



№4, июнь, 2019

СЧИТАЕМ РЫНОК РОССИИ:

ПОИСКИ

НЕДОСТАЮЩИХ КНИГ

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №4 (135)-2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Неучтенные книги, или О чем молчит статистика 2

ИНТЕРВЬЮ

Дмитрий Шведов и Дмитрий Мокин, Хегох Евразия

Переосмысление бизнеса: Хегох расставляет акценты 6

Михаэль Кёниг, Koenig&Bauer Sheetfed

Тренд в упаковке: оборудование в спецконфигурации 8

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография «Эй Пи Трэйд»

По пути диверсификации, или Широкоформатная печать премиум-качества . . 11

«Новороссийская типография»

Бизнес, который «затягивает», или Игра по-крупному в полиграфии. 14

Типография «Дважды два»

Типография «Дважды два»: в ногу с рынком и временем 18

ОБОРУДОВАНИЕ

Завод упаковочных изделий ТОКК

Печать по металлу, или Как изготовить алюминиевый колпачок 22

«Тверская фабрика печати»

Продуманность до мелочей, или Составляющие качественной печати. 26

Типография «Пи Квадрат»

Идеальный формат печати, или Экономика работы в рекламном сегменте . . 30

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

Реклама в номере:

Агфа 15	Фабрика офсетной печати. вкладка
Альфа-Дизайн. 1	Canon 4-я обл.
ВИП-Системы. клапан, 25	Heidelberg 29
ВМГ-Трейд 5	hubergroup 3
Илим 3-я обл.	Koenig&Bauer 9
ОктоПринт Сервис клапан	Lamstore 19
Ситипринт вкладка	NCL клапан, 2-я обл.
Смарт-НН 13	PrintDaily 20
Терра Принт 17	Ricoh 21
Терра Системы. клапан, 31	Viva-Star 4

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

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

Адрес редакции:

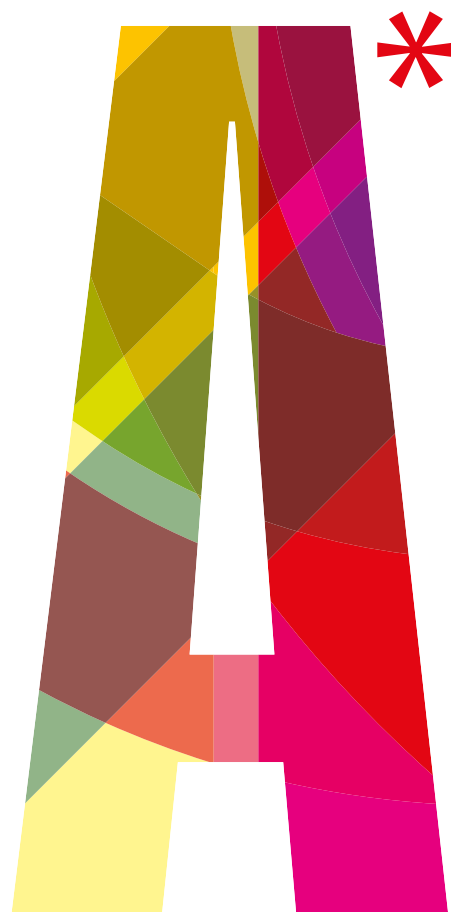
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© Издательство «Курсив»

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

ВНИМАНИЕ!

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



Изготовим любую рекламно-
коммерческую полиграфию,
книги и альбомы в твердом переплете
на современном оборудовании
на самом высоком уровне качества.

Красочно.

Полиграфия

Коммерческая—4+4; 5+5 on-line

Hi-End—10+лак on-line

Переплетно.

Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;

Фальцовка—«оконный фальц», микрокассеты;

ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;

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

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





Неучтенные книги, или О чем молчит статистика

Статистика — вещь полезная. Она позволяет оценивать ситуацию на рынке. Правда, статистические методы оценки не всегда дают абсолютно точные результаты в цифровом выражении, но почти всегда верно показывают тенденции развития рынка. Впрочем, у статистики есть особенности. В первую очередь, речь идет об источниках информации. Если оценивать объемы производства, например, книг, то хорошим информационным источником является Книжная палата, в которую издатель должен в обязательном порядке отсылать необходимое количество экземпляров каждой вышедшей в тираж книги. По количеству книг, полученных Книжной палатой за год, делаются выводы об объемах книжного производства в стране. Но все ли учитывает официальная статистика и как определить реальный объем рынка издания книг?

Официальные данные

Данные аналитиков рынка (например, тех, кто готовит отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям) говорят о том, что книжный рынок России переживает непростое время. Количество наименований книг, выпускаемых в нашей стране, в последние годы почти не меняется и составляет около 120 тыс. названий, а вот тиражи книг ежегодно сокращаются. За последние 10 лет с 2008 по 2018 гг. суммарные тиражи сократились почти в два раза — с 760 до 470 млн книг в год. В том же отчете указывается, что доля изданий, выходящих тиражом менее 500 экз., составляет уже поч-

ти 50%. Если дело пойдет такими же темпами и дальше, то еще через 10 лет книг вроде как вообще не будет. Впрочем, отмечается, что

По официальной статистике количество наименований книг, выпускаемых в нашей стране, в последние годы почти не меняется и составляет около 120 тыс. названий. При этом суммарный тираж книг сократился почти в два раза. Что изменилось на книжном рынке России и каковы его реальные объемы?

в 2017 г. наметилась небольшая тенденция к росту, измеряемая в единице процентов, что близко к статистической ошибке. Что же получается? Книжный рынок умирает? При этом в том же докладе упоминается, что на рынке происходят и другие кардинальные изменения. В России «возникла и активно развивается индустрия «самиздата»

(самопубликаций). Страна переживает «бум» творчества тысяч «народных» поэтов и писателей, размещающих свои произведения на специализированных ресурсах». А еще в России происходит «возникновение «альтернативных» полиграфических производств. На волне внедрения новых информационных технологий в издательско-полиграфический процесс, совпавшего со снижением спроса на книги как товар, меняется модель книжного производства в стране в целом. Происходит переход от «массового» производства книжной продукции, рассчитанного на широкий круг потребителей, к «персонификации» издательского предложения. Выстраивается модель производства книг «по требованию» («print-on-demand»), которая начинает становиться реальной альтернативой традиционной полиграфии». Таким образом, процесс, зародившийся еще 10–12 лет назад, теперь отмечается в государственных отчетах. Значит, он действительно стал заметным.

Для начала попробуем разобраться, о каких книгах идет речь. Если брать за основу официальную терминологию, то «альтернативными» полиграфическими производствами называются те, что заняты изданием книг «не совсем по

правилам», то есть минуя издательства. Такие книги могут появляться в нескольких случаях:

■ **«Самиздат».** По сути, любой человек, написавший книгу (от собственных мемуаров и бульварных романов до вполне серьезных исследований и научных трудов), хочет, чтобы эту книгу читали. Для кого-то это удовлетворение собственных амбиций, кто-то хочет оставить о себе память, кто-то стремится на этом заработать, научные труды хочется видеть вкладом в мировую науку и т. д. В результате любой желающий может обратиться в специализированные типографии или издательства (в том числе и электронные), которые эту книгу издадут, причем как со всеми атрибутами — ISBN и регистрацией в Книжной палате, так и без всякой регистрации небольшим тиражом.

■ **Корпоративная книга.** Сейчас становится модным явлением. В России началась «эпоха первых юбилеев», то есть на рынке уже немало компаний, которые появились в начале 1990-х гг. (а некоторые даже в самом конце 1980-х гг.) и им сейчас 25–30 лет. Возраст солидный, и многие приходят к выводу, что лучший подарок себе на юбилей — это «книга о себе». И запускают такой проект, как правило, довольно дорогой. При этом официальной регистрации у такой книги нет.

■ **Событийная книга 1.** Выставки, форумы, вернисажи, конференции и другие подобные мероприятия часто являются поводом подготовки и печати соответствующей книги (например, каталога выставки) или брошюры. Чем выше статус мероприятия, тем серьезнее издаваемая к нему книга и тем больше ее тираж. В стране регулярно проходят небольшие мероприятия, а издания к ним все равно нужны.

■ **Событийная книга 2.** Есть и другой вариант событийной книги, сугубо частный. Фотоальбом по случаю свадьбы, юбилея, рождения ребенка, поездки в экзотическую страну. Эти события для многих стоят того, чтобы их увековечить. И лучший способ это сделать — отпечатать книгу (часто говорят «фотокнигу», хотя сути дела это не меняет).

■ **Инструкции и документация.** Для целого ряда сложных това-

ров (оборудования, машин, устройств, бытовой техники) требуются инструкции. Порой это очень объемные книги. И если оборудование выпускается штучными экземплярами, соответственно, и инструкции нужны штучные. Более того, обычно следующая модель техники может содержать изменения и модификации, которые должны быть также отражены в инструкции.

■ **«Книги по требованию».** Это отдельный большой сегмент книжного производства, который может попадать в официальную статистику, а может и не попадать. Издательства, владеющие пра-

вами на ту или иную книгу, могут выпустить ее в продажу через интернет уже после окончания основного тиража. Выставив книгу в онлайн-магазине, издатель может получить заказ на покупку книги (или несколько заказов), после чего размещает ее производство в специализированной типографии. Как правило, этот объем учитывается в объеме реализации издателей и попадает в официальную статистику. Но есть и другой объем «книг по требованию». Любой автор книги может разместить ее на своем сайте или на специальных сборных сайтах для графоманов, и если найдется желающий купить



huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

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

издание, то может заказать его производство и продать покупателю. Этот объем обычно не учитывается.

■ **«Пиратская книга».** Есть и такая. Пример простой: любой желающий может скачать в интернете книгу или брошюру (официально или не очень) и превратить ее в готовое печатное издание. Дальше — путь «самиздата». Но если «самиздат» обычно печатает свое произведение, то «пират» чужое, и хорошо, если для себя, а может, и не только. Этот объем, разумеется, никак не учитывается официальной статистикой, но насколько он велик, сказать трудно.

Объемы книжного бизнеса

Некоторые аналитики приводят цифры, что около 3 млн россиян готовы в той или иной степени стать авторами собственных произведений. С другой стороны, операторы рынка традиционных издательских продуктов говорят о том, что «самиздат» в России пока еще нельзя назвать



рынком. В конце 2017 г. руководитель ведущего российского издательства объявил, что рынок «самиздата» в России находится в диапазоне от 10 до 100 млн руб., причем более вероятно нижняя граница (опубликовано в газете «Коммерсант»). По другим источникам, официальный объем «самиздата» составлял в лучшем случае 10–15 тыс. наименований в год со средней тиражностью 10–20 экз. Если взять за основу, что средняя стоимость изготовления простой книги составляет около 100 руб., то общий объем производства книг способом «самиздата» составляет в лучшем случае 15–20 млн руб. Капля в море... А как же 3 млн потенциальных авторов? Где их книги? Учтены ли фотокниги, корпоративные книги, отдельные виды «книг по требованию», не говоря уже про событийные книги, инструкции и т. д.?

На эти вопросы есть, как минимум, три разных ответа. Во-первых, существенная доля самостоятельных авторов удовлетворяются публикацией своих произведений на спе-

НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi

175 lpi

340 lpi

наглядный пример качества печати

*Визуализация эффекта

РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН, ВЕРСТКА

ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ РАБОТЫ

ДОСТАВКА ТИРАЖА

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

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

циальных литературных сайтах и вообще «не идут в бумагу», полностью довольствуясь тем, что их читают в онлайн. Во-вторых, те, кто готовы были бы напечататься «в бумаге», этого не делают, поскольку считается, что это процесс сложный, дорогой, и у большинства авторов нет никакого опыта в данной деятельности. В-третьих, весьма вероятна ситуация, что «самиздат» в России сильно недооценен, и объемы производства намного больше, чем их «видно» для проведения официального анализа. Если делать оценку только по данным Книжной палаты, то очевидно, что существенная доля малотиражных книг туда вообще не попадает. Книжная палата требует присылать 16 обязательных экземпляров для регистрации книги. При этом типовой тираж «самиздата» — 10–40 экз. Будет ли кто-то специально «удваивать» тираж, чтобы отправить книгу в Книжную палату, особенно если она печатается «для себя» или в качестве «подарка друзьям и родным»? Можно уверенно говорить о том, что подавляющее большинство корпоративной книги, вся событийная книга, инструкции и документация, а также заметная часть «самиздата» и «книг по требованию» официальной статистикой никак не учитываются.

Нам известно немало типографий, в первую очередь цифровых, которые вполне успешно работают на рынке тех книг, которые мы пытаемся описать. Нам не известны точные цифры их оборота, но то, что проскальзывает в интервью руководителей, в официальных данных на сайтах и в официальной бухгалтерской отчетности и т. д., совокупные объемы их реализации составляют около 3–4 млрд руб. (!). Скорее всего, большая часть их оборота — это официально учтенные книги из издательств, но если предположить, что хотя бы 10% их загрузки это книги из тех категорий, о которых мы говорим, то получается, что объем неучтенной печати книг сильно занижен. По самым скромным подсчетам, он должен находиться в районе 500 млн руб., а вовсе не 10 млн руб. и даже не «максимальных» 100 млн руб., указанных в газете «Коммерсант». То есть общий тираж «дополнительных» книг составляет около 50 млн экз.

Чтобы еще в большей степени удостовериться в своих оценках, приведем одну любопытную цифру. Год спустя (в конце 2018 г.) тот же «Коммерсант» опубликовал информацию, что рынок платного электронного «самиздата» (то есть, когда люди скачивают книги в электронной форме, заплатив за них) за год вырос в 3,5 раза (!) со 100 до 350 млн руб. А в 2019 г. предполагают, что он еще вырастет на 25%. Сложно комментировать... Люди стали настолько честными и за все скаченное стали платить? Или все-таки раньше кто-то провел не очень корректную оценку? В конце концов, это не так важно. Раз есть такой большой рынок электронного «самиздата», и он так быстро вырос, то есть надежда, что и печатный рынок «самиздата» будет расти, пусть и не так быстро, как электронный. Исходя из всего сказанного, рост в 7–10% в год следует ожидать.

Можно ли как-то влиять на процесс повышения интереса к «альтернативному» книжному производству? Все-таки 3 млн потенциальных авторов — это в теории очень серьезный объем производства в будущем. Пожалуй, главная причина «отказа от бумаги» у многих графоманов — это финансовый порог и сложности с организацией процесса. Чтобы процесс печати «самиздата» активно рос, нужны гибкие подходы к ценообразованию на печать книги и удобные интернетные сервисы по организации самого процесса. А путь такого развития в высоком уровне автоматизации как работы с авторами, так и процесса изготовления книги, который должен стать практически «бесчеловечным», поскольку именно человеческий ресурс становится все более и более дорогой частью себестоимости.

TOYO INK

For a Vibrant World



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

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



VMG

trade

Тел./факс: +7 (495) 780 01 83

www.toyoink.ru

www.vmg-trade.ru

Переосмысление бизнеса:

Херох расставляет акценты



Дмитрий Шведов,
руководитель отдела
продаж промышленного
оборудования Херох Евразия



Дмитрий Мокин,
менеджер по отраслевому
маркетингу,
Херох Евразия

В сентябре прошлого года в компании Херох Евразия сменился руководитель отдела продаж промышленного оборудования.

Эту должность занял Дмитрий Шведов, который имеет 11-летний опыт работы в Департаменте Партнерских операций Херох. С приходом Дмитрия на руководящие позиции активность Херох на российском рынке возросла, о чем свидетельствуют неоднократные информационные поводы, касающиеся поставок нового цифрового оборудования Херох. Произошедшие изменения в подходах ведения бизнеса и результаты этой деятельности мы попросили прокомментировать в головном офисе Херох Евразия.

Ф: Насколько успешной, по вашим оценкам, является деятельность компании Херох на российском рынке за последние несколько лет?

ДШ: Для компании Херох успешным можно считать 2017 г. У нас было реализовано несколько крупных проектов с установкой серьезного промышленного оборудования. Однако для нас важно выполнить не только финансовый план, но и ставить большое количество единиц техники, чтобы обеспечить покрытие рынка. И по итогам 2018 г. выполнить поставленные задачи удалось не в полном объеме.

ДМ: Добавлю, что продажа единиц оборудования важна с той точки зре-

ния, чтобы на машинах Херох печатались большие объемы продукции в России. Это дает возможность получить коммюлятивный и синергический эффект. Иными словами, поставка од-

В компании Херох пересмотрели тактику ведения бизнеса на российском рынке. Изменения коснулись подходов к продажам цифровых машин, позиционирования самого оборудования, были переосмыслены преимущества и расставлены правильные акценты. Итог этой работы виден в результативных проектах и новых инсталляциях оборудования

них машин тянет за собой другие, что позволяет увеличивать долю нашей компании на рынке и обеспечить себя в будущем лояльными заказчиками.

Ф: Что изменилось в ведении бизнеса компании в последнее время?

ДШ: С моим приходом в компанию в сентябре 2018 г. мы активно начали наверстывать упущенное. Мы переработали модель покрытия рынка, переформулировали подходы к продажам оборудования, пересмотрели позиционирование самого оборудования, переосмыслили и переформулировали часть презентаций — а это то, что мы говорим клиентам о нашей продукции, как преподносим преимущества оборудования. И результаты этой работы себя оправдали. К концу года мы смогли заключить несколько важных сделок по инсталляции цифрового оборудования у наших клиентов. И сегодня мы видим очевидные положительные изменения, которые говорят о том, что мы движемся в правильном направлении.

Ф: Какие конкретные шаги вы предприняли для пересмотра вашей тактики на рынке?

ДШ: На момент моего появления в Херох мы имели шикарную, уникальную машину, которая почему-то таковой не выглядела. Речь идет о цифровой печатной машине Xerox Iridesse Production Press. У нее очень хороший рыночный потенциал, у нее «вылечены» болезни Xerox Color Press 1000, которая тоже сделала большой бизнес многим компаниям. У Xerox Iridesse улучшена экономика и добавлена уникальная рыночная особенность — печать двумя дополнительными цветами в один проход. И надо признать, мы не очень хорошо умели подавать достоинства этого оборудования. Поэтому мы сделали паузу, продумали коммуникативную составляющую, смогли правильно донести информацию до наших партнеров и заказчиков. В итоге нам удалось быстро поставить две машины — в Москве («Цифровые технологии») и в Челябинске («Типография ВК»). В свою очередь, заказчики стали открыто рассказывать о преимуществах работы на этой машине, им она действительно очень нравится, и они смогли в полной мере воспользоваться всем функционалом оборудования. Все это повысило мотивацию и наших, и партнерских менеджеров по продажам.

Ф: Вы упомянули, что пересмотрели позиционирование оборудования. Как сегодня распределены акценты в линейке машин Херох?

ДШ: У нас есть массовые полиграфические решения, как, например, Херох

Color C70 и Xerox Versant 180 Press. Ежегодно мы ставим около 200 таких машин. Мы их действительно устанавливаем много. С одной стороны, это создает так называемую «засеянную поляну». Но с другой, перекоп в сторону выбора этих машин не дает пробиться более тяжелому оборудованию. Менеджеры по инерции продают одному клиенту вторую, третью машину Xerox Versant 180 Press, хотя в этом случае речь может идти о более серьезной технике. Мы постарались устранить этот перекоп и сместить интерес клиентов, которые нацелены на увеличение своих производственных мощностей, в сторону старшей модели с более высокой производительностью — Xerox Versant 3100 Press. Она несколько потерялась за новинками и анонсами. А машина хорошая, настоящая рабочая лошадка. При этом мы снизили стоимость клика по всей линейке оборудования, что положительно сказалось на стоимости владения. Сегодня, в середине года, мы уже видим результаты. Продажи машин Versant 3100 Press выросли.

Флагманом нашей линейки по-прежнему остается цифровая машина Xerox iGen, которая обладает рядом неоспоримых преимуществ, что позволяет позиционировать эту машину отдельно. Но на текущем этапе продавать ее стало сложнее, в том числе по причине появления машины Xerox Iridesse, которая очень близко подобралась к Xerox iGen по своим характеристикам и по нагрузкам, которые она может выдерживать. В этой связи нам предстоит проделать такую же умственную работу, как мы проделали с Xerox Iridesse, и переосмыслить позиционирование Xerox iGen.

ДМ: Одно из главных преимуществ Xerox iGen — это работа с фактурными, тяжелыми материалами. Если таких материалов в типографии около 10%, то возможностей Xerox Iridesse вполне будет достаточно. Если же сложные запечатываемые материалы, которые применяют в работе полиграфические компании, составляют 50%, то однозначно речь идет о приобретении Xerox iGen. Это самая устойчивая для таких работ машина.

ДШ: По этой причине те типографии, которые являются успешными владельцами машин Xerox iGen, не спешат отказываться от них, даже если они для развития бизнеса покупают параллельно Xerox Iridesse. У нас уже два таких реализованных проекта, анонс о которых скоро появится.

Ф: Расскажите о вашей партнерской сети. В свое время в компании доволь-

но активно велась работа в плане подготовки партнеров по продаже техники Xerox.

ДШ: У компании Xerox самая широкая партнерская сеть в России. Страна у нас большая, поэтому наши партнеры на местах должны обладать необходимой квалификацией, чтобы грамотно позиционировать оборудование на рынке, профессионально обслуживать и успешно продвигаться в продажах в своем регионе. Обучению партнеров мы всегда уделяли большое внимание.

ДМ: Подготовка партнеров по полиграфической тематике в течение многих лет входит в мою компетенцию. В этом году мы возобновили активность в этом направлении. Провели очень серьезный технический курс для наших партнеров. И в настоящее время набираем желающих на летний курс для обучения продавцов.

ДШ: Кроме того, мы возродили Клуб для наиболее квалифицированных партнеров Xerox, работающих на полиграфическом рынке коммерческой печати. Определили требования к партнерам и уровень дополнительной поддержки от наших офисов. Четко прописали мотивационную часть, что в конечном счете должно способствовать увеличению продаж оборудования.

Ф: Как развивается направление струйной печати Xerox?

ДШ: Мы рассматриваем рынок струйной печати как интересный и перспективный. Безусловно, наличие машин струйной печати в нашей линейке расширяет горизонты. Другое дело, что в России слабо представлены отрасли, где струйные машины обычно применяются в мире — это печать персонализированных каталогов, ритейловых каталогов, директ мейл, транзакционная печать. В России струйная печать в основном используется в сегменте книжного производства. Среди наших клиентов можно назвать компании Т8 и «Высшая школа» («Смоленский полиграфкомбинат»). В России листовых струйных машин (Xerox Brenva HD) не представлено. Однако есть инсталляции рулонного струйного оборудования: машин Compact, Impica Evolution и Trivor 2400. Перспективы рынка в России есть. Однако порог входа на него высокий, поэтому проекты в основном крупные, точечные. На сегодняшний день одним из перспективных направлений развития струйной печати в России является фармацевтический рынок для печати черно-белых инструкций, вкладываемых в лекарственные препараты. Инструкции становятся брендированными, по новым требованиям в них прописывается дата производства и

сроки хранения препарата, а это ведет к сокращению тиражей и частой допечатке новых инструкций с новыми данными. В конце июня Xerox анонсирует в США, в Рочестере, мировую премьеру — новую листовую струйную машину.

Ф: Как вы относитесь к тому, что клиенты, особенно те, которые исторически работали на вашем оборудовании, выбирают машины других производителей?

ДШ: Это бизнес, мы стараемся относиться к этому с пониманием. У нас был период, когда мы потеряли несколько знаковых клиентов с большим серьезным оборудованием. Это болезненная, неприятная ситуация. Каждый такой заказчик — это история отношений, совместно выросший бизнес. Мы, конечно, будем делать все, чтобы такого не допускать. Но это в целом не ломает модель нашего бизнеса, не рушит глобальный сервис, систему продаж. «Тяжелых» машин ставятся десятки, а машин «полегче» — сотни. Поэтому несмотря на потери в так называемой показательной части, мы сохраняли долю на рынке, собственную структуру поддержки полиграфического оборудования, зону своего покрытия. И по количеству инсталляций у нас существенного спада не было. Сегодня у нас много новых клиентов, которые до этого работали в другом сегменте печати и приняли решение расширять бизнес.

Ф: Считаете ли вы участие в отраслевых выставках полезным для компании Xerox?

ДМ: Наша компания старается участвовать во всех значимых мероприятиях отрасли. Для нас это часть маркетинговой стратегии, и мы используем выставочные площадки, чтобы заявить о наших преимуществах. В предстоящей выставке Printech 2019 мы также принимаем участие. У нас один из самых больших стендов на этой площадке, где мы собираемся представить всю линейку нашего оборудования — от машин начального уровня до перспективных моделей оборудования, о которых мы уже упоминали выше. К примеру, Xerox Iridesse Production Press будет представлена с максимальным набором функций, включая печать белым тоном и работу с материалами длинного формата. Также мы покажем полноцветные машины Xerox Versant 3100 Press и Xerox Versant 180 Press. Все представляемые нами решения служат главному принципу — способствуют повышению прибыльности бизнеса их владельцев и позволяют изготавливать продукцию с дополнительной ценностью. В этом году мы постараемся представить наше оборудование свежо и интересно.

Тренд в упаковке: оборудование в спецконфигурации



Михаэль Кёниг,
ведущий менеджер по продажам,
Koenig&Bauer Sheetfed

В мае 2019 г. по приглашению компании Koenig&Bauer российские полиграфисты и представители отраслевых средств массовой информации из разных стран мира посетили завод концерна в Радебойле, расположенном недалеко от Дрездена. Производственная площадка в Радебойле ориентирована на разработку и выпуск листовых офсетных машин Rapida от среднего до супербольшого формата. В рамках этой поездки ведущий продакт-менеджер Koenig&Bauer Sheetfed, ответственный за направление листовой печати в Восточной Европе, Михаэль Кёниг ответил на несколько вопросов для нашего издания.

Ф: Как меняется спрос на листовые машины за последнее время? И в каком сегменте рынка компания Koenig&Bauer видит наибольшие перспективы расширения своего присутствия в России?

МК: В традиционной офсетной печати концерн Koenig&Bauer предлагает современные и автоматизированные листовые печатные машины разного формата и конфигурации. В настоящее время мы позиционируем себя в качестве ведущего разработчика и производителя специальных конфигураций печатного оборудования. Около 70% нашего производства ориентировано сегодня на выпуск машин для упаковочного сегмента. За последние два года около 90% всех проданных машин в Восточной Европе предназначены именно для работы на упаковочном рынке. И

таких машин появляется все больше. Оценивая российский рынок, могу отметить, что здесь также преимущественно запрос идет на сложные конфигурации машин для производства картонной упаковки.

Ф: Какие требования клиенты предъявляют к конфигурации офсетного оборудования?

МК: В последние годы растет тенденция к увеличению печатных секций. Запросов на простые четырехкрасочные машины встречается уже довольно редко. Сегодня клиентам все чаще требуется печатать специальными красками, в том числе Pantone, для чего необходимо наличие дополнительных секций на машине. Это общемировая тенденция. Поэтому при выборе оборудования клиенты рассматривают печатные машины

В этой связи концерну Koenig&Bauer есть что предложить. Листовые машины Rapida — универсальная платформа для производства печатной продукции, которая отвечает современным веяниям отрасли и может комплектоваться решениями, необходимыми для клиентов в каждом конкретном случае. Это могут быть многосекционные машины с устройством переворота листа или без, позволяющие выполнять отделку разными видами лака, в том числе работать с гибридными красками, а также запечатывать разные по толщине материалы, вплоть до микрогофрокартона и пластика.

Ф: Кто является покупателем такого оборудования?

МК: С одной стороны, это полиграфические предприятия, специализирующиеся на производстве упаковки, которые модернизируют парк своего оборудования, с другой — типографии, которые открывают для себя новые направления бизнеса или меняют свой профиль на производство упаковки, поскольку сегодня считается это одним из перспективных векторов развития отрасли. И об этом говорят цифры — на европейском рынке отмечается 8–10% рост упаковочного сегмента.

Ф: Можно ли оценить в количественном отношении продажи компании Koenig&Bauer в России за последние несколько лет?

МК: Предыдущие два года мы удерживаем лидерство среди поставщиков офсетного оборудования в России по количеству инсталляций печатных секций. В 2016 г. и 2017 г. мы инсталлировали по 16 секций. Нами были реализованы крупные проекты среди ведущих в своем сегменте российских полиграфических компаний. В этом году мы ощущаем некоторый спад продаж. Тем не менее год еще не закончился. В ближайшее время будет запущено новое оборудование в «Московском центре упаковки». Что же касается очередных проектов, то пока говорить о них рано. Мы над ними работаем.

Хотел бы отметить, что наша задача не только продавать машины, но и повышать качество услуг сервиса. В этом мы видим одно из преимуществ для клиентов работы с компанией

Компания Koenig&Bauer является одним из ведущих разработчиков и производителей специальных конфигураций печатного оборудования. Около 70% производства концерна ориентировано сегодня на выпуск машин для упаковочного сегмента. В России преимущественно запросы идут на сложные конфигурации печатных машин для производства картонной упаковки

шести-, семикрасочные, зачастую с дополнительными секциями отделки в линию. Сейчас даже вторичный рынок шестикрасочных машин самый дорогой, поскольку такое оборудование позволяет выполнять работы с использованием дополнительных цветов, металлизированных красок, праймера и т. д. Можно сказать, что это стало уже стандартом печати.

KOENIG & BAUER

Rapida 105 – надежный источник силы для вашей типографии

Максимально эффективная,
технически продвинутая и
простая в обслуживании –
Rapida 105 – выбор номер один
с точки зрения надежности в
среднем формате.

С теми преимуществами
и функциями, которые вам
реально нужны.

ООО «Кениг & Бауэр РУС»
Телефон: (495) 782-13-77
kba@kba-print.ru
www.kba-print.ru



we're on it.

Koenig&Bauer. У нас сильная команда российской дочерней компании «Кениг&Бауэр РУС», которая обеспечивает слаженный и качественный сервис, может решать многие технические задачи без привлечения помощи завода. Наши разработчики оборудования многое сделали, чтобы для инженеров был открыт доступ к машине и большинство проблем решалось дистанционно. Это очень помогает проводить удаленную диагностику оборудования и в кратчайшие сроки устранять неисправности, что позволяет клиентам сохранять высокий темп производства и обходиться без серьезных срывов.

Ф: Могли бы вы назвать некоторые интересные проекты, реализованные Koenig&Bauer в России и Восточной Европе?

МК: Как я уже говорил, в последнее время большинство поставок нашего оборудования связано с сегментом производства упаковки. Как правило, это многосекционные машины сложной конфигурации. Среди заметных инсталляций такого рода могу назвать компанию «Лунапарк» в Украине, где будет установлена 14-секционная машина, причем одна секция лакирования стоит до печатных секций и две — после. В одном из крупнейших предприятий в индустрии упаковки в Северо-Западном регионе России — в компании MM Packaging — инсталлированы две машины с двумя лакировальными секциями (одна — 12-секционная, вторая — 14-секционная). Также хотелось бы отметить значимые для нас проекты в московской типографии «Дельта-Принт Т», где была поставлена первая в России печатная машина Rapida 75 Pro в шестикрасочном исполнении, оснащенная секцией лакирования и УФ-сушильными устройствами, а также в АО «ВМС-Принт» (Подольск) установлена аналогичная машина, оснащенная для УФ-печати. Кроме того, у нас есть инсталляции и малоформатных машин с 6–7 секциями, что довольно много для машин малого формата. Компания Koenig&Bauer старается идти навстречу запросам клиентов и предоставлять технические средства для выполнения их коммерческих задач.

Ф: Как вы ощущаете по своему региону, насколько интересным остается офсет, особенно в сравнении с цифровой печатью? Существует ли такой тренд, что офсетные компании переходят на «цифру»?

МК: Цифровая печать обладает своими преимуществами и может применяться для решения ряда производ-

ственных задач типографий. Однако не стоит забывать, что офсетные производители также работают над автоматизацией, повышением скорости печати, сокращением времени приладки, снижением себестоимости оттиска и т. д. В числе наших клиентов преимущественно типографии, которые на профессиональном уровне занимаются производством упаковки и перерабатывают существенный объем заказов в этом сегменте. В настоящее время на рынке пока нет цифровых печатных машин такого уровня, которые бы могли заменить офсетные технологии производства упаковки. Поэтому о том, чтобы упаковочные типографии переходили на использование цифровой печати, речи не идет. «Цифру» иногда интегрируют в офсет-

На выставке
drupa 2020 концерн
Koenig&Bauer со-
вместно с компанией
Durst Phototechnik
представят новую
разработку — гибридную
машину VariJET
для печати не только
на картоне, которая
объединит цифровую
и офсетную технологию с дополнительными возможностями
отделки

ное производство, но в качестве все же вспомогательного средства.

Ф: Тем не менее концерн Koenig&Bauer ведет разработки цифрового оборудования совместно с итальянской компанией Durst Phototechnik. Как продвигается работа в этом направлении?

МК: Первые результаты нашего объединения усилий мы планируем показать на выставке drupa 2020, где представим совместную разработку — машину VariJET для печати не только на картоне. Это будет гибридная машина, оснащенная как секцией струйной цифровой печати, так и офсетной, а также иметь возможность праймирования листа, нанесения лака и дополнительной отделки. Мы отмечаем, что рынок таких машин, где требуется объединить преимущества офсетной и цифровой печати, существует. Например, у клиента имеется цифровой заказ, где необходимо запечатать

большую плашку. В этом случае имеет смысл печатать его с использованием офсетной секции с подключением цифровой для допечатки другой информации.

Ф: Если говорить о коммерческом или книжном производстве, то здесь отношение к цифровой печати несколько иное.

МК: Соглашусь, что цифровая печать в этих сегментах более широко используется. Отмечу, однако: раньше считалось, что такие проекты, как web-to-print, можно реализовать исключительно с помощью цифрового печатного оборудования. Практика показывает, что это далеко не так. В Европе существуют полиграфические компании, которые работают в данном сегменте и выполняют заказы именно на офсетных машинах сборными тиражами. За счет высокой автоматизации офсетного оборудования все это возможно делать. Тем не менее у цифровой печати есть будущее, она растет. Но мы смотрим на это в том ключе, чтобы совместить преимущества двух видов печати.

Ф: Сегодня в России наблюдается интерес к LED-UV сушкам и высокорекреативным краскам, пока, правда, преимущественно в рекламном сегменте. Ощущаете ли вы интерес к таким решениям и рекомендуете ли их использование клиентам?

МК: Мы не просто рекомендуем, но и со своей стороны предлагаем собственные разработки в области светодиодных сушек. Что касается заинтересованности рынка, то в 2018 г. мы ощутили спад спроса на эту технологию. При всех преимуществах применения сушек LED-UV, позволяющих намного быстрее закреплять краску, существуют вопросы, касающиеся экологии и безопасности их использования. Многие клиенты-упаковщики отмечают, что для применения светодиодных сушек для печати продукции для пищевой промышленности, а также книг и другой полиграфии для детей, требуется соответствующий сертификат. В этом году разработчики представили на рынок новые фотоинициаторы, которые позволят продвинуться в области более широкого применения технологии LED-UV. Хотя стоит понимать, что переход от одной технологии к другой всегда сопряжен с перестройкой производственного процесса, а на это требуется и время, и инвестиции, и желание самой компании. Со своей стороны мы постараемся сделать этот процесс перехода наиболее комфортным для наших клиентов.

По пути диверсификации, или Широкоформатная печать премиум-качества

В Санкт-Петербургской компании «Эй Пи Трэйд» мы были ровно год назад. Тогда в типографии провели серьезное обновление цифровых печатных машин, дооснастив одну из них секцией печати белым тоном, усилив таким образом свои позиции на рынке продукции с добавленной стоимостью. Очередные изменения парка оборудования предприятия вновь привели нас в «Эй Пи Трэйд», где не так давно был установлен широкоформатный принтер Océ Colorado 1640. Поставка и установка машины была осуществлена партнером Canon — компанией «Графические технологии». В беседе с генеральным директором цифровой типографии «Эй Пи Трэйд» Кириллом Адальшиным мы попросили рассказать о расширении бизнеса и новых возможностях предприятия.

Сувенирный бизнес

«За прошедший год у нас действительно произошли некоторые изменения, — рассказывает Кирилл. — Мы продолжили инвестиции в наши производственные мощности. В сложившейся ситуации мы считаем, что для нас правильными являются два направления развития: диверсификация изготавливаемой продукции и повышение нашей автономности. Вопреки распространенному мнению, что субподряд позволяет эффективно производить продукцию, мы стремимся все делать сами и активно над этим работаем».

За год, прошедший с момента нашего прошлого посещения, в компании открылся новый цех — сувенирной продукции. «У нас немало крупных серьезных клиентов, для которых мы печатаем полиграфическую продукцию. Но время от времени этим же клиентам нужна и сувенирка, которую они раньше заказывали в других компаниях. Мы решили, что будет правильно, если они начнут размещать заказы на сувенирную продукцию у нас. В итоге осенью прошлого года мы запустили собственный цех сувенирной продукции», — пояснил Кирилл.

Инвестиция оказалась весьма своевременной. В полиграфический сезон прошлого года сувенирный цех был уже сильно загружен, спрос на качественно выполненные брендированные сувениры получился высокий. И даже сейчас, в начале лета, загрузка все равно остается существенной, хотя традиционно это время спада для подобных заказов. Скорее всего, сказывается репутация компании и грамотный подбор оборудования для сувенирного производства. По сути, здесь используются все типовые технологии нанесения изображений на сувенирную продукцию.

Послепечатные мощности

Помимо инвестиций в «сувенирку», в «Эй Пи Трэйд» появился ряд нового автоматизированного послепечатного оборудования. В частности, новая линия для изготовления брошюр на скобе, работающая с подобранными цифровой печатной машиной ком-



Кирилл Адальшин,
генеральный директор,
типография «Эй Пи Трэйд»
[Санкт-Петербург]

плектами листов будущего издания. Кирилл отметил: «Брошюровка, переплет и другие послепечатные процессы становятся для нас все более важными, поскольку именно они позволяют зарабатывать, а не запечатанные листы. И чем эффективнее мы сможем делать продукцию и чем меньше при этом ручного труда, тем успешнее бизнес. Мы считаем, что это одна из перспектив развития». Послепечатные возможности компании постоянно растут. Более того, по площади они уже многократно превышают печатные цеха.



В типографии «Эй Пи Трэйд» инвестировали в струйный широкоформатный принтер Océ Colorado 1640, позволяющий печатать с высокой насыщенностью цветов и широчайшим цветовым охватом при использовании всего лишь четырех красок. Справа на фото: гелевые УФ-чернила

Инвестиции в широкую печать

Главным информационным поводом, который привел нас в типографию «Эй Пи Трэйд», стала установка нового струйного широкоформатного устройства Osce Colorado 1640. Это серьезное печатающее устройство, рассчитанное на универсальное профессиональное использование. И это при том условии, что раньше типография серьезно широкоформатной печатью не занималась. «С одной стороны, появление у нас Osce Colorado 1640 было событием случайным, а с другой — это этап нашей запланированной диверсификации, — рассказал Кирилл. — Наш давний партнер — компания «Графические технологии» — предложил нам протестировать принтер Osce Colorado 1640. И хотя изначально планов идти в широкоформатную печать у нас не было, решили попробовать, поскольку у наших постоянных клиентов периодически возникают потребности в широкоформатной продукции».

Как сказал Кирилл, в Санкт-Петербурге предложений по широкоформатной печати достаточно много: «Этот бизнес многим кажется привлекательным. Порог входа относительно невелик (есть широкоформатные сольвентные принтеры, которые можно приобрести недорого). В результате в предложениях в городе нет недостатка, и цены на готовую продукцию снизились до минимума. Казалось бы, выходить на рынок в таких условиях довольно глупо, но с теми возможностями, которые дает Osce Colorado 1640, мы решили попробовать».

Во время тестирования принтера выяснилось, что уникальная технология печати, заложенная в этом устройстве (здесь используются уникальные гелиевые чернила с УФ-отверждением), позволяет печатать продукцию с принципиально другим уровнем качества. Это очень высокая насыщенность цветов, широчайший цветовой охват (хотя печать ведется в 4 краски), адгезия чернил к любым запечатываемым материалам, даже тем, которые специально для печати не предназначены, отличная работа чернил «на просвет» (для печати бэкклита), при этом хороший формат и достойная производительность. В результате ряд постоянных клиентов типографии быстро оценили новинку, и в типографии сразу образовался определенный объем печати.

«Конечно, одними дополнительными работами от наших основных заказчиков мы машину не загру-



Устройство струйной цифровой печати по ткани



Трафаретная карусель для нанесения изображений на ткань



Сушильное устройство для отпечатков, сделанных на трафаретной линии



Типография «Эй Пи Трэйд» за последний год инвестировала в послепечатное оборудование. На фото: линия для изготовления брошюр на скоте



УФ-принтер для печати по невпитывающим материалам. Позволяет брендировать сувениры

зим, — говорит Кирилл. — А это довольно дорогой вид оборудования, и иметь его «на всякий случай» — роскошь непозволительная. Поэтому мы сейчас разрабатываем программу по продвижению возможностей нашего нового устройства. Нужно всех наших клиентов не просто оповестить о новом оборудовании, а показать его возможности воочию. Продукцию, отпечатанную на Océ Colorado 1640, нужно видеть. Поэтому мы готовим в настоящее время комплект образцов на наиболее востребованных видах широкоформатных материалов и раздаем их своим текущим и потенциальным клиентам (впрочем, и с другими видами продукции мы делаем то же самое). У многих из этих клиентов есть определенный объем широкоформатных заказов, так что наша первая задача убедить их делать эти заказы на высоком уровне, который недоступен большинству обычных широкоформатчиков. И делать их у нас. Вторая задача на перспективу — это привлечь новых заказчиков, которым нужна высококачественная продукция. Конечно, играет немаловажную роль для клиента возможность заказать весь набор необходимой полиграфии в одном месте. Это экономия времени, удобство логистики, минимизация рисков. Мы все-таки проверенные и надежные партнеры, и за высокое качество продукции отвечаем».

Такой путь расширения своих возможностей выбрали в типографии «Эй Пи Трэйд». При этом уникальные возможности принтера Océ Colorado 1640 позволяют типографии зайти на высоконкурентный низ-



Образцы сочной печати на широкоформатном принтере Océ Colorado 1640



Папка с образцами печати, показывающими возможности типографии



комаржинальный рынок широкоформатной печати. Когда потенциальные заказчики видят результат печати, они понимают, что это другой уровень, и типографии удается продавать печать на Océ Colorado 1640 дороже, чем обычную широкоформатную печать. За-

дачи маркетинга типографии сделать так, чтобы оттиски с Océ Colorado 1640 увидело как можно больше потенциальных заказчиков. И если это получится, то в типографии появится еще один вид бизнеса — широкоформатная печать премиального качества. ■

Смарт

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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

Большой ассортимент отечественной
и импортной бумаги высокого качества

Расфуровка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер разматана в Смарт-НН

Бизнес, который «затягивает», или Игра по-крупному в полиграфии



Вячеслав Шевченко,
директор, «Новороссийская
типография»

Много лет на рынке бытует мнение, что полиграфический бизнес перестал быть привлекательным для сторонних инвестиций. Новых типографий практически не появляется, бизнесмены не видят перспектив в печатном бизнесе. Спорить с этим сложно, но примеры, опровергающие эти утверждения, встречаются, хотя и не так часто, как хотелось бы. «Новороссийская типография» из одноименного города — один из таких примеров. Беседа с владельцем предприятия Вячеславом Шевченко убедительно показала, что на самом деле полиграфический бизнес вполне привлекателен для инвестиций по сравнению с целым рядом других бизнесов.

Обновленная типография

Вячеслав пришел в полиграфию из транспортно-логистического бизнеса. Пришел во многом случайно. В Новороссийске существовала одноименная городу типография. Как и большинство государственных типографий, в постсоветское время она влачила жалкое существование. Никаких инвестиций, никакого развития, и к концу 2000-х гг. предприятие практически обанкротилось.

«Типография располагалась в хорошем здании почти в самом центре города, — рассказывает Вячеслав, — и когда стало понятно, что типография близка к банкротству, я решил это здание приобрести. Думал, что отремонтирую помещение и буду сдавать в аренду. Хороший бизнес. В результате здание я купил, а к

нему в придачу досталась типография. Впрочем, это сложно было назвать типографией, ни на какое мало-мальски полезное применение она не годилась. Тем не менее я решил попробовать разобраться, что такое полиграфический бизнес, тем более, что давно хотелось диверсифицировать основной».

В результате прежняя типография была, по сути, ликвидирована (имеющееся оборудование распродано или утилизировано, персонал распущен, а здание поставлено на реконструкцию). Проект реконструкции подразумевал превращение здания в роскошный особняк. В результате в этот проект были вложены очень серьезные средства, а сам процесс реконструкции затянулся на несколько лет. «Пока я разбирался, что делать с доставшейся мне типографией, пришлось серьезно вникать в современное состояние полиграфического производства, и меня это постепенно «затянуло». Мне стало интересно заниматься полиграфией», — признается Вячеслав. В результате в отремонтированном здании вновь «поселилась» типография. Правда, уже другая, современная.

Серьезный подход

Вячеслав пояснил, что в Новороссийске, по сути, нет ни одной более-менее серьезной типографии — ни цифровой, ни офсетной. Крупное предприятие имеется только в соседней Анапе (типография «Флагман», о которой мы писали в журнале «Формат» №8-2017). В этой свя-



Здание «Новороссийской типографии»

зи Вячеслав сделал вывод, что место на полиграфическом рынке региона есть, и в этот бизнес можно инвестировать.

В результате изучения полиграфического бизнеса, на которое у руководителя «Новороссийской типографии» ушло около двух лет, он решил для себя, что наибольшие перспективы развития имеет цифровое производство, оснащенное универсальной промышленной цифровой машиной и комплексом профессионального послепечатного оборудования. В противном случае о серьезном бизнесе говорить сложно.

Вячеслав придирчиво подошел к выбору оборудования для своей новой типографии: «Я посещал профильные выставки, офисы всех поставщиков цифрового печатного оборудования, встречался с владельцами различных типографий, изучал профильную прессу, тестировал различное оборудование, считал экономику. В результате принял решение, что для успешной работы мне нужна цифровая печатная машина HP Indigo 7900 и комплекс послепечатного оборудования от компании Horizon. Самым сложным приобретением была печатная машина. Мы



Основой печатного парка типографии является семикрасочная цифровая печатная машина HP Indigo 7900 (слева) в полной комплектации



Бизнес «Новороссийской типографии» лежит в области производства малотиражных изданий, в частности многостраничной продукции (книг, журналов, фотоальбомов)

довольно долго обсуждали условия с компанией «Нисса Центрум» и московским офисом НР. В результате они сделали мне предложение, которое я ждал, и приобрели машину в полной комплектации и в семикрасочном исполнении. С компанией «Терра Принт», официальным дистрибутором Horizon, получилось несколько проще. Изучая послепечатное оборудование, я довольно быстро понял, что мне нужен именно Horizon. Это однозначно лучшее решение для серьезной цифровой типографии, причем практически безальтернативное. Более того, от коллег-полиграфистов я слышал, что это оборудование отличается уникальной надежностью и безотказностью. Я обратился в компанию «Терра Принт», где специалисты, ответственные за работу с Horizon, с профессиональной точки зрения оценили те задачи предприятия, которые я озвучил, и смогли подобрать послепечатный комплекс оборудования, полностью соответствующий нашим потребностям в производстве цифровой продукции высокого качества.

В результате в «Новороссийской типографии» появилась линейка оборудования, состоящая из машины бесшвейного скрепления BQ280 с PUR-клеем, линии для шитья брошюр проволокой с модулем подачи цифровых блоков, устройства для биговки и фальцовки. «Я сознательно приобретал клеевую машину с PUR-клеем, поскольку хотелось иметь возможность делать высококачественную продукцию, прочную, удобную для пользователей. Именно PUR-клей дает такую возможность. Помимо этого, оборудование Horizon понравилось своим уровнем автоматизации. Многие операции по настройке выполняются очень просто с пульта. Я вообще считаю, что в цифровой типографии не должно быть много народу. Заработная плата становится ощутимой частью всех затрат предприятия, и для эффективной работы ее нужно оптимизировать. Horizon нам в этом хорошо помогает», — отмечает Вячеслав.

В «Новороссийской типографии» установлены несколько уникальных машин Horizon, которых в нашей стране либо очень мало, либо нет совсем. Линия для скрепления брошюр проволокой в типографии работает без подборочных башен. Подборка осуществляется на цифровой печатной машине, а дальше стопа подобранных блоков подается в брошюровочную линию, которая сама отбирает из стопы один комплект листов будущего издания, добавляет к ним обложку из специального лотка, формирует полный комплект издания, выравнивает его, шьет проволокой, фальцует и обрезает. Все эти операции выполняются в полностью автоматическом режиме. Помимо этого, есть еще и устройство для биговки и фальцовки Horizon Crease and Folder, позволяющее в автоматическом режиме превращать отпечатанные листы в сфальцованную готовую продукцию. Удобство в том, что данное устройство может работать как с тонкими бумагами (в режиме обычной параллельной фальцовки), так и с толстыми материалами и

© Ekaterina Bykova | Dreamstime.com



Avinci DX3200: Широкоформатный текстильный принтер



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

AGFA



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



Клеевая машина Horizon Perfect Binder BQ-280PUR. Автоматизированная линия позволяет делать высококачественную продукцию с прочным, легко раскрываемым переплетом



Линия для шитья брошюр проволокой от компании Horizon с модулем подачи цифровых блоков

картонными, выполняя автоматически и биговку, и фальцовку. Машина имеет несколько типовых видов фальцовки с управляемыми параметрами, устанавливаемыми с сенсорного экрана. Разумеется, были приобретены и другие виды оборудования, чтобы сформировать полностью законченный производственный процесс по изготовлению многих видов продукции.

Максимальный результат

Инвестиции на приобретение комплекса полиграфического оборудования были взяты из другого бизнеса Вячеслава и частично из привлеченных средств: «Я считаю, что пользоваться сторонними финансовыми ресурсами нужно, но их объем не должен превышать половины объема инвестиций. Делать бизнес на полностью заемных средствах считаю неправильным и несерьезным». Но, как известно, потратить деньги — задача не самая сложная. Гораздо сложнее деньги заработать и инвестиции вернуть.

«В полиграфии мы новички, поэтому больше чем полгода практические не работали как коммерческое предприятие, выполняя множество тестовых заказов, и учились добиваться максимально возможных результатов. Я давно вхожу в бизнес-сообщество города



Устройство для биговки и фальцовки Horizon Crease and Folder CRF-362 может работать как с тонкими бумагами, так и с плотными материалами

и Краснодарского края, и среди местной бизнес-элиты много друзей и знакомых. Многих из них я видел своими клиентами. Договориться о том, чтобы получить первый заказ на личных связях несложно, но если что-то пойдет не так и получится не совсем то, что клиенты хотят видеть, то это будет удар по моей репутации, поэтому мы не торопились выходить на рынок и все доводили до совершенства», — пояснил Вячеслав.

Преимущества для заказчиков

Как отметил Вячеслав, печатная машина HP Indigo оказалась удачным инструментом в деле обеспечения хорошего уровня себестоимости. При этом она позволяет получать продукцию с добавленной стоимостью. Клики в машине HP Indigo считаются не интегрально, как у других производителей цифровой печатной техники, а по цвету. Поэтому продукция красочностью 4+1 на этой машине получится заметно дешевле, чем на другом цифровом оборудовании. На недорогих заказах хорошо помогает и возможность полноценной цветной печати в три краски (есть у HP Indigo такая технология). При этом на той



Печатная продукция на пружине — календари, ресторанные меню — часто заказываемая коммерческая продукция



Оборудование для изготовления твердого переплета



Режущий плоттер для раскроя малотиражной коммерческой упаковки и этикетки

же машине можно печатать продукцию с добавленной стоимостью — на сложных материалах, дизайнерской бумаге, с белилами и другими дополнительными цветами.

В «Новороссийской типографии» разработали простой и эффективный способ работы с заказчиками: «У нас на целый ряд простых типовых видов продукции (листочки, визитки, флаеры) установлена довольно низкая цена. И когда к нам обращаются клиенты для первых просчетов, как правило, заказывают именно такую простую продукцию. Мы ее делаем быстро и качественно и остаемся в памяти как «хорошая и недорогая типография». В результате у нас начинают размещать и другую, более сложную продукцию, на которую закладывается уже совсем другой уровень доходности. Более того, мы стараемся стимулировать у заказчиков желание иметь что-то оригинальное, необычное, предлагая им различные специальные разработки или оригинальные образцы. Зачастую это срабатывает», — поясняет Вячеслав.



Производство корпоративной упаковки и этикетки — одно из направлений бизнеса типографии

Но печать — это только часть всей работы. Удачно выбранное послепечатное оборудование позволяет получить желаемые виды продукции и так же экономить на производстве, особенно в случае автоматизированных машин Horizon, позволяющих обойтись минимумом персонала.

Профессиональный игрок

Таким образом, на свободный рынок «Новороссийская типография» вышла подготовленным, зрелым игроком с одним из самых совершенных комплексов оборудования в регионе. Как сказал Вячеслав: «Сейчас типогра-

фия может изготавливать самую разную полиграфическую продукцию — и рекламную, и периодику, и упаковку, и книги, и фотоальбомы. Практически нет такой продукции, которую мы не могли бы выполнить, причем собственными силами». Когда типография вышла на рынок в середине прошлого года, меся-

ный объем производства находился в районе 1 млн руб. А весной этого года типография перерабатывает заказов уже на 4 млн руб. в месяц, и рост продолжается. Вячеслав оценивает свою безубыточность на уровне 5 млн руб., нормальную загрузку в пределах 6–7 млн руб., а пиковую загрузку около 10 млн руб. «В целом я очень доволен своим приобретением. Я убедился, что и HP Indigo, и Horizon — лучшие решения в своем классе, и меня приятно удивило, как работают поставщики данного оборудования. И вообще очень рад, что нашел новый бизнес, заниматься которым мне очень нравится».

ПОСЛЕПЕЧАТЬ ПРЕЖДЕ ВСЕГО

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

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



BQ-160 Оптимально для старта



BQ-280 Лидер продаж



BQ-470 Отраслевой стандарт



SB-09 Высокая производительность



Типография «Дважды два»: в ногу с рынком и временем



Иван Семашко,
директор,
издательский дом
«Дважды два»
[Благовещенск]

Типография «Дважды два» в городе Благовещенске Амурской области в прошлом году отметила 10-летний юбилей. Открывшись в 2008 г. как часть одноименного издательского дома, первоначально она специализировалась на печати газет. Но сегодня типография превратилась в полноценный полиграфический комплекс, способный решить любую задачу клиента.

Оглядываясь назад

«Идея о покупке печатной машины пришла директору газеты «Дважды два» Николаю Николаевичу Семашко давно, примерно лет за десять до того, как типография заработала, — вспоминает нынешний директор издательского дома «Дважды два» Иван Николаевич Семашко. — В конце 1990-х гг. вместе с тогдашним директором ПКИ «Зея» Владимиром Зыкиным они задумались о том, чтобы привнести в полиграфию цвет. Тогда кризисные перепады изменили планы, а к 2008 г., когда мы приобрели и поставили машину, Амурская область оставалась последним регионом Дальнего Востока без цветной печати. Даже в Биробиджане стояла цветная машина, а у нас печатали в две краски. Трагично большие деньги — приходилось за несколько дней до выхода газеты «Дважды два» печатать цветные облож-

ки на оборудовании, не предназначенном для цветной печати».

Типографию отстроили буквально за полгода. Первый запуск состоялся 28 декабря 2008 г. — печатался новогодний выпуск газеты «Дважды два». Тогда на предприятии работали на печатной машине CityLine Express, благодаря которой и появилась возможность полноцветной печати. Следом арсенал типографии пополнили машины Adast Dominant 725 для листовой печати.

В июле 2015 г. была приобретена печатная машина Roland 206, благода-

ря которой типография смогла выйти на рынок листовой печати и изготавливать сразу несколько крупных заказов ежедневно. Машина по-прежнему работает на предприятии, выполняя заказы на разных материалах, в том числе на картоне и бумаге крафт.

В этом году типография осуществила серьезную модернизацию листового подразделения печати — специалистами «Гейдельберг-СНГ» запущен комплекс нового оборудования. Основой этого комплекса стала первая в России офсетная машина Speedmaster



Типография «Дважды два» освоила два года назад цифровое направление печати, став на сегодняшний день универсальным полиграфическим предприятием, способным выполнить любой печатный заказ. Поставщиком цифровых печатных решений была выбрана компания Ricoh. На предприятии установлены машины — пятисекционная Ricoh Pro C7100X и Ricoh Pro 8200s для монохромной печати

СХ 75-5+L, которая имеет уникальное для региона оснащение, позволяющее автоматизировать печатный процесс и поднять его на высокий качественный уровень: устройство автоматической смывки офсетного и печатного цилиндров, систему спектрофотометрического контроля качества Prinect Easy Control, систему темперирования красочного аппарата, пульт управления Prinect Press Center 2, а также новый программный пакет Prinect Production Manager. В рамках поставки специалистами «Гейдельберг-СНГ» запущены также высокоскоростная резальная машина Polar N 92 PLUS с программным обеспечением Compucut, благодаря которому резка происходит почти автоматически, и фальцевальная машина Stahlfolder Ti 52 — эффективное решение для всех заданий по фальцовке в формате 50х70 см.

Шаг к «цифре»

Двигаясь в ногу со временем и стремясь время опередить, типография «Дважды два» освоила и цифровое направление печати. Это было продиктовано желанием и естественной необходимостью в развитии предприятия: благодаря новому направлению удалось завоевать новый рынок и полу-

чить дополнительную прибыль. Одной из первых цифровых печатных машин стала пятисекционная Ricoh Pro C7100X, которая появилась в январе 2017 г. Она отличалась от аналогичных низкой себестоимостью клика и более высоким качеством печати. «Цифровая машина Ricoh Pro C7100X предоставляет неограниченные возможности печати любой продукции, — рассказывает Иван Николаевич. — Это, прежде всего, цветовые возможности: обычная печатная машина изготавливает продукцию в четыре цвета, в то время как Ricoh Pro C7100X является пяти- и даже шестичетной, если считать белый тонер и лак».

В 2018 г. компания обзавелась цифровой машиной Ricoh Pro 8200s для черно-белой печати бланков и журналов малой тиражности. «Обе цифровые печатные машины Ricoh объединяют сразу несколько преимуществ, — поясняют в типографии «Дважды два». — Так, их отличают лотки большой емкости с вакуумной подачей, которая открывает новые возможности при использовании бумаги. Кроме того, данное цифровое оборудование выигрывает по скорости. Ведь если для офсетной печати необходимо сначала изготовить пластины и потратить листы на приладку, то для цифровой этого не

потребуется. Отсюда экономия и времени, и бумаги. При этом оборудование марки Ricoh выгодно отличается и от других цифровых печатных машин. Например, высоким ресурсом цифровых узлов и запчастей — они более надежны. Это, в свою очередь, улучшает себестоимость печати, в которую закладываются и затраты на ремонт».

Со скоростью цвета

Сегодня типография «Дважды два» — одна из крупнейших в Амурской области, где имеется возможность изготавливать все виды полиграфической продукции — от визиток и простой листовой продукции до брошюр, журналов, книг и газет. Типография работает преимущественно с прямыми заказчиками различного профиля, хотя некоторую долю клиентов составляют рекламные агентства. При этом «Дважды два» сотрудничает с компаниями не только из Благовещенска, но и из Белогорска и Свободного в Амурской области. Недавно были выполнены работы для заказчика из города Артёма (Приморский край).

В сфере оперативной полиграфии конкурентов у типографии «Дважды два» в Приамурье много, в области неоперативной полиграфии — всего

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течение дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты. От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок

На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ для БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,
метро Пражская,
ул. Подольских
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!



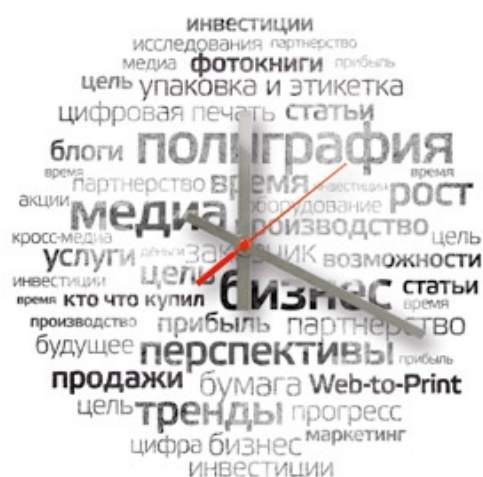
Весной 2019 г. в типографии установили новое офсетное оборудование — печатную машину Heidelberg Speedmaster CX 75-5+L. Это первая в России машина такой комплектации

два. Но ни один из них не сравнится с компанией по качеству используемого оборудования. Только в «Дважды два» клиенты получают все и сразу: высокую скорость изготовления заказа, любой формат печати, высокое качество, обязательные сигнальные образцы, низкую цену и бесплатную доставку продукции.

«Рынок требует изменений, — подытоживает Иван Семашко. — Смотрите: рекламный рынок уходит в интернет, занимается персонализацией. Газета такой быть не может. Ее нужно отдельно «упаковывать», причем в широком смысле. И мы будем принимать эти условия — и упаковывать, и складывать в отдельный пакет, и доукомплектовывать полезный контент. Для этого и нужно высококачественное листовое производство. Кроме того, сейчас скорости в полиграфии другие. Я мечтаю о такой печатной машине, которая в день будет производить в 15 раз больше, чем за-



В дополнение к печатной машине было также поставлено послепечатное оборудование: резальная машина Polar N 92 PLUS с программным обеспечением Compucut и фальцевальная машина Stahlfolder Ti 52



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»



просы в Амурской области. Это глобальное ускорение позволит поменять рекламную концепцию, концепцию издательского дома, существенно расширить спектр услуг и скорость их предоставления.

В этом и заключаются перспективные планы развития типографии — постоянно расширяться (например, в полной мере освоить изготовление сувенирной продукции), увеличивать скорость работы и стать в итоге лидерами полиграфического рынка не только Благовещенска и Амурской области, но и всего Дальнего Востока.

Серия
монохромных
листовых ЦПМ
Pro 8300

RICOH
imagine. change.



Реклама

- Широкие возможности по созданию конфигураций под разных клиентов
- Высокое качество с разрешением 2400x4800 dpi
- Удобство использования с новой системой управления
- Профессиональное финишное оборудование
- Высокий ресурс и надежность

Печать по металлу, или Как изготовить алюминиевый колпачок



Андрей Воронцов,
генеральный директор,
завод упаковочных
изделий ТОКК
[п.Быково, Московская обл.]

Завод упаковочных изделий ТОКК специализируется на производстве упаковки из металла — алюминиевых колпачков, винтовых крышек и кроненпробки для укупоривания пищевой продукции. Казалось бы, что общего у производства упаковочных изделий из металла и полиграфии? Дело в том, что колпачки и крышки тоже требуют запечатки, как правило, полноцветной, и нередко в сочетании с декоративной отделкой. И в данном случае процесс мало чем отличается от традиционной офсетной печати в бумажном сегменте. Даже печатные секции используются хорошо всем известными европейскими производителями офсетного оборудования. Об уникальности предприятия и технологиях печати по металлу мы попросили рассказать генерального директора компании ТОКК Андрея Воронцова.

Зарождение компании

В Раменском районе Московской области, в поселке Быково, располагается современный производственный комплекс ТОКК, занимающий

в общей сложности 25 тыс. м², с численностью коллектива более 300 человек. История этого предприятия уходит во времена перестройки, когда начинало зарождаться кооперативное движение. ТОКК стал одним из первых частных предприятий, основанных в 1988 г., под руководством профессора Зиновия Григорьевича Медведева, который по роду деятельности был связан с научными разработками в области пищевой промышленности. Под его началом был создан производственно-перерабатывающий кооператив ТОКК по выращиванию так называемого биоженшена (биодобавки, созданной в лабораторных условиях), а затем и особого вида молочной продукции с использованием собственных научных разработок. Первый директор и владелец завода смог создать крупное технологичное производство, оснащенное на тот момент современным оборудованием.

Переориентация

Смена профиля деятельности предприятия произошла спустя 10 лет. В 1998 г. было заново отстроено здание завода и в стенах ТОКК состоялся запуск первой линии для печати по металлу — двухкрасочной машины Maitlander.

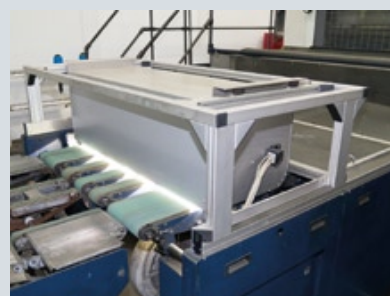
Начав с выпуска алюминиевого колпачка для алкогольных напитков, довольно быстро на предприятии стали выпускать и жестяные крышки для стеклянных банок, а впоследствии и кроненпробку для пива и безалкогольных напитков. Развитие производства шло постепенно. Вскоре здесь установили новую линию — четырехкрасочную Sprint, оснащенную офсетными секциями от машины Roland 900, которые наилучшим образом приспособлены для печати по металлическому листу за счет более прямой транспортной системы проводки материала и наличию валов большого диаметра, что препятствует деформации листа. На предприятии инсталлировано также три лакировальных линии, которые, как и печатные машины, дополнены многометровыми сушками для закрепления лако-красочного покрытия.

Помимо печати, в производстве продукции для укупоривания важна формовка изделий. На предприятии организовано два послепечатных цеха — один по работе с алюминиевыми колпачками, другой — по производству изделий из жести (винтовых крышек и кроненпробок).

«На сегодняшний день наша компания является крупнейшим в России и странах



Линия для печати по металлу, оснащенная печатными секциями от Roland 900 и конвекционной сушкой



Система видеоконтроля на печатной машине для отслеживания качества



Конвекционная полистная сушка длиной 33 м, где осуществляется закрепление красочного слоя на металле



Дистанционный пульт управления красочным аппаратом от manroland



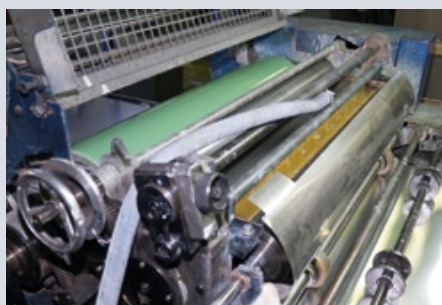
Двухкрасочная печатная машина по металлу с пультом управления красочным аппаратом



листов) подается сначала на лакировальные линии для нанесения праймера — либо бесцветного лака, либо белил, после чего листы проходят тоннельную сушку при температуре свыше 170°C и укладываются снова в паллету. Затем следует непосредственно процесс печати на офсетных



Стр-устройство Agfa для вывода форм



Процесс нанесения прозрачного лака на лист металла перед его запечаткой



Закрепление лакового слоя происходит в специальных сушильных камерах

СНГ производителем укупорочных изделий, — отмечает Андрей Воронцов, генеральный директор компании ТОКК. — Более того, мы одна из тех компаний, которая объединяет производство сразу нескольких продуктовых линеек: направление по изготовлению алюминиевого колпачка (для алкогольной продукции, минеральной воды, сладких газированных напитков), жестяных крышек (для консервации продуктов в стеклянных банках, в том числе детского питания) и кроненпробки (для пива и безалкогольных напитков). Это разные рынки по своему характеру и менталитету. И мы успешно работаем во всех трех сегментах, что отличает нас от прямых конкурентов, которые, как правило, работают только по одному из данных направлений».

Печать по металлу

Технология печати по металлу, с одной стороны, обладает своими особенностями, а с другой — имеет много общего с офсетными печатными процессами в традиционных типографиях. Запечатываемый материал, в данном случае металл (алюминий или жсть), поступает на производство уже в листах необходимого формата. Толщина металла может варьироваться от 0,14 мм до 0,23 мм в зависимости от вида изделий, которые планируется выпускать. Материал на паллете (гораздо меньшей высоты, чем обычно, из-за веса металлических

линиях, где технология с сушкой повторяется. Следует отметить, что четырехкрасочная линия с секциями Roland 900 размещается в отдельном помещении, ограниченном специально возведенными стенами от остального производственного пространства. Как объяснили на предприятии, это было сделано для соблюдения чистоты печати, чтобы обеспечить необходимый микроклимат и чтобы производственная пыль не попадала в открытые красочные секции. А для более тщательного отслеживания качества запечатанных листов машину оснастили системой видеоконтроля.

«При кажущейся простоте производимых нами изделий у нас высокие требования к набору технологий и оборудованию с учетом больших объемов производства и, соответственно, нагрузок на технику, — отмечает Андрей. — При оснащении предприятия мы ориентируемся только на новое оборудование ведущих производителей. Есть признанные лидеры рынка по печати на металле, из которых и шел выбор. При этом мы также учитываем опыт работы аналогичных европейских компаний. Поэтому появление четырехкрасочной печатной линии обусловлено именно этими причинами. Эта линия служит более 15 лет и за все время у нас не было нареканий к надежности и стабильности печатного процесса. А если все регламентные работы по обслуживанию оборудования производить грамотно и своевременно, то с техникой все будет в порядке.



Печать и праймирование на боковой стороне алюминиевого колпачка



Тиснение по готовому колпачку



Компания ТОКК изготавливает более 30 видов алюминиевых колпачков. Они могут быть разных размеров по высоте и диаметру, иметь полноцветную или однотонную запечатку, печать на боковой поверхности, тиснение разными видами фольги



Кроненпробки с полноцветной печатью



Пример продукции с использованием эмбоссирования в качестве отделки



Одним из направлений работы ТОКК является производство жестяных крышек

Текущие виды работ мы выполняем своими силами, а более серьезные задачи по обслуживанию оборудования решаем с помощью наших поставщиков, в частности компании «ВИП-Системы».

Формовка изделий

Чтобы получить готовое изделие, например, алюминиевый колпачок, важно не только отпечатать, но и сделать правильную формовку изделия, а также соединить внутреннюю сторону колпачка с полимером — либо вплавляемым прокладочным диском, либо пластиковым дозатором.

После запечатки листы металла покрываются защитным слоем лака и поступают в послепечатный цех, где сначала

на вырубном прессе отделяются заготовки из целого листа. Кстати, отходы металла в компании формируют в кубы и отправляют на переработку. Далее на специальной формовочной линии из заготовок формируется будущее изделие — колпачок. Если предусмотрено дизайном, то на боковой стороне колпачка также можно нанести изображение на специальных линиях, предварительно проведя праймирование лаком в отдельной секции.

Многие изделия требуют еще и декоративной отделки. На предприятии есть возможность выполнять эмбоссирование как на торце колпачка, так и на боковой поверхности, а также припрессовывать фольгу. Возможности предприятия ТОКК позволяют выполнять и специальные требования клиентов: нанесение рисунка, видимого только при УФ-свете, или уникальных кодов и изображений под крышку.

Более того, в компании ведут разработки разных конструкций пробок и крышек. Одним из внедренных и запатентованных изобретений предприятия является металлопластиковый колпачок («кепка») с отрывным кольцом. «У нашей компании есть собственный конструкторский отдел, что позволяет нам разрабатывать и производить разные виды колпачков под конкретного клиента. Однако каждое такое изобретение нужно суметь довести до промышленного производства. Мы все же ориентируемся на промышленные объемы, поэтому это должно быть такое конструктивное решение, которое приживется при массовом использовании», — рассказывает Андрей.

Неоспоримые преимущества

На сегодняшний день компания ТОКК предоставляет полный цикл производства изделий из металла для укупоривания продукции, включая разработку конструкции и дизайна, печать, формовку и декорирование готовых изделий. Ассортимент продукции насчитывает десятки разных видов по каждому направлению, а объем производства исчисляется миллиардами единиц. Компания работает с клиентами по всей России и из стран СНГ (Казахстан, Армения, Азербайджан, Узбекистан и другие). «Мощ-



Запатентованная ТОКК разработка конструкции металлопластиковой крышки

ности нашего завода позволяют закрывать потребности клиентов всего рынка, что для заказчика является гарантией надежности и стабильности производства, — говорит генеральный директор ТОКК Андрей Воронцов. — Мы обеспечиваем высочайшее качество продукции, используем сырье европейских производителей, зарекомендованное в индустрии и соответствующее мировым стандартам. Это относится к металлическому прокату из алюминия и жести, а также к краскам, лакам и другим материалам, используемым для производства продукции. Требования нашего российского рынка существенно изменились, с каждым годом заказчики все щепетильнее относятся к готовой продукции, зачастую рассматривая ее как ювелирное изделие. Повысились требования к цветопередаче, важным условием является соблюдение единообразия цвета изделия от партии к партии, не говоря уже об отсутствии царапин, марашек, совмещении рисунка и его позиционирования. Все это стимулирует нас к дальнейшему развитию, внедрению новых продуктов на рынок. А если сравнивать нас с западными конкурентами, то мы значительно ближе к нашему потребителю при всех прочих равных условиях».



ROLAND 700 *EVOLUTION*

Сотворение прибыли

Инновационные технологии и необычайная гибкость ROLAND 700 *EVOLUTION* обеспечивают значительное увеличение рентабельности типографий на ключевых позициях рынка упаковки и коммерческой печати по всему миру.

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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



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



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

Продуманность до мелочей, или Составляющие качественной печати



Алексей Есиков,
генеральный директор,
«Тверская фабрика печати»
[Тверь]

Сегмент рекламной полиграфии является одним из конкурентных на полиграфическом рынке. Типографиям, выбравшим для себя эту нишу, приходится искать способы эффективной работы либо за счет увеличения оборота, предлагая более низкие цены, либо за счет наличия эксклюзивных технологий, которые еще мало освоены массовым рынком, либо за счет формирования иных конкурентных предложений. «Тверская фабрика печати» считает своим преимуществом предоставление клиентам полиграфического продукта высочайшего качества, что позволяет предприятию занимать прочные лидирующие позиции не только среди полиграфических компаний Твери, но и успешно конкурировать с московскими типографиями. В беседе с Алексеем Есиковым, генеральным директором «Тверской фабрики печат-

ти», мы постарались выяснить, что же способствует достижению репутации надежного поставщика полиграфических услуг и как нужно выстраивать отношения с заказчиками, чтобы заслужить доверие с их стороны.

Фабрика печати

История «Тверской фабрики печати» началась с небольшой компании допечатной подготовки, которая так и называлась «Репроцентр». В начале 2000-х гг. это предприятие организовал Евгений Васильевич Жуков. В свое время он работал на Тверском полиграфическом комбинате и руководил отделом допечатной подготовки. Решив начать собственный бизнес, Евгений Жуков арендовал помещение, где сейчас располагается «Тверская фабрика печати», под задачи репроцентра, который предлагал услуги по выводу пленок и подготовке к печати макетов для крупных издательств. В скором времени на этой площадке была установлена двухкрасочная машина Ryobi, послужившая началом создания типографии «Шотран».

В 2004 г. предприятие наращивает мощности печатного парка. Приобретается печатная машина Heidelberg Speedmaster SM 74-4H, а затем однокрасочная Heidelberg Speedmaster SM 74-1 для изготовления заказов как на черно-белую печать, так и однокрасочных пантонных работ. Обе машины до сих пор работают на производстве. С расширением парка печатной техники типография меняет название на «Тверскую фабрику печати» (TFP). К слову, репроцентр, на базе которого шло развитие полиграфической компании, по-прежнему существует и является частью группы компаний TFP.

Важность инвестиций

В дальнейшем типография приобрела еще одну полноцветную печатную машину Heidelberg Speedmaster CD 74-4, которую заменили в 2010 г. на новую Heidelberg Speedmaster XL 75-5+L. Универсальные возможности оборудования позволили типографии с максимальной эффективностью изготавливать как рекламную продукцию, так и рекламно-коммерческую упаковку. Отлаженность печатного процесса, основанного на технологиях Heidelberg, явилась основой получения качественного полиграфического продукта, что является ценностью и главным приоритетом в работе «Тверской фабрики печати».

«Наше предприятие ориентировано на выполнение рекламно-коммерческих заказов — журналов, книг, брошюр, календарей, буклетов, листовок и другой печатной продукции, — рассказывает Алексей Есиков, генеральный директор «Тверской фабрики печати». — Более 70% наших заказов — эксклюзивные работы, требующие чистоты, слаженности, надежности производственного процесса, профессионального и вдумчивого подхода. На самом деле рекламный рынок — самый сложный. Причем это особенность именно российского



Печатный парк «Тверской фабрики печати» представлен оборудованием компании Heidelberg: однокрасочной Speedmaster SM 74-1, четырехкрасочной Speedmaster SM 74-4H и пятикрасочной с секцией лакирования Speedmaster XL 75-5+L



Допечатный участок вывода форм представлен двумя СтР-устройствами. Одно из них первого формата



Послепечатное оборудование для изготовления многополосной продукции от компании Heidelberg



Вырубной пресс КАМА ProCut 74 для производства рекламно-коммерческой упаковки



Основу парка цифровой печати типографии составляет машина HP Indigo 7r

рынка. У нас много взыскательных заказчиков, которые предъявляют к качеству высокие требования. Даже к производству раздаточных рекламных материалов относятся с повышенным вниманием. Поэтому у нас изначально весьма высокий уровень требований к собственным возможностям и технологиям, чтобы мы могли предлагать качественные услуги нашим клиентам».

Как отмечает Алексей, оборудование Heidelberg обеспечивает не только процесс печати, но и послепечатные операции: на предприятии работают фальцевальная машина Stahlfolder ТН 82, резальное устройство Polar 92, вырубной автомат КАМА ProCut 74. «Мы понимаем важность инвестиций в профессиональное производственное оборудование, — отмечает Алексей. — Это является одним из факторов сохранения конкурентоспособности нашего предприятия. Высокая автоматизация, надежность оборудования позволяет нам контролировать параметры качества печати, отделки и гарантировать тот



Оборудование для изготовления твердого переплета, в частности ниткошвейные машины и книгоставочное оборудование



На предприятии имеется возможность изготавливать издания с любым типом переплета — на пружине, скобе, КБС или 7БЦ

результат, который ожидают увидеть заказчики. Данный принцип справедлив для всех участков нашего производства. Безусловно, сроки тоже очень важны, как и экономическая составляющая. Поэтому когда тиражность изданий заметно упала, а количество мелких заказов выросло, мы обратили внимание на цифровую печать. Сегодня основой нашего цифрового производства является машина HP Indigo 7r, которая позволяет печатать на самых разных материалах, а самое главное — в 95% случаях «попадать в офсетные листы». Это дает нам возможность соблюдать идентичность качества вне зависимости от способа печати тиража».

Технологическая подкованность

Помимо технической составляющей производственного процесса, при изготовлении полиграфической продукции важно соблюдение технологии печати и выбор качественных расходных материалов.

«Наша типография является полигоном для испытания расходных материалов, — говорит Игорь Кириллов, главный технолог «Тверской фабрики печати». — Мы регулярно тестируем



Типография ориентируется на производство рекламно-корпоративной продукции — книг, каталогов, фотоальбомов, промоупаковки и т. д. Большая часть заказов — это эксклюзивные работы

краски разных поставщиков, однако каждый раз подтверждаем свой выбор в пользу красочных материалов бренда Saphira от компании Heidelberg. Именно Saphira Novavit 918 обеспечивает необходимую стабильность процесса печати и нужный результат на оттисках. Выбор краски — задача весьма ответственная. Любой полиграфист знает, что для стабильности печатного процесса нужно тщательно подбирать буферный раствор, поскольку краска взаимодействует с водой, химические показатели которой, в частности уровень pH, напрямую отражаются на результате печати. Именно поэтому у нас установлена профессиональная система очистки воды, подобраны химические растворы, улучшающие ее качество, постоянно ведется работа по отслеживанию состояния воды. Помимо этого, существует целый перечень дополнительных расходных материалов, без которых печатный процесс невозможен — концентрат увлажнения, противоотмарывающий порошок, антивспенивающие агенты и т. д., которые позволяют достигать необходимого баланса краски/вода и получать наилучшее качество закрепления красочного слоя. Как правило, оценивая запечатанный оттиск, речь никогда не заходит о такого рода материалах. Хотя их роль весьма существенная. В свое время мы пытались использовать более дешевые расходные материалы. Однако столкнулись с нестабильностью самого продукта, появлением тенения на оттисках и другими проблемами с качеством. Поэтому, что касается печатной химии, мы больше не рискуем ставить эксперименты и предпочитаем использовать расходные материалы для печатного процесса проверенного поставщика. В качестве материалов, поставляемых нам компанией Heidelberg, мы абсолютно уверены. За многолетнюю практику их использования у нас нареканий к ним нет».

«Для нас особенно критично, чтобы производственный процесс проходил гладко и без срывов, — подчеркивает Алексей Есиков. — Требования к качеству мы поставили самые высокие, поэтому эксперименты с расходными материалами не идут на пользу предприятию. Мы выбрали одного основного поставщика — Центр расходных материалов «Гейдельберг-СНГ» — и собираемся продолжать это сотрудничество».

Клиентский сервис

В своем развитии «Тверская фабрика печати» отталкивается от потребностей своих клиентов и стремится к тому, чтобы предоставить максимально удобный сервис. В плане технического оснащения типография заблаговременно сделала инвестиции с перспективой выхода в первый формат, установив одно из допечатных СТР-устройств большого формата, а также части послепечатного оборудования. Так что, в свете увеличения мелкотиражных заказов направление движения типографии в сторону печати первого формата вполне очевидны.

Ощувив тенденцию к спросу на книги в твердом переплете, в «Тверской фабрике печати» приобрели необходимый комплекс оборудования для производства изданий в переплете ТБЦ: крышкоделательное оборудование, книгоставочную машину, обжимщик, ниткошвейную машину. Как отмечает Алексей, сегодня потребность в книжной продукции находят-

ся на стабильном с тенденцией к увеличению уровне. Средняя тиражность книжных изданий составляет 200–500 экз., что вполне оправдывает использование офсетной печати для их изготовления. Для изданий от 1 до 200 экз. используются возможности цифрового оборудования, но и здесь в типографии готовы к экспериментам, в частности применению новых современных приложений, например SmartStream Mosaic, которое позволяет генерировать графические элементы и выполнять динамическую персонализацию печатных макетов. Иными словами, с помощью этого программного продукта можно создавать переменные изображения в процессе печати тиража. Одним из применений этой функции цифровой машины стало создание книжного издания с запечатанным торцом, изображение на котором становится видным, только когда сгибаешь книгу.

«Тверская фабрика печати» является одной из шести российских типографий, имеющих сертификат FSC. Это означает, что на производстве используется бумага, которую производят из сырья из возобновляемых источников. Это еще одна гарантия качества выдаваемой продукции, что для многих известных брендов, с которыми сотрудничает типография, является дополнительным аргументом в пользу работы с этой полиграфической компанией.

В типографии активно используют не только наглядные средства демонстрации возможностей

типографии через готовые образцы продукции, но и виртуальные — в качестве маркетингового инструмента. «Наиболее интересные работы мы выкладываем на нашу страничку в Instagram, — рассказывает Алексей. — И этот канал связи позволил нам найти клиентов из Красноярска, Самары, Архангельска и других городов. Таким образом, география наших заказчиков расширяется, и это нас, безусловно, радует. Мы готовы работать с клиентами, расположенными в удалении от нашей типографии. Мы соблюдаем все отраслевые стандарты. Логистика отлажена. Помимо собственного автопарка (позволяет ежедневно обслуживать около 50 точек по Москве), мы используем транспорт-



Краски Saphira от компании Heidelberg используются на офсетной машине Heidelberg Speedmaster XL 75-5+L



В выборе печатной химии «Тверская фабрика печати» доверяет расходным материалам компании Heidelberg, что позволяет сделать производственный процесс стабильным и предсказуемым. Здесь представлены: краски, концентрат увлажнения, противомармирующий порошок, антисептические агенты, гуммирующий раствор и другие материалы



Типография предлагает разные виды отделки (ламинирование, тиснение, лакирование текстурными лаками, в частности на трафаретной машине)

ную сеть служб доставки. Главная задача нашей типографии — чтобы клиент был доволен. И наша деятельность на всех производственных участках направлена на то, чтобы результат этой работы оправдывал ожидания наших заказчиков как в плане полиграфического продукта, так и сервиса по отношению к клиентам. 

Расходные материалы

Превосходство успешных технологий. Heidelberg Saphira.

Эффективность производства и уровень качества печати зависят от правильно подобранных расходных материалов. Heidelberg предлагает расходные материалы под собственным брендом Saphira для допечатных, печатных и отделочных процессов.

Saphira — это продукция, созданная в результате многолетней работы по тестированию и отбору совместимых между собой материалов, способных обеспечить наилучший результат печати. Эти расходные материалы могут использоваться как для оборудования Heidelberg, так и на машинах других производителей.

➔ www.heidelberg.com/ru/saphira

 HEIDELBERG

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



Saphira

Идеальный формат печати, или Экономика работы в рекламном сегменте



Сергей Плылов,
руководитель,
типография «Пи Квадрат»
[Москва]

Московская типография «Пи Квадрат» с первых шагов на полиграфическом рынке стремилась найти для себя уникальную нишу. И путь развития компании не всегда был гладким. В поисках своего места на рынке предприятию пришлось преодолевать немало сложных ситуаций, зачастую даже от него не зависящих. Однако все это только укрепило желание типографии работать на рынке, создавать качественный полиграфический продукт и стремиться предлагать комфортные условия сотрудничества с заказчиками. С годами компания сформулировала для себя основной принцип — любая задача имеет свое решение. И это утверждение справедливо не только для производства полиграфической продукции, но и для разрешения любых жизненных ситуаций. Например, когда у типографии «Пи Квадрат» появилась задача увеличить мощности

своего печатного парка, решением стала установка новой пятикрасочной офсетной машины первого формата RMGT 920ST-5.

Рынок «самокопирки»

Компания «Пи Квадрат» была основана в 2002 г. братьями Иваном и Сергеем Плыловыми. Первые самостоятельные шаги на рынке были связаны с оказанием посреднических услуг — перераспределением заказов в других типографиях. «В числе наших клиентов было несколько компаний, которые, помимо полноцветной продукции, размещали заметный объем заказов на черно-белую печать, — рассказывает Сергей Плылов, руководитель типографии «Пи Квадрат». — И если полноцветную продукцию было интересно и выгодно размещать, то брать в работу заказы в одну краску сторонние типографии соглашались неохотно, при этом нередко качество такой полиграфии оставляло желать лучшего. Это обстоятельство подтолкнуло нас приобрести свою первую однокрасочную машину, которой стала японская Hamada E47. На ней мы начали печатать бланки, а затем посте-

пенно вышли на рынок самокопирующихся бланков, которые мы вручную подбирали в книжку. В то время спрос на подобную продукцию был высоким со стороны таких компаний, как «Евросеть» и «Связной», через которые раньше можно было осуществлять платежи за мобильную связь».

В течение последующих нескольких лет компания приобрела двухкрасочную машину Shinohara, которая отлично подходила для печати бланков в две краски (были и такие заказы), а потом появилась еще одна однокрасочная Ryobi 520 HX, которую приобрели у типографии в Германии в идеальном состоянии. Таким образом, компания «Пи Квадрат» сосредоточила свою деятельность на печати самокопирующихся бланков, а все другие заказы по-прежнему размещала у типографий-партнеров.

Тем не менее потребность в полноцветной печати росла, и в типографии приняли решение о покупке четырехкрасочной офсетной машины третьего формата Heidelberg Speedmaster 52-4, которая, кстати, до сих пор работает на предприятии. Двигаясь все больше в сторону традиционной полиграфии, в



Основную часть заказов в типографии «Пи Квадрат» выполняют на пятикрасочной офсетной машине RMGT 920ST-5. Формат машины наилучшим образом подходит для печати продукции, на которой специализируется предприятие, — рекламной полиграфии и курьерских конвертов



Печатный парк типографии оснащен также четырехкрасочными офсетными машинами немецких и японских производителей



Фальцевально-склеивающая линия Fidia по сборке курьерских конвертов, устройство для вклейки пластиковых окошек, подборочно-швейно-резальное оборудование и многое другое

«Пи Квадрат» задумались об установке еще одной полноцветной машины, которой должна была стать офсетная Komori. Ее заказали в Англии, но время было выбрано не совсем удачное: Август. Год 2008. Кризис. Обстоятельства сложились таким образом, что эту машину выкупить было не суждено. «Ситуация с машиной и замороженными денежными средствами, внесенными на ее приобретение, — это оказалось еще победы, — говорит Сергей. — На тот момент мы плотно работали со страховыми компаниями, для которых изготавливали страховые книжки, извещения о ДТП и другую продукцию, содержащую самокопирующиеся бланки. Однако с наступле-

нием кризиса и изменением законодательства, касающегося работы этих компаний, такая продукция в одночасье перестала им быть необходима. Полный цех тиражей, которые ждали своей отгрузки, нам пришлось утилизировать».

Но в типографии отчаиваться не стали. Ведь при желании все можно решить. К концу 2008 г. печатная машина все же появилась на предприятии. Лизинговая компания, через которую осуществлялась сделка, предложила другой вариант — приобрести четырехкрасочную машину Komori Lithrone 428 из другой типографии. Что же касается заказов, то в «Пи Квадрат» стали искать альтернативные ниши в печатной индустрии.

5 причин купить светодиоды



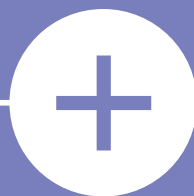
Совершенно сухой оттиск



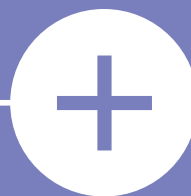
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по невпитывающим материалам



TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

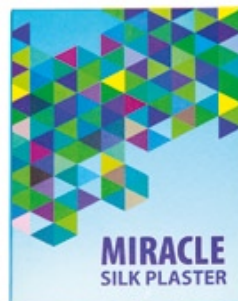
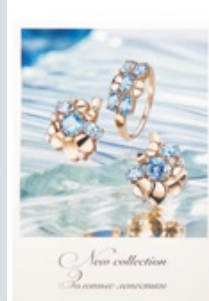
для любых офсетных печатных машин
led@terrasystems.ru



SPECTRAL UV
A BALDWIN Technology Company



Многостраничные корпоративные каталоги — часть рекламных заказов «Пи Квадрат»



Рекламные брошюры, листовки, буклеты, приглашения, деловая полиграфия — основной сегмент работы типографии

Картонные папки большого формата для демонстрации образцов — обоев, красок, пластика и т. д.

Альтернативные ниши

Одним из интересных сегментов полиграфии, который определила для себя типография «Пи Квадрат», стало производство курьерских конвертов. Как рассказал Сергей, конвертный бизнес шел параллельно с производством бланочной продукции, поскольку заказчиками также выступали страховые компании — основные тогда клиенты типографии. Речь идет о популярных в те времена комплектах документов для страхования имущества, которые упаковывали в объемные конверты. Именно такие конверты в «Пи Квадрат» изготавливали большими тиражами. Специально для автоматизации процесса была приобретена в Италии фальцевально-склеивающая линия Fidia по сборке конвертов. «По стечению обстоятельств такие конверты также потеряли свою актуальность после 2008 г. Мы успели выполнить на этой линии всего лишь два тиража. Но мы не унывали. И приняли решение делать на этой линии конверты для курьерской рассылки», — рассказывает Сергей.

Линия была дооснащена дополнительными модулями, что позволило в автоматическом режиме выполнять нанесение клеевого слоя, отрывной ленты, двустороннего скотча и другие операции, необходимые для производства курьерских конвертов. Кроме этого, в типографии приобрели устройство для вклейки пластиковых окошек. Надо отметить, что типография «Пи Квадрат» добилась заметных позиций в сегменте производства курьерских конвертов и продолжает их изготавливать до сих пор. Однако кризисный 2014 г. внес свои коррективы, что повлияло на перераспределение лидерства на этом рынке среди поставщиков подобных услуг. В итоге компания сосредоточила основные усилия на печати рекламной продукции.

Бизнес рекламной полиграфии

«Последние пять лет мы активно работаем в приоритетном для нас направлении производства рекламной полиграфии, — отмечает Сергей. — Все это время мы шли по пути наращивания послепечатного парка оборудования, поскольку в данном сегменте важна роль именно отделки и обработки печатных оттисков. Сегодня мы предлагаем более 25 видов послепечатных операций, что позволяет нам создавать нестандартные рекламные изделия. Соответственно, когда

мы задумались о покупке очередной печатной техники, то подходили к выбору с учетом требований именно рекламного рынка. Кроме того, у нас также была задача печатать на ней конверты, которые мы вынуждены были размещать на стороне, поскольку формат имеющихся печатных машин не позволял нам удерживать себестоимость продукции в нужном диапазоне. Рассматривая оборудование на вторичном рынке, мы не смогли найти компромисс между техническим состоянием машин и их стоимостью. Поэтому выбор был сделан в пользу нового оборудования. Однако если изначально мы планировали приобретать оборудование B1 формата, то при общении с компанией «Терра Системы» нам предложили рассмотреть машину 92-го формата (A1). Проанализировав наши заказы, мы выяснили, что абсолютное большинство рекламных тиражей хорошо укладывается в этот формат, а для печати конвертов он подходил идеально».

В итоге весной этого года на предприятии была установлена пятикрасочная печатная машина RMGT 920ST-5. «В настоящее время эта машина является основой нашего печатного парка, большую часть заказов мы перевели на нее, — поясняет Сергей. — Оборудование высокоавтоматизированно, и это позволяет нам выполнять большее количество приладок за смену. С появлением этой машины мы перестали переразмещать тиражи, и теперь все заказы, в том числе и на конверты, выполняем на новом оборудовании. Что интересно, раньше у нас не размещали работы больше четырех цветов, сегодня же пятикрасочных работ становится все больше. И потенциал к увеличению красочности выпускаемой нами продукции есть, поскольку многие наши клиенты имеют в своем портфеле такие заказы, просто из-за отсутствия у нас возможностей по их выполнению до этого не обращались к нам. Теперь, думаю, что в скором времени ситуация изменится и клиенты начнут переводить сложные заказы на наше производство. Тенденция такая уже намечается, что нас, безусловно, радует. Кроме того, мы отмечаем и увеличение общего объема заказов со стороны наших постоянных клиентов. Так что расширение наших технических возможностей постепенно приводит к увеличению объемов производства, и это позволяет нам надеяться на рост прибыли к концу года».