть самосборные коробки, крышка-дно, коробка-папка и другие. Типография тесно сотрудничает с рекламным агентством, специализирующимся на разработке макетов и конструкций коробок различного вида, поэтому может пред-

квалификацию по своей специальности. Внимательное отношение к каждому клиенту позволяет «Финтрекс» найти решение и реализовать любой запрос. Универсальный парк оборудования и надеж-



Специализированное оборудование для производства картонных коробок крышка-дно. Справа — тигельный пресс для вырубки





Упаковка — одно из активно развиваемых направлений

Типография «Финтрекс» имеет универсальный профиль и производит также журнальную и рекламную продукцию

ложить заказчикам не только большое разнообразие готовых решений, но и выполнить индивидуальные запросы.

В типографии стремятся к тому, чтобы каждое подразделение было прибыльным. Например, мощности допечатного участка «Финтрекс» обеспечивают потребность в изготовлении печатных форм не только для трех офсетных машин самой типографии, но и для других полиграфических производств, которые в силу разных причин не имеют собственного оборудования для вывода формных пластин или не могут его использовать. В силу того, что заказы в типографии могут быть из разных сегментов, бывает сложно обеспечить оди-

наковую загрузку всей производственной техники, поэтому в «Финтрекс» взаимодействуют с другими производственными компаниями, которые арендуют на короткое время оборудование типографии для выполнения своих заказов. Таким образом удается избежать простаивания оборудования (речь идет о послепечатной и отделочной полиграфической технике). В свою очередь, «Финтрекс» может брать и не профильные для себя заказы, например на широкоформатную печать или брендирование сувенирной продукции. Тем самым типография использует любые возможности для развития и освоения смежных областей печатного бизнеса. ■

RMGT RYOBI MHI Graphic Technology Ltd.

**“ЕСЛИ ВЫ ЗАБОТИТЕСЬ О КАЧЕСТВЕ,
ПРИБЫЛЬ ПОЗАБОТИТСЯ О СЕБЕ САМА”**

Масааки Имаи, «Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний»

RMGT 9
формат А1+



T

TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

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

ТЕРРА СИСТЕМЫ – эксклюзивный поставщик RYOBI MHI Graphic Technology в России, Украине, Беларуси и странах Балтии

«Выставки становятся ключевым местом, где возникают новые деловые отношения»



Сергей Дитёв,
директор выставок
RosUpack и Printech
[Москва]

Спустя несколько дней после анонсирования первых санкций организаторы выставок RosUpack и Printech заявили о том, что все мероприятия пройдут по расписанию. Максим Мережко, главный редактор портала www.PrintDaily.ru, обратился к директору выставок Сергею Дитёву с просьбой аргументировать такой оптимизм.

Сергей, недавно организаторы RosUpack и Printech заявили, что выставки состоятся в запланированные даты. Какой в этом смысл, учитывая тяжелый кризис на рынке?

— Выставки RosUpack и Printech всегда были и остаются крупнейшими в своих отраслях в России, а значит, являются важным инструментом для поддержания и выстраивания новых взаимоотношений, демонстрации и продажи оборудования, сырья и материалов. В ситуации, когда многие рекламные каналы прекращают свою работу в России, выставки становятся ключевым местом, где возникают новые деловые отношения. Помимо традиционного для бизнес-выставок поиска новых клиентов, резко возрастает запрос на замещение утрачиваемых цепочек поставок, поиск новых поставщиков и партнеров взамен ушедших с рынка — сейчас это жизненно необходимо для продолжения работы. В связи с этим только увеличивается значение деловой программы

выставок, призванной совместными усилиями экспертов искать ответы на самые острые проблемы в упаковочной и печатной отраслях.

Выставки не только поддерживают отрасль, но и являются ее отражением. На смену жесткой конкуренции приходит партнерство: мы видим примеры, когда недавние конкуренты объединяются и совместно решают злободневные проблемы, чтобы сохранить бизнес. Мы же в свою очередь создаем оптимальные условия для проведения переговоров.

Формальных препятствий для проведения летних выставок

«Помимо традиционного для бизнес-выставок поиска новых клиентов, резко возрастает запрос на замещение утрачиваемых цепочек поставок, поиск новых поставщиков и партнеров взамен ушедших с рынка — сейчас это жизненно необходимо для продолжения работы».

RosUpack и Printech на сегодняшний день не существует. Ковидные ограничения сняты, облегчен доступ посетителей на площадку, что является самой важной причиной участия для большинства компаний. Кроме того, с самого основания обеих выставок нас поддерживают крупнейшие отраслевые ассоциации, такие как «НКПак» и «ПакМаш». Также в этом году выставки традиционно включены в Сводный план Министерства промышленности и торговли РФ и поддерживаются другими государственными органами власти.

Многие крупные производители, бывшие ключевыми экспонентами выставок, в начале марта заявили о приостановке поставок в Россию. Как это отразилось на бронировании выставочных площадей?

— Безусловно, текущая ситуация отражается на RosUpack и Printech, как и на всех выставках любой отрасли. Сейчас время громких заявлений, но бизнес есть бизнес, и на самом деле компании активно разрабатывают новые стратегии, ищут варианты сотрудничества в новых условиях.

У нас давно существует система раннего бронирования стендов, и благодаря такому подходу за 2 месяца по прошествии выставок 2021 г. более половины площадей были выкуплены участниками на будущий год. В течение всего года работа над формированием экспозиции не останавливалась, поэтому на текущий момент более 80% выставочных площадей выкуплено, и продажи продолжают. Ежедневно мы получаем новые заявки на участие, а это значит, что и в сложные времена всегда есть место новым возможностям. Среди новых экспонентов немало таких, которые не участвовали в 2021 г. или вообще примут участие в выставке впервые в своей истории.

Сейчас более 80% экспозиции на RosUpack и Printech — российские компании. Пользуясь повышенным спросом деловой аудитории на замещение утраченных поставщиков, на рынок выходят компании из Китая, Турции, поддерживая баланс экспозиции.

Сколько компаний и какую площадь забронировали на данный момент? Как это соотносится с аналогичным периодом прошлого года?

— Сегодня мы наблюдаем перераспределение рынка, но показатели по масштабу экспозиции вполне стабильны, а в некоторых случаях превышают ожидания. Если сравнивать данные марта прошлого года с текущей ситуацией, то сейчас выставочная площадь составляет порядка 20 тыс. м², что превышает показатели за аналогичный период прошлого года почти на 2500 м².

Что касается количества экспонентов, то на сегодняшний день согласованы стенды более 320 компаний. Для сравнения: в марте 2021 г. у нас был подписан 301 контракт с участниками. Рост можно объяснить успехом выставок прошлого



26-я Международная выставка упаковочной индустрии

07–10 ♦ 06 ♦ 2022

Москва, Крокус Экспо

**Посетите самую крупную
международную выставку
упаковочной индустрии в стране!**

БОЛЕЕ 400 КОМПАНИЙ УЧАСТВУЮТ В ВЫСТАВКЕ:

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

**БЕСПЛАТНЫЙ БИЛЕТ
ПО ПРОМОКОДУ**

rsk22KRS

НА САЙТЕ rosupack.com



года: многие экспоненты приняли решение увеличить свои стенды, а те, кто не решился в прошлом году участвовать из-за пандемии, изменили свое отношение, посетив выставки в качестве гостей. Происходящие изменения на рынке формируют особый запрос на выстраивание новых контактов. Мы связываем позитивные ожидания от проведения мероприятий со снятием всех ковидных ограничений, что даст нам больше посетителей из регионов.

Нет ли планов сфокусироваться на локальных производителях оборудования и материалов и типографиях и предложить им более лояльные условия участия, чем обычно?

— Все годы, а это уже более 25 лет нашей истории, выставки и поддерживающие нас государственные структуры помогают российским производителям. На выставках существуют специальные условия участия для экспонентов из России. Как я упоминал ранее, более 80% российских производителей и поставщиков принимают участие в RosUpack и Printech на сегодняшний день, а это более 250 компаний. Но рынок не стоит на месте, компании из Турции, например, делают серьезную ставку на российского потребителя. Для компаний, не имеющих возможности приехать и принять участие лично, мы разработали систему дистанционного участия. К Китаю также сильно возрос интерес в мировой упаковочной отрасли. На наших выставках будут и представители таких компаний, и коллективные экспозиции. Поэтому мы уверены, что выставки состоятся и в очередной раз докажут свое первенство среди инструментов развития бизнеса.

Задача организаторов — соединить на одной площадке экспонентов с их прямыми клиентами, предложить пути решения актуальных проблем на мероприятиях деловой программы, а также максимально удовлетворить запросы компаний в поиске новых поставщиков и партнеров. Из года в год выставки RosUpack и Printech помогают компаниям заявлять о себе на российском рынке, мы не собираемся опускать руки и в этот раз.

Есть ли новые инициативы в области деловой программы?

— Помимо масштабной экспозиции в «Крокус Экспо» пройдет более 15 конференц-сессий по различным направлениям. Центральными событиями деловых программ выставок станут Форум производителей и потребителей упаковки RosUpack и Форум печатного и рекламного производства Printech. Оба мероприятия соберут руководителей ведущих компаний по производству упаковки и этикетки, крупнейших полиграфических производств, а также их заказчиков, FMCG-производителей. В фокусе деловой программы в этом году обзор и прогнозы развития рынка в условиях геополитической нестабильности, поиск новых решений — от оборудования до расходных материалов — для продолжения эффективного ведения бизнеса, обмена опытом и лучшими практиками антикризисного управления и производства.

Традиционно в этом году вот уже в девятый раз пройдет церемония награждения лауреатов премии PART Award в области дизайна и произ-



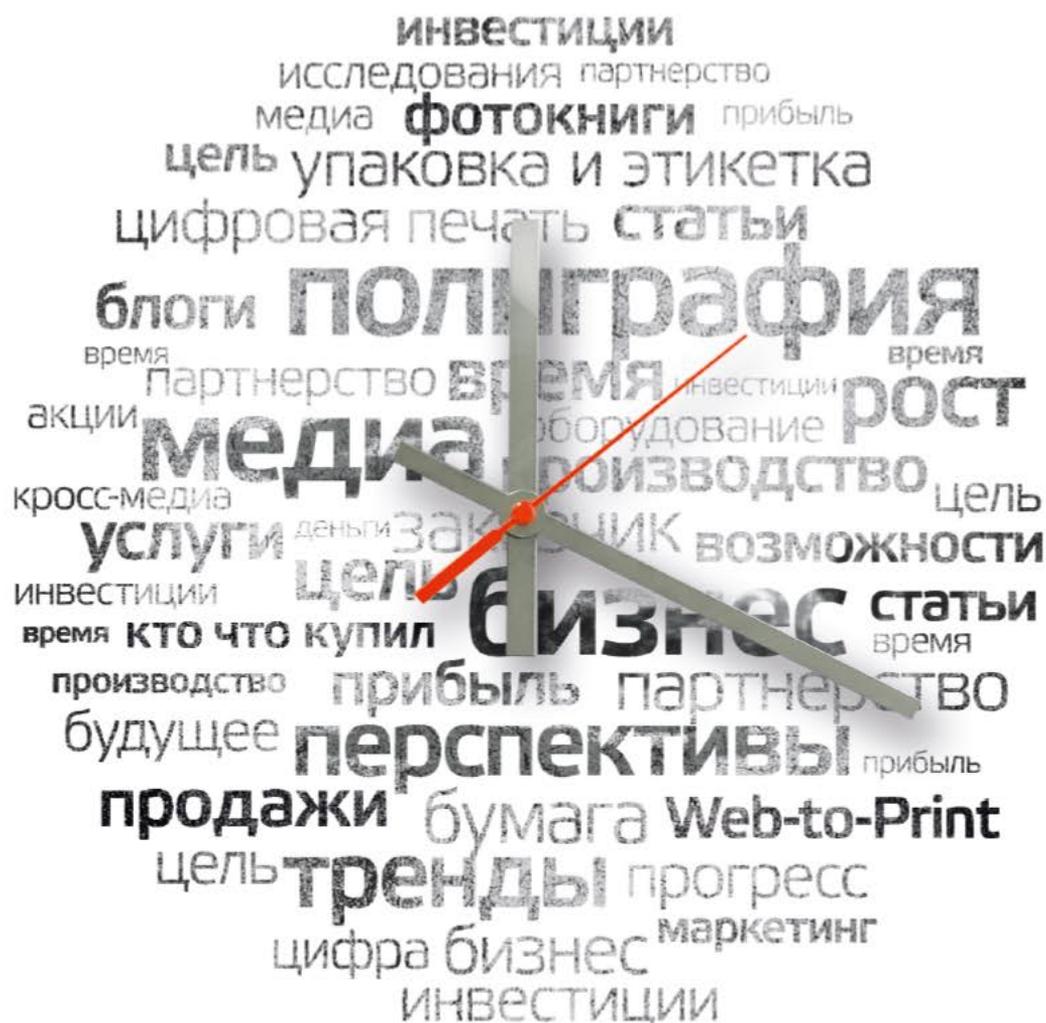
В июне 2021 г. выставки RosUpack и Printech стали первыми крупными отраслевыми офлайн-мероприятиями после периода ограничений, вызванных пандемией

водства упаковки. Ежегодно на соискание премии поступает более 90 заявок. Премия поддерживает стартапы, способствует продвижению молодых компаний на рынке.

В кризисные времена нужно сохранять спокойствие, не впадать в панику, а внимательно наблюдать за происходящим вокруг и продолжать профессионально делать свою работу. Мы следуем нашим планам и верим, что отрасль адаптируется к новым условиям.

Ждем всех профессионалов упаковочной, печатной и рекламной индустрий на выставках RosUpack и Printech с 7 по 10 июня в «Крокус Экспо».

P. S. Бесплатные билеты можно получить на сайтах выставок по промокоду NEWS.



Информационно-аналитический портал
для тех, кто принимает решения

Print Daily.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»

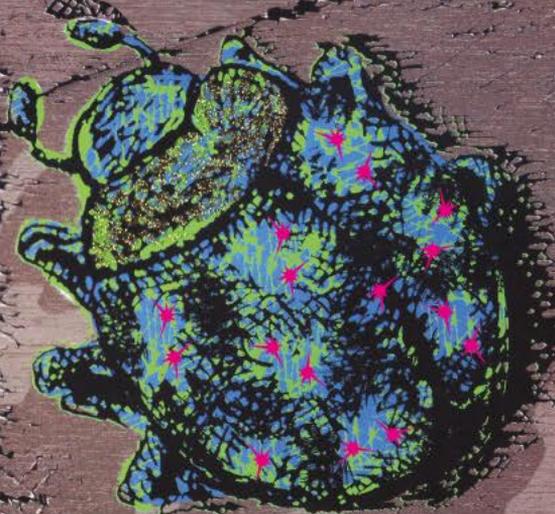


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М У К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи

от **250** экз.

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ
трафаретной
печатью



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

*В секретах бумаги —
история вдохновения*



www.ilimgroup.ru



www.omelapaper.ru

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов производства

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