

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№4, июнь, 2021

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ



HEIDELBERG

ПРОКАЧАЙ
СВОЮ
МАШИНУ!



Alwan
Color Expertise

ЭКОНОМИЯ КРАСКИ
до 36%



NCL

PREPRESS SOLUTIONS

ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА



МАГНИТНЫЕ И ФОРМНЫЕ ЦИЛИНДРЫ,
ПНЕВМОЦИЛИНДРЫ,
ФОРМНЫЕ ГИЛЬЗЫ
И ДРУГУЮ ОСНАСТКУ
СМОТРИТЕ ЗДЕСЬ



VIP
VISION
IMAGE
PRINT

LED - UV

terra Systems



НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
НОЧНОЙ ЭКСПРЕСС

OKTOPRINT
SERVICE

vulcan®
Офсетные полотна Vulcan.
Правильный выбор продлит срок службы!

VIP
VISION
IMAGE
PRINT

«ВИП-СИСТЕМЫ»
117149, Москва, ул. Азовская, 6, к. 3.
Тел. +7 495 258 67 03
www.vipsys.ru, e-mail: vipsys@vipsys.ru

НОВУЮ РЕАЛЬНОСТЬ



ROLAND 700 *EVOLUTION*

Сотворение прибыли

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.®

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №4 (153)-2021

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

«Постковидная» экономика..... 2

ДОПЕЧАТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Завод упаковочных изделий «ЗУИ ТОКК», п. Быково, Московская обл.

Фундаментальный подход: проект автоматизации допечатного участка 6

СОБЫТИЕ

ООО «Двор печатный АВТОВАЗ», Тольятти

Необходимость в автоматизации, или Борьба за снижение себестоимости. . . 9

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография Grand Master, Армения

Растущий бизнес,
или Высочайший уровень производства упаковки. 12

Типография им. Г. «СКОРИНА», Армавир

«Железо» с большими возможностями,
или Стабильный бизнес семейного предприятия. 18

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Компания «АрмавирФото», Армавир

Трансформация фотобизнеса, или Куда делись фотолабы?..... 21

Типография Timez, Анапа

Здоровая конкуренция, или Дополнительный стимул развития. 28

«Первая цифровая типография», Иваново

Цифровая фабрика,
или Новаторский подход в текстильной индустрии. 32

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн. 1	Bobst 4-я обл.
ВИП-Системы. клапан, 2-я обл.	Heidelberg клапан
Илим 3-я обл.	Hunkeler 15
ОктоПринт Сервис клапан	Koenig & Bauer 17
Ситипринт вкладка	Konica Minolta 35
Смарт-НН 33	Lamstore 27
Терра Принт 11	NCL клапан, 7
Терра Системы клапан	Ricoh 31
Фабрика офсетной печати. вкладка	Viva-Star 8
hubergroup 3	Yam International клапан
	Xerox 23

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

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

Адрес редакции:

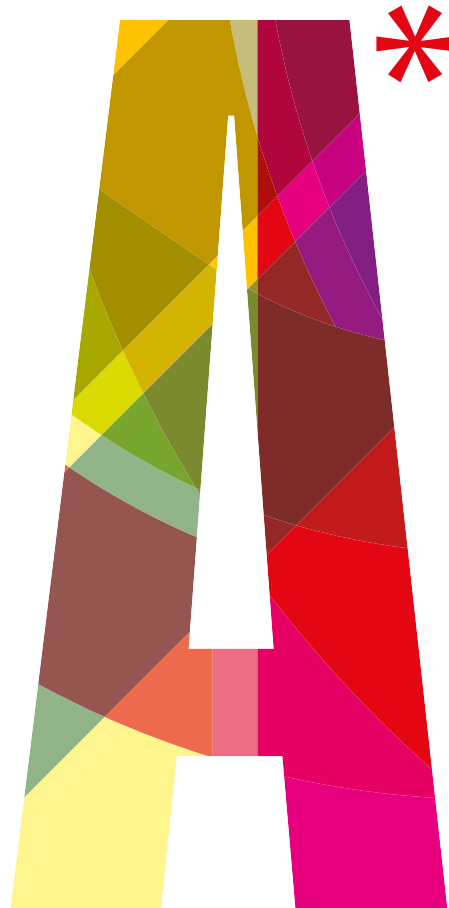
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© Издательство «Курсив»

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





«Постковидная» экономика

Чуть более года назад мы пытались анализировать ситуацию на полиграфическом рынке России и предсказать, как изменится структура полиграфических заказов и какой объем рынка будет в итоге утерян. Стоит сразу отметить, что в целом полиграфический рынок оказался более устойчивым, чем предполагалось изначально. Результаты 2020 г. показывают, что объем заказов упал примерно на 15–18%, хотя предполагалось общее падение раза в полтора–два больше. Причины тому назвать сложно. Пожалуй, главная из них в том, что все «лишние» и «необязательные» полиграфические заказы ушли с рынка раньше, в 2017–2018 гг. И даже с учетом некоторого роста в 2019 г. на рынке по-прежнему остались только «абсолютно необходимые заказы».

Падение 2020 г. объясняется довольно просто. С рынка ушли не заказы, а бизнесы, которые эти заказы размещали. По официальной статистике, в России в прошлом году закрылось более 10% всех коммерческих компаний. Причем в крупных городах и «столицах» этот показатель выше — более 15%. И это только официальные цифры, в которые не попали «уснувшие» компании — они формально не закрыты, но не работают. Так что потеря 15–20% полиграфических заказов — явление закономерное и не самое ка-

тастрофическое. Такая вот «ковидная» экономика.

Специфическая картина экономики

К концу прошлого года Россия начала выходить из пандемии, несмотря на вторую волну коронавируса. Так что

За прошлый «ковидный» год потери объемов полиграфических заказов в России составили 15–18%, что не так много, как предполагалось изначально. Российская полиграфия оказалась устойчивой к потрясениям и способной выдерживать натиск внешних факторов. Тем не менее в ближайшей перспективе отрасли придется не только преодолевать последствия кризиса, но и столкнуться с новыми испытаниями

начало 2021 г. можно считать наступлением новой эпохи «постковидной» экономики. Как выяснилось, чего-то откровенно положительного это самое «пост...», похоже, не несет. В конце прошлого и в начале текущего года сформировалась весьма специфическая картина экономики в целом и ее полиграфического сегмента в частности. Причем в постковидную эпоху многие привычные экономические законы почему-то работают не совсем так, как должны.

■ **Дорогая нефть.** В разгар пандемии весной и летом прошлого года нефть грозила обесцениться до нуля (и даже до отрицательных величин, было и такое), однако стоимость этого вида сырья достаточно быстро «оправилась» от падения и к началу 2021 г. прочно закрепилась в районе 55–65 долл. за баррель. Что, вообще говоря, для экономики России большое подспорье. Казалось бы... Однако курс рубля методично падал почти синхронно с ростом цен на нефть. Почему так происходит, объяснить не просто. Здесь целый комплекс причин как политического, так и макроэкономического плана.

■ **Избыток денег на мировом рынке.** Многие ведущие страны мира весь прошлый год для поддержания своей экономики и стимулирования спроса просто «раздавали» деньги бизнесу и гражданам. Раздали многие миллиарды, если не триллионы, сейчас уже

не подсчитаешь. Эти деньги ничем не обеспечены — ни товарами, ни услугами, ни рабочей силой. Казалось бы, это прямой путь к гиперинфляции и ослаблению национальной валюты. Но нет! Доллар и евро (а также йена, фунт и юань) стоят довольно устойчиво. Девальвируются слабые валюты, в том числе рубль, который в общем тоже раздавали, но совсем не так активно. Избыток денег нужно куда-то девать, и поэтому растут биржевые индексы и цены. Это в целом объяснимо, необеспеченные деньги макроэкономика должна как-то «отработать».

■ **Рост цен на «все».** Если посмотреть на графики цен на мировых сырьевых биржах, то можно обнаружить, что на подавляющее большинство видов сырья и продукции первичной переработки цены выросли на многие десятки процентов, а по некоторым позициям в разы. Обычно в кризис цены должны снижаться, поскольку падает спрос и бизнес-активность. Но опять нет! Кризис сам по себе, а рост цен налицо. И хотя мировые эксперты прогнозируют уже с начала лета стабилизацию цен и остановку их роста (даже с небольшой коррекцией), тем не менее за полгода цены на ряд ключевых для полиграфии компонентов выросли весьма существенно. Это уже привело к заметному росту цен на все полиграфические материалы.

■ **Дефицит.** В это сложно поверить, но на мировом рынке неожиданно возник дефицит различных видов сырья, полуфабрикатов и компонентов. Отчасти этим объясняется рост цен (включается спекулятивный эффект), но удивительным оказывается тот факт, что некоторые нужные компоненты нельзя приобрести ни за какие деньги. Их просто нет. Многие производители жалуются на то, что привычные цепочки поставок развалились, и они не могут поставить своим клиентам нужный им материал, поскольку нет возможности закупить компоненты для производства, которые в свою очередь тоже невозможно произвести, так как отсутствует сырье.

■ **Рассогласование производственных цепочек.** Многие сложившиеся годами производственные цепочки оказались разрушенными. Причин тому

много. Одни предприятия закрылись из-за локдауна, другие обанкротились. Например, компании из Китая вышли из локдауна существенно раньше, чем в Европе и США, и готовы были отгружать продукцию, но европейские покупатели не готовы были принимать. Соответственно, компании из Китая начали искать новых потребителей и, если находили, то к моменту выхода Европы из локдауна уже не могли поставлять им продукцию в нужном объеме. Если не находили, то перепрофилировали производство или закрывались и также не могли потом поставлять продукцию «по старым связям». Впрочем, и внутри Европы ситуация похо-

жая. Разные страны по-разному входили и выходили из карантина и ограничений. Так что многие производственные цепочки поставок и здесь оказались разорванными. Большому количеству производителей пришлось менять поставщиков (хорошо если получилось), но это обычно ведет к необходимости коррекции рецептур, технологий производства и, как следствие, к возможному снижению качества конечной продукции.

Все вышесказанное — это общемировые проблемы, которые в той или иной степени касаются и нашей страны. Впрочем, в России есть определенное количество и собственных трудностей.



huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

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

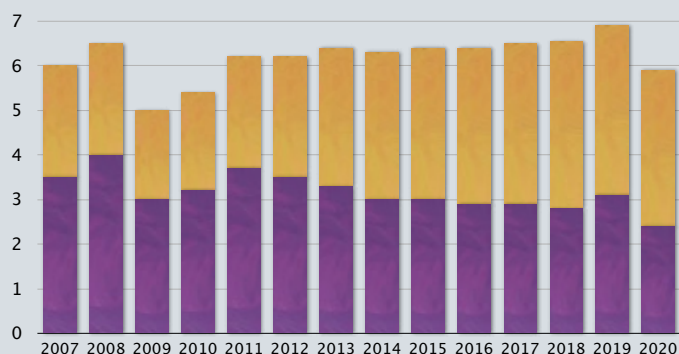


График объема производства (в млрд долл. США) российской полиграфии по годам. Оранжевым цветом показана упаковочная полиграфия, фиолетовым — коммерческая полиграфия. Можно отметить, что последние 10 лет общий объем производства практически не рос, за исключением относительно успешного 2019 г. Но при этом коммерческий сегмент из года в год падал, а упаковочный — медленно рос. В 2020 г. коммерческий сегмент рухнул

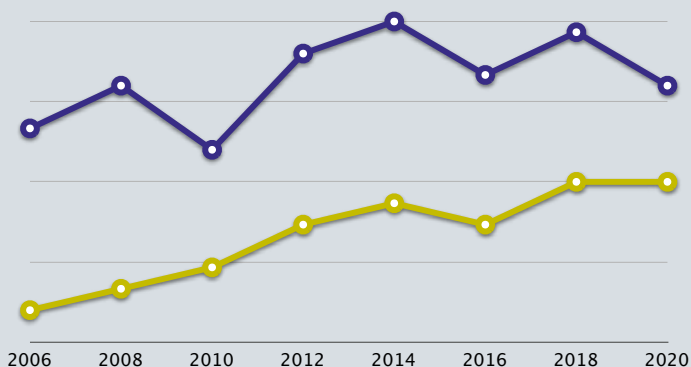


График изменения заработных плат наемных сотрудников. Синий цвет — это высококвалифицированный персонал, зеленый — разнорабочие без квалификации. Можно заметить, что заработная плата квалифицированного персонала колеблется в соответствии с общими экономическими проблемами, в то время как зарплаты низкоквалифицированного персонала методично растут (хотя и заметно меньше, чем у квалифицированных сотрудников). Общая проблема в том, что персонал стал обходиться все дороже и дороже

Например, санкции, усложняющие работу зарубежных компаний на российском рынке в плане сервиса или запасных частей. Сокращение количества трудовых мигрантов за время пандемии привело к дефициту рабочей силы на некоторых производствах (в том числе и разнорабочих в типографиях) и, как следствие, к росту фонда оплаты труда. Также на фонд оплаты труда повлияло и усложнение работ с «серыми» схемами заработных плат.

Казалось бы, в кризис должно было бы произойти снижение цен на аренду недвижимости. Но опять нет! По крайней мере в крупных городах и особенно в Москве это проявилось наиболее наглядно. Массовая перестройка промзон в жилые кварталы создала в Москве целый ряд проблем: небольшим производствам негде размещаться (раньше они арендовали помещения именно в таких промзонах). Теперь у них выход только выезжать за МКАД (аренда площадей в дорогих бизнес-центрах или технопарках для большинства типографий — неподъемный вариант). Этот выезд, в свою очередь, создает проблемы с рабочими местами в городе. Жилые кварталы построены, а на работу жителям этих кварталов куда ехать? За МКАД? Все ли к этому готовы? Выходом вроде как считается удаленная работа. Вот только сотрудников типографии сложно представить в такой форме занятости. Любопытно, что во время пандемии активность по переводу промзон в площадки для жилых кварталов только возросла. Относительно дешевая ипотека взвинтила цены на жилье в Москве и в других крупных городах, что только усилило желание девелопе-

ров в приобретении новых площадок под застройку, и город «идет им навстречу».

Грядущие проблемы

Российская полиграфия в ближайшее время столкнется (или уже столкнулась) с большим количеством новых проблем и особенностей постковидного периода, при этом старые никуда не делись. Попробуем их перечислить:

■ Процесс закрытия и «консервации» бизнесов в России еще не закончился, так что вполне реально

Что мы потеряли?

Потери российского полиграфического рынка в 2020 г., по нашим оценкам, оказались не такими трагичными, как предполагалось. Как уже отмечено в статье, сокращение на 15–18% объема производства для рынка России означает потерю примерно 1 млрд долл. Сумма, конечно, огромная, но с этим ничего не поделаешь. При этом в других странах ситуация намного сложнее. США объявили о потере 9–10% рынка коммерческой печати, что соответствует примерно 9 млрд долл. только в этом сегменте (это больше, чем вся полиграфия России). Так что в целом российская отрасль неплохо держится, а упаковочный сегмент почти не пострадал. Впрочем, влияние всех указанных в статье факторов окажет существенное воздействие и на этот сегмент отрасли.

Если анализировать потери в коммерческом сегменте, то наиболее сильно пострадали типографии, печатающие продукцию для туристического и малого бизнеса (в основном из области услуг, HoReCa и т. д.), а также культурно-массовых мероприятий. Крупные туроператоры традиционно хорошо загружали полиграфию своими каталогами, которые перевыпускались минимум два раза в год. В 2020 г. каталоги оказались не нужны, впрочем, как и ресторанные меню, продукция для гостиниц и все, что связано с проведением спортивных, культурных и развлекательных мероприятий, которые почти весь год оставались под запретом или ограничениями.

Заметно просели объемы и у тех типографий, которые печатают журнальную периодику. В разгар пандемии многие журналы не выходили совсем. Более того, некоторые из них закрылись или приостановили выпуск на неопределенный срок и до настоящего момента еще к выпуску не вернулись. Многие журналы сократили объемы и тиражи, что заметно снизило объемы печати для типографий. Данная тенденция наблюдалась и ранее, но пандемия «проявила» этот процесс более явно.

Любопытно, что объемы падения различаются в зависимости от регионов. По нашим наблюдениям, региональный коммерческий сегмент пострадал меньше, чем «столичный». Это, впрочем, легко объяснимо. В регионах в целом меньше денег, и там полиграфию заказывают только по необходимости, в то время как «в столицах» больше заказов необязательных или даже излишних. И они в пандемию сократились.

ожидать дальнейшего сокращения объема полиграфических заказов, в первую очередь коммерческих. Впрочем, как мы упоминали выше, на рынке остались только самые нужные, самые «живучие» заказы, так что большого сокращения скорее всего уже не будет.

■ Рост цен на материалы, картон и бумагу неизбежен. Он продиктован мировой конъюнктурой, а с учетом того, что полиграфия почти на 100% импортозависима, сделать с этим ничего не получится. Даже без учета того, что российские поставщики могут попробовать разыграть свою спекулятивную составляющую, цены на все полиграфическое вырастут. На сколько конкретно, сказать никто, пожалуй, не возьмется... Более того, в отдаленной перспективе заметно вырастет стоимость оборудования по причине повышения на мировом рынке цен на чугун и сталь — на 40% за прошлый год.

■ Цены на полиграфическую продукцию для клиента поднять будет очень сложно. Большинство заказчиков и так считают цены на полиграфическую продукцию неподъемными, так что повысить их для клиента будет скорее всего невозможно. Рост цен на полиграфические заказы запустит процесс миграции заказчиков, которые активизируют поиск более дешевых исполнителей.

■ Вполне возможны новые технологические проблемы в производстве. Нарботанные годами производственные процессы могут начать давать сбои. Возможны перебои с поставками привычных расходных материалов, а переход на новые, возможно, создаст ряд проблем. Более того, даже привычные материалы в силу сложившейся специфики могут оказаться не совсем такими, как раньше, поскольку производителю пришлось корректировать рецептуры. Все это в целом еще сильнее ударит по экономике полиграфических предприятий.

■ Учет тиража с точностью до экземпляра. Тиражи продукции медленно падают уже несколько лет подряд. И эта тенденция продолжится. Как уже говорилось, расходные материалы подорожают, а цены поднять вряд ли получится, поэтому нужно учиться производить продукцию с минимальной себестоимостью, в частности свести до минимума объем макулатуры и брака. Привычка печатать с запасом является бесперспективной.

■ Человеческий фактор становится все более существенной частью производственных затрат. «Цена людей» растет, и кризис на это повлиял весьма существенно, хотя должно бы быть наоборот. Более дорогими становятся ошибки, связанные с «человеческим фактором». Поэтому на производстве важно привлекать опытных и хорошо обученных сотрудников. И даже этим опытным специалистам нужно дать в руки оборудование, способное существенно повысить их производительность, особенно в послепечатной сфере. Станным следует считать производственный процесс, при котором сотня визитных карточек печатается примерно за 20–30 с, а потом еще минут десять режется и упаковывается. И это при том условии, что стоимость такого комплекта может быть в районе 100 руб. (с бумагой



Биржевой график изменения цен на товарный лес за год. Легко заметить, что цена выросла более чем в три раза. При этом биржевая цена леса — это основа, по которой рассчитывается цена на продукцию из переработанного леса (например, целлюлозу). А это значит, что рост цен на продукцию из целлюлозы (бумагу и картон) неизбежен. Нужно понимать, что это график фьючерских закупок, опережающий реальные сделки на 3–6 месяцев. Пока бумага и картон делаются из сырья, оплаченного в конце прошлого — начале этого года. Так что основной рост цен еще впереди



Биржевой график изменения цен на сталь. Чугун и сталь — основные материалы, из которых производится тяжелое полиграфическое оборудование. Рост цен за год составил более полутора раз. Так что повышение цен на полиграфическое оборудование не заставит себя ждать. Из ряда источников уже приходит информация, что производители полиграфического оборудования подняли или готовятся вот-вот повысить цены на свое оборудование

и работой!). А час рабочего времени квалифицированного оператора стоит вполне заметных денег.

■ Следующей особенностью, которую хотелось бы отметить, нужно считать постепенное сокращение и исчезновение дешевой коммерческой полиграфической продукции. Если уж заказывать полиграфический продукт, то это должно быть что-то серьезное и впечатляющее, пусть и небольшим тиражом. Впрочем, это предположение может и не оправдаться, хотя и подкрепляется многолетними наблюдениями. А значит, риск забраковать лишний экземпляр становится все более дорогим.

Так в целом видятся ближайшие перспективы полиграфического бизнеса в России. К сожалению, перспективы не очень радужные. Отрасли придется столкнуться с новыми испытаниями. Впрочем, все прошедшие годы показали, что она весьма устойчива и способна выдерживать натиск внешних факторов. Возможно, придется перестраивать производственный процесс, сокращать персонал, внедрять автоматизированные, «бесчеловечные» технологии. Конечно, каждый будет сам для себя решать, как действовать в сложившейся ситуации. Данной статьей мы хотели акцентировать внимание на происходящих процессах и их объективности (причем на международном уровне). Как гласит пословица: «Предупрежден — значит вооружен».

Фундаментальный подход:

проект автоматизации допечатного участка



Нуршан Хобби,
руководитель по проектам,
завод упаковочных изделий
«ЗУИ ТОКК»
[п. Быково, Московская обл.]

В марте этого года на заводе упаковочных изделий «ЗУИ ТОКК», одном из крупнейших производителей упаковки из алюминия и жести (пробок, винтовых крышек, колпачков и других укупорочных средств для пищевых продуктов) реализован проект комплексной автоматизации допечатного участка на базе решений компании Kodak. В рамках проекта официальный дилер Kodak — компания «НЦ Лоджистик» — представила решение по модернизации допечатного участка производственного предприятия. Оно включало установку автоматизированного CtP-устройства Magnus VLF сверхбольшого формата. В качестве расходных материалов были выбраны беспроцессные пластины нового поколения Sonora Xtra-2. Одной из важных задач явилась разработка технического задания по автоматизации допечатного участка на базе программного обеспечения Kodak, что позволило создать программный продукт, учитывающий специфические требования упаковочного предприятия.

Беспроцессные технологии

«Наша компания постоянно стремится улучшать качество выпускаемой продукции, увеличивать ассортимент

и соответствовать современным тенденциям, чтобы оставаться надежным партнером для своих заказчиков — это является приоритетными задачами предприятия, — отмечает Нуршан Хобби, руководитель по проектам завода упаковочных изделий «ЗУИ ТОКК». — Поэтому мы меняемся с учетом требований рынка, приобретаем новое оборудование. Еще в конце 2019 г. мы приступили к мониторингу существующих на рынке технологий в области допечатной подготовки. Из всех предложений поставщиков нас заинтересовало решение от компании «НЦ Лоджистик», которая предлагала не только современное оборудование для изготовления форм, но и систему автоматизации нашего допечатного процесса».

Как пояснил Нуршан, на первичном этапе обсуждения проекта стояла задача проанализировать, какие преимущества получит конечный клиент в результате перехода на новую для предприятия, беспроцессную технологию: «Любые изменения в производственном процессе, как правило, несут определенные риски. Поскольку проект перевооружения нашего допечатного участка предпола-

гал довольно крупные инвестиции, мы должны были быть уверены в том, что они окажутся оправданными. Совместно с «НЦ Лоджистик» была проведена колоссальная предварительная работа по тестированию беспроцессной технологии изготовления печатных форм на примере наших заказов, тщательно изучалось, как изменяется продукт при использовании новой технологии. Мы также опирались на реальный опыт наших коллег — партнеров и конкурентов по бизнесу — в плане изучения рисков и преимуществ, связанных с переходом на беспроцессную технологию вывода форм. На основании этой информации мы однозначно пришли к выводу о необходимости внедрения



Для вывода печатных форм используются беспроцессные пластины последнего поколения Kodak Sonora Xtra-2



На заводе упаковочных изделий «ЗУИ ТОКК» несколько месяцев назад реализован проект по комплексной автоматизации допечатного участка. В рамках проекта было установлено CtP-устройство Kodak Magnus формата VLF. Кроме того, компания «НЦ Лоджистик» внедрила программное решение, учитывающее потребности предприятия и позволившее полностью автоматизировать участок допечатной подготовки — от момента поступления задания до получения готовых форм

экологичных и высокопроизводительных решений в области допечатных процессов производства, существующих на данный момент в отрасли».

В итоге в марте 2021 г. на производственной площадке «ЗУИ ТОКК» было запущено в работу одно из самых быстрых и автоматизированных СТР-устройств формата VLF — Kodak Magnus. «По результатам первых трех месяцев использования мы довольны нашей допечатной системой. С технической точки зрения новое оборудование намного производительнее, а технология формирования квадратной точки позволяет добиваться четких и высококачественных изображений. Что самое важное, благодаря использованию беспроцессных пластин Sonora Xtra-2 мы получили гарантию высокой повторяемости и стабильности цвета. Наши клиенты — это производители алкогольных и безалкогольных напитков, продуктов питания в стеклянной таре, которые изготавливают партии одних и тех же продуктов. Им крайне важно отсутствие разнооттеночности при изготовлении повторяющихся тиражей. На этапе выбора пластин для беспроцессной технологии мы провели огромное количество тестов и разных оценочных мероприятий, чтобы снять вопросы по поводу контрастности пластины, стабильности качества и т. д. Sonora Xtra-2 по всем пунктам показала свою эффективность и, как мы убедились, обеспечивает точность цветопередачи и идентичность повторяющихся заказов. Сегодня наше предприятие полностью перешло на беспроцессную технологию допечатной подготовки, и обратного пути нет. Мы считаем этот шаг важным переходом на новую ступень развития нашей компании», — отмечает Нуршан Хобби.

Сквозная автоматизация

Пожалуй, одной из наиболее важных задач в проекте модернизации допечатного участка «ЗУИ ТОКК» явилась раз-



Слева направо: менеджер компании «НЦ Лоджистик» Наталья Виноградова, генеральный директор компании «НЦ Лоджистик» Екатерина Макеичева и руководитель по проектам «ЗУИ ТОКК» Нуршан Хобби

работка программного решения, которое позволило максимально автоматизировать процесс изготовления печатных форм и учесть при этом индивидуальные требования завода упаковочных изделий. Такой программный продукт стал результатом плотной совместной работы компаний «ЗУИ ТОКК» и «НЦ Лоджистик», что позволило

NCL
PREPRESS SOLUTIONS
ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА

**КОМПЛЕКСНОСТЬ
РЕШЕНИЙ СОЗДАЕТ
ОБЪЕМ БИЗНЕСА**

ДОПЕЧАТНЫЕ
КОМПЛЕКСЫ

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

СЕРВИСНОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ

ПРОГРАММНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ООО «НЦ Лоджистик»
www.nc-l.ru

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

на этапе проектирования четко сформулировать основные задачи по автоматизации и реализовать их на базе программного обеспечения Kodak с применением специальных пакетов и опций для упаковочных типографий и заводов. Внедрение доработанного специалистами «НЦ Лоджистик» программного решения позволило автоматизировать весь процесс допечатной подготовки — от момента передачи задания до вывода форм. Как только задание поступает в отдел препресса, автоматически формируется XML-файл, который передается в «горячую» папку, и далее выполняется автоматическая раскладка изделий (крышек, кроненпробок, алюминиевых колпачков) на печатный лист, готовятся специальные шаблоны раскладки под разные виды изделий и формат металлического листа. После подтверждения в программе шаблона финального вывода осуществляется экспонирование пластины на CtP.

«Для оценки эффективности работы системы автоматизации прошло еще недостаточно времени, нам необходимо поработать шаблоны продукции, и этот процесс сейчас активно идет. Тем не менее уже сейчас видно, что мы сделали правильные шаги на пути к цифровизации», — подчеркнул Нуршан.

«Отмечу, что мы рассматривали различные варианты апгрейда нашего предыдущего программного решения, — продолжает Нуршан Хобби, — это позволило бы нам уменьшить инвестиции, однако наиболее правильным решением мы посчитали принять предложение от «НЦ Лоджистик» по автоматизации «под ключ». Над структурой системы автоматизации мы работали поэтапно, добавляя каждый раз новые задачи, которые планировали решить благодаря разрабатываемому под нас программному продукту. За счет того, что мы использовали философию Agile в управлении проектом, а именно метод Scrum — итерационный способ формирования программного решения без технического задания на начальном этапе, у нас получился конечный продукт, который востребован нашим производством за очень сжатые сроки».

VIVASTAR
типография

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. Электrozаводская,
д. 20, стр. 3

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

«На рынке представлено не так много предложений, которые учитывают индивидуальные особенности предприятий, — говорит генеральный директор компании «НЦ Лоджистик» Екатерина Макеичева. — И здесь важна именно интеграция программного продукта в производство, поскольку без этого наличие любого софта не представляет ценности. Весь этот набор опций необходимо кастомизировать под задачи конкретного клиента. У нашей компании, пожалуй, наибольший опыт на рынке по автоматизации — самые крупные производства, которые чувствуют в этом потребность, являются нашими клиентами. Поэтому уровень автоматизации натренирован нами вполне, причем в разных сферах — в производстве периодики, книг, упаковки и т. д. Мы хорошо понимаем, что, помимо программиста, который технически опишет решение задачи, необходим IT-архитектор по автоматизации, который сможет грамотно эту задачу поставить. И это одно из важных направлений в «НЦ Лоджистик»: обеспечить в рамках наших предложений поддержку IT-архитектора для софта».

Нуршан также отметил со своей стороны, что современная тенденция идет к цифровизации всех процессов и к уменьшению человеческих трудозатрат: «Система автоматизации — это залог того, что мы можем обеспечивать непрерывность производственных процессов при любых обстоятельствах, даже при отсутствии людей физически на рабочих местах. Это возможно только тогда, когда продукт позволяет легко трансформироваться. Ведь на этапе первичной проработки софта сложно предсказать, какая структура понадобится в будущем. Поэтому необходимо иметь возможность модернизировать ПО под будущие задачи, и это большой плюс нашего решения, имеющего так называемый дружественный интерфейс. Если у нас возникнет потребность добавить структурные функции, то это вполне будет возможно сделать собственными силами».

Надо сказать, что к реализации проекта перевооружения допечатного участка в компании «ЗУИ ТОКК» шли почти год. Он потребовал не только время на проработку, но и привлечение большого числа специалистов как со стороны завода упаковочных изделий, так и поставщика решений. «Мы прекрасно понимаем, что когда на предприятии появляются кардинально новые решения — технические или программные, то не всегда это воспринимается положительно работниками предприятия, — говорит Екатерина Макеичева. — В компании «ЗУИ ТОКК» довольно быстро прошло ознакомление с новыми допечатными технологиями, а мы со своей стороны старались максимально смягчить этот эмоциональный переход и предвосхищать вопросы, которые появляются в процессе внедрения и освоения оборудования».

Как отметили в «ЗУИ ТОКК», на предприятии прошли обучение не только операторы допечатного участка, но и смежные специалисты: «Чем более технически грамотны специалисты, тем меньше вероятность допущения ошибок при производстве», — пояснил Нуршан.

«Для нас, компании «НЦ Лоджистик», это интересный проект, затрагивающий комплексную автоматизацию, — подчеркивает Екатерина Макеичева. — Сейчас, надо сказать, не так часто происходят крупные модернизации. Предприятия, которые так фундаментально относятся к этому вопросу, в большинстве своем уже осуществили перевооружение в области препресса. И мы очень благодарны компании «ЗУИ ТОКК» за выбор именно наших решений. По договоренности с клиентом мы будем сопровождать данный проект столько, сколько это потребует, так как нам важен результат — чтобы на предприятии получили максимум преимуществ от использования нашего продукта».

Необходимость в автоматизации, или Борьба за снижение себестоимости

В последних числах мая этого года компания «Терра Принт» пригласила группу полиграфистов посетить типографию автомобильного завода «АВТОВАЗ» в Тольятти, где недавно было установлено новое оборудование компании Horizon, официальным дистрибутором которой «Терра Принт» является уже более 10 лет. Во время посещения типографии «Двор печатный АВТОВАЗ» мы пообщались с ее генеральным директором Верой Ивановной Постновой.

Около двух лет назад в типографии «Двор печатный АВТОВАЗ» был установлен первый в России комплекс послепечатного оборудования на базе машины клеевого бесшвейного скрепления Horizon BQ-480 в линию с трехножевой бумагорезательной машиной Horizon HT-80. А недавно здесь состоялась новая установка — автоматизированной фальцевальной машины Horizon AFC-746+PFU-74F. «Тогда два года назад это был наш первый опыт работы с оборудованием Horizon и компанией «Терра Принт», — рассказывает Вера Ивановна Постнова. — И могу сказать, что все получилось удачно. Оборудование Horizon отлично подходит для нашей типографии. Оно компактное, современное, обеспечивает высокое качество продукции и обладает хорошим уровнем автоматизации, позволяющей легко и гибко перестраиваться. Наша компания хоть и считается типографией автозавода со 100-процент-

ным капиталом АО «АВТОВАЗ», но является самостоятельной юридической организацией, где деньги мы должны зарабатывать сами, в том числе и сторонними заказами. С заводом у нас коммерческие отношения: мы арендуем у них площади, они заказывают у нас продукцию. Причем, помимо типовой полиграфии — бортовой документации к товарным автомобилям, нам часто приходится изготавливать самые различные виды печатных изделий — книги, календари, мерчендайзинговую продукцию, этикеточную продукцию на комплектующие детали, узлы, тару и многое другое. Сторонние клиенты также размещают у нас заказы. Технологический парк оборудования подобран так, что позволяет выполнить печатную продукцию любой группы сложности — от брошюры до эксклюзивного издания в твердом переплете. Оборудование Horizon максимально хорошо подходит для этих задач. Быстрая автоматизированная переналадка способствует оперативному переключению с относительно многотиражной основной продукции (в день автозавод выпускает до тысячи автомобилей и каждый из них должен быть снабжен комплектом полиграфической продукции) на короткие или даже штучные тиражи».

Существенная часть комплекса послепечатного оборудования типографии «АВТОВАЗ» формировалась около 20 лет назад. С тех пор требования к оборудованию существенно изме-



Вера Ивановна Постнова,
генеральный директор,
ООО «Двор печатный
АВТОВАЗ» [Тольятти]

нились. «Несколько лет назад мы начали строить планы по модернизации производственной базы, — говорит генеральный директор «Двор печатный АВТОВАЗ». — Однако нам нужно было не просто заменить старое оборудование на новое, нам требовалось обеспечить соответствие современным рыночным требованиям. Компания «Терра Принт» предложила нам оборудование Horizon, отвечающее нашим техническим параметрам, в том числе в области автоматизации, финансовым условиям приобретения и уровню сервисного обслуживания».

В 2019 г. в типографии была установлена производственная линия для изготовления многополосной продукции в мягкой обложке, состоящей из четырехкареточной машины бесшвейного скрепления Horizon BQ-480 и трехстороннего обрезчика HT-80, соединенного с машиной КБС транспортером. Вера Ивановна пояснила, что на автозаводе работает принцип сборки Just In Time. На конвейере может одновременно собираться до десятка разных моделей автомобилей, и каждая еще в разных комплектациях. Для любого автомобиля готовится пакет документации, который должен попасть на нужный пост комплектации именно в тот момент, когда эта модель машины проходит через данный пост. «Автомобили, выпускаемые заводом, постоянно развиваются и совершенствуются, поэтому



Компания «Терра Принт» совместно с типографией «Двор печатный АВТОВАЗ» организовала 27 мая День открытых дверей в Тольятти для российских полиграфистов. В рамках мероприятия состоялась отраслевая конференция, посвященная последним тенденциям на рынке полиграфии и новинкам в области послепечатной обработки от ведущих производителей. В программу входило также посещение производственной площадки типографии завода «АВТОВАЗ», где гости могли увидеть в работе комплекс послепечатного оборудования компании Horizon



В 2019 г. в типографии «Двор печатный АВТОВАЗ» был установлен первый в России комплекс послепечатного оборудования на базе четырехкареточной машины клеевого бесшвейного скрепления Horizon BQ-480 в линию с трехножевой бумагорезательной машиной Horizon HT-80. Оборудование обеспечивает самую быструю в своем классе переналадку и ориентировано на производство большого количества коротких тиражей. Послепечатный комплекс Horizon позволяет работать как с подобранными тетрадями блока, так и с отдельными листами, отпечатанными цифровым способом. Выстроенный в линию комплекс позволил автоматизировать производство изданий с термоклеевым бесшвейным скреплением и получать продукцию более высокого качества



Недавно послепечатный парк типографии пополнился новой фальцевальной машиной Horizon AFC-746+PFU-74F с самонакладом палетного типа, рассчитанного на быструю загрузку. Внедрение на предприятии высокоавтоматизированного оборудования позволит снизить себестоимость производства и оставаться конкурентоспособными на рынке не только при выполнении основной печатной продукции — сопроводительной документации для автомобилей, но и заказов других коммерческих клиентов

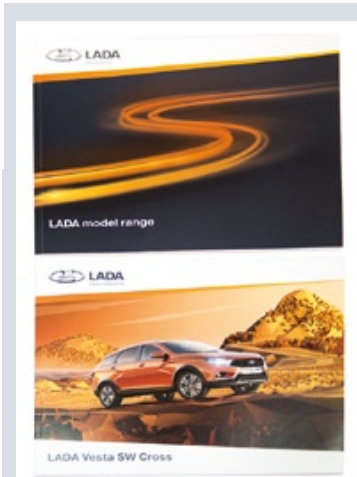
информация в бортовую документацию в виде руководств по эксплуатации, навигации, сервисных книжек (на русском и иностранных языках) регулярно подлежит внесению изменений и дополнений, что делает предыдущую версию издания неактуальной, то есть отпечатать сразу большой тираж какой-либо инструкции и выдавать его по мере необходимости — просто невозможно, тираж окажется невостребованным. Так что печатать нам приходится небольшими партиями и за короткое время. Соответственно, и оборудование мы подбираем такое, которое позволяет оперативно реагировать на всевозможные изменения», — отмечает Вера Ивановна.

За последнее время в «Двор печатный АВТОВАЗ» произошли серьезные перемены: если раньше типо-

графия производила продукцию для заводов, входящих в Группу «АВТОВАЗ» (Тольятти, Ижевск), то на сегодня в целях оптимизации производства и повышения экономичности она изготавливает продукцию и для заводов «РЕНО РОССИЯ», что значительно увеличило общие тиражи и ассортимент «обязательной» продукции. В частности по этой причине в типографии решили продолжить обновление парка оборудования и приобрели новую фальцевальную машину Horizon AFC-746+PFU-74F. «Это одна из самых гибких и высокоавтоматизированных фальцевальных машин на рынке, — подчеркивает Вера Ивановна Постнова. — Более того, за прошедшие годы мы ощутили

возможности и перспективы оборудования марки Horizon, где поддержка со стороны поставщика — компании «Терра Принт», для нас явилась очень важной составляющей».

Вера Ивановна рассказала также, что несмотря на вхождение в группу предприятий автозавода,



Рекламно-представительские каталоги разных моделей автомобилей теперь можно выпускать более оперативно и с качественной проклейкой корешка благодаря оборудованию Horizon

развитие типографии должно идти по коммерческому принципу. Повышение цен на расходные материалы и бумагу типография уже всерьез ощутила, при этом увеличить стоимость полиграфических услуг для автозавода очень непросто — здесь пристально следят за экономикой. Ни для кого не секрет, что продукция АО «АВТОВАЗ» нацелена на низкий ценовой сегмент, где малейшее повышение цен может оказаться крайне чувствительным, а продукция, которая сейчас неплохо продается, может оказаться проигрышной по сравнению с конкурентной.

В современных условиях единственный выход для типографии — это оптимизация затрат и постоянное снижение себестоимости производства. Как отмечает Вера Ивановна, одной из самых заметных частей себестоимости продукции являются затраты на оплату труда: «В основном это технологические операции, где продукцию мы выполняем вручную или с элементами простейшей механизации. Внедрение современ-



Типография также выполняет заказы сторонних клиентов, где требуется фальцовка и термоклеевое скрепление



Основная продукция типографии «Двор печатный АВТОВАЗ» — комплекты печатных материалов (руководств пользователя и сервисных книжек), которыми снабжается каждый автомобиль, выходящий с конвейера автозавода

ных технологий компании Horizon на послепечатных процессах позволило нам сократить трудоемкость изготовления тиража, время прохождения заказа и тем самым высвободить ряд персонала. Сейчас в типографии при большем объеме производства работает сотрудников в два раза меньше, чем раньше. Выбранный нами курс по замене имеющегося оборудования, внедрение современных автоматизированных технологий с минимизацией влияния человеческого фактора типографией «Двор печатный АВТОВАЗ» будет продолжаться». ■

ПОСЛЕПЕЧАТЬ ПРЕЖДЕ ВСЕГО

HORIZON BQ-500 флагман бесшвейного скрепления клеем

- Две отдельные клеевые секции EVA и PUR
- Снижение себестоимости работ
- Новая система автоматического управления
- Обработка сверхкоротких тиражей и книг on-demand



Horizon
FINISHING FIRST

BQ-160 Оптимально для старта



BQ-270 Лидер продаж



BQ-280 Популярная модель



Растущий бизнес, или Высочайший уровень производства упаковки



Микаэл Арутюнян,
директор,
предприятие «Гранд Мастер»
[Армения, Масис]

Типография **Grand Master** является специализированным предприятием по производству упаковки, в том числе для табачной продукции. Полиграфическое предприятие входит в структуру крупнейшей группы компаний в Армении — «Гранд Холдинг», созданной предпринимателем Грантом Варданяном и включающей компании по производству табачных изделий «Гранд Табак» и «Интернейшнл Масис Табак», кондитерскую фабрику «Гранд Кенди» и другие предприятия. За 15 лет работы на полиграфическом рынке типография **Grand Master** добилась больших высот и представляет сегодня пример современного, высокоавтоматизированного производства, впечатляющего своим подходом к организации и высокотехнологичным оснащением.

Табачная упаковка

«Развитие бизнеса в различных областях привело к тому, что внутри холдинга остро возникла потребность в упаковке для различных видов продукции, выпускаемой группой компаний, — рассказывает директор типографии **Grand Master** Микаэл Арутюнян. — В частности, серьезным и растущим бизнесом являются табачное и кондитерское производства, которые не могут работать без стабильного снабжения упаковкой заданного качества. Некоторое время компании,

входящие в «Гранд Холдинг», пытались работать с заказной упаковкой, однако получить надежные поставки упаковочной продукции нужного нам качества оказалось непросто. Было принято решение создавать собственное производство упаковки в рамках холдинга».

В городе Масис, недалеко от Еревана, еще с советских времен существовало предприятие по производству гофроупаковки «Масис Гофротара», но после распада страны оно испытывало не лучшие времена. В 2006 г. руководство холдинга решило приобрести это предприятие и на его площадке разместить ряд своих производств, в том числе по изготовлению картонной и гофрокартонной упаковки. «С этого момента начинается история нашей типографии **Grand Master**, — рассказывает Микаэл Арутюнян. — На момент приобретения гофропредприятия в компании работало 49 человек, а в скором времени достигнет 1 тыс. Практически с самого начала был сформулирован план развития, который методично выполняется уже многие годы».

В том виде, в котором предприятие было приобретено, оно не могло обеспечить холдингу необходимый уровень производства. Требовалось техническое и технологическое переоснащение. «Первыми приобретениями компании стал пресс для высечки компании **Bobst** и листовая печатная машина известного немецкого производителя. Это были серьезные инвестиции, которые позволили нам начать выпускать упаковку высокого качества. В состав холдинга входит табачная компания, и для табачного производства упаковка (сигаретная пачка) является крайне важным элементом продвижения продукта на рынок, поскольку во многих странах любая реклама табачных изделий запрещена. Единственным средством продвижения остается, собственно, сама пачка. Поэтому требования к типографии, выпускающей табачную упаковку, очень высокие. Для выпуска продукции мы используем только высококачественное сырье и расходные материалы от ведущих мировых производителей», — поясняет Микаэл.



*Для производства картонной упаковки наивысшего качества, в том числе сигаретной пачки, в типографии **Grand Master** используются печатные машины концерна **Koenig & Bauer** в 6–8-красочном исполнении, оснащенные секциями лакирования для отделки продукции в линию*



Оборудование мировых лидеров

Основной темп развития типографии Grand Master приобрела около 7 лет назад. Именно тогда было принято стратегическое решение развивать производство на базе оборудования мировых лидеров в своем классе: немецкого концерна Koenig & Bauer и швейцарской компании Bobst. За это время в типографии было установлено 5 листовых офсетных машин флагманской серии Rapida 106 и более десятка единиц оборудования Bobst — прессов для высечки Expertcut и тиснения фольгой Masterfoil. «Все наши печатные машины мы приобретаем в 6–8-секционном исполнении с лакировальными секциями, — говорит Микаэл, — такое количество печатных секций является, по сути, минимальным набором для производства сигаретной пачки. Существующее законодательство разных стран требует размещения на упаковке «устрашающих» картинок, которые гарантированно отбирают 4 краски, после чего нужно еще несколько цветов Pantone и, возможно, серебро/золото».

Также Микаэл рассказал о том, что сигареты, производимые холдингом, продаются не только в Армении, но и поставляются в ряд стран, среди которых Россия, Грузия, страны ЕС и Ближнего Востока, где приходится конкурировать с мировыми табачными гигантами: «Наши пачки не должны отличаться по внешнему виду и по качеству от продукции мировых производителей. Поэтому мы внедряем на своем производстве все известные виды отделки полиграфической продукции и



На предприятии на сегодняшний день установлены пять печатных машин Koenig & Bauer флагманской серии Rapida 106, которые позволяют производить упаковку, в частности для табачной продукции, на уровне мировых производителей, что позволит Grand Master работать с зарубежными клиентами

очень строго следим за качеством. Достаточно сказать, что в бригаде, работающей на печатной машине, помимо печатников, есть выделенный специалист по контролю качества, задача которого ликвидировать минимальные отклонения от нужных параметров качества продукции непосредственно в процессе печати. При этом каждая печатная машина Koenig & Bauer оснащена встроенными автоматизированными средствами контроля качества, позволяющими гарантировать безупречный результат печати».

В типографии также отлажены самые разные виды послепечатной отделки продукции. Большая часть выпускаемой в Grand Master упаковки содержит тиснение фольгой (зачастую несколькими разными видами), конгревное тиснение, микротекстурирование, различные виды лакирования, элементы трафаретной печати и т. д. «На нашем послепечатном оборудовании мы отработали все известные виды отделки и активно их применяем. У нас своя команда дизайнеров, которые разрабатывают дизайн упаковки с учетом используемых на нашем предприятии видов отделки и облагораживания. Сочетание своего дизайна с собственным производством позволяет



Собственный допечатный участок для изготовления форм обеспечивает надежность производства



Оборудование для инспекции разверток коробок с целью выявления бракованной продукции



Парк послепечатного оборудования Grand Master представлен десятком единиц оборудования компании Bobst: вырубными прессами серии Expertcut и прессами для горячего тиснения фольгой Masterfoil

нам получать хорошие результаты, которые выделяют нашу упаковку из аналогичной продукции», — подчеркивает директор типографии Grand Master.

Любопытно, что имея мощное офсетное производство, работающее без выходных в три смены, вся выпущенная картонная упаковка идет только на собственные нужды!

Гофропроизводство

Как было сказано выше, типография разместилась на базе гофропредприятия, существовавшего в Армении с 1969 г. В 2017 г. в компании было принято решение о кардинальной реконструкции гофропроизводства. Здесь был установлен новый гофроагрегат с лазерным позиционированием лайнеров и собственной системой подготовки клея. В результате сегодня Grand Master может производить трех- и пятислойный гофрокартон с профилями В, С и Е.

Отметим также, что в день нашего посещения типографии Grand Master состоялось подписание акта о введении в эксплуатацию новей-

шей линии по производству гофроящиков Bobst FFG 8.20 Expertline. Эта линия осуществляет прямую флексографскую печать по гофрокартону (имеет четыре печатных секции), оснащена секцией прорубки пазов для простейших гофроящиков, секцией ротационной высечки для изготовления ящиков сложного кроя, фальцевально-склеивающей линией, модулем обвязки пачек с готовыми коробами и палетайзером для укладки пачек на палету и обвязки палеты. Эта полностью автоматизированная линия работает на внушительной скорости — до 24 тыс. коробов/ч. И это с учетом того, что в компании имеется еще одна линия для изготовления гофроящиков, правда, более простая и менее производительная.

«В большинстве своем вся наша продукция используется не только для удовлетворения внутренних потребностей холдинга, но также и поставляется в ряд других крупных компаний Армении. Однако производственные мощности и возможности гофропроизводства растут из года в год, что позволяет нам выйти на международный уровень. С 2022 г. мы планируем начать принимать заказы от клиентов из-за рубежа. У нас одно из самых современных производств, которое позволяет обеспечивать высочайшее качество продукции, у нас огромный опыт в выполнении сложнейшей отделки. Более того, мы умеем гибко подходить к работе с заказчиками. Я уверен, наши возможности будут востребованы на рынке в том числе и других стран», — отмечает Микаэл.

Глубокая печать

Недавно на предприятии произошла еще одна установка весьма интересного оборудования — машины



Еще одним направлением работы типографии является производство высококачественной упаковки для кондитерской продукции и алкоголя



Одна из специализаций Grand Master — производство упаковки для табачной продукции с многочисленными видами отделки

глубокой печати. Сейчас она применяется для «окраски» в нужный цвет рулонного картона, который используется как вкладыш в пачку при упаковке сигарет. «Машина имеет несколько секций тиснения (в том числе конгревного) и секцию вырубки, что позволяет нам выпускать готовую картонную упаковку, ту же сигаретную пачку. Мы уже проводили тесты по изготовлению сигаретной упаковки и получили хорошие результаты. Так что в ближайшем будущем запустим этот про-

цесс. Это позволит получать сигаретную пачку с большей производительностью и, как следствие, более экономично».

Экологические стандарты

Все производство в компании Grand Master разработано с учетом высочайших требований по охране окружающей среды и снижения влияния на экологию. «Несколько лет назад мы прошли сертификацию по стандартам ISO (серии 9000 и 14000) и продолжаем развивать это направление

нашей работы, — подчеркивает Михаил. — В частности, мы очень активно занимаемся утилизацией макулатуры. Все наше оборудование подключено к



Типография также изготавливает гофрокороба из трех- и пятислойного гофрокартона разных профилей — В, С и Е

Hunkeler

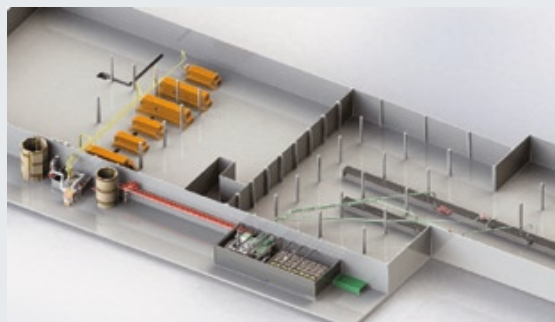
RUSSIA
SYSTEME

Ваш компетентный партнер в логистике удаления отходов



Комплексные и локальные системы удаления бумажных, картонных и гофрокартонных отходов на предприятиях собирают отходы производства и пыль из точек образования и транспортируют их по герметичной системе трубопроводов в прессовую, где они прессуются в компактные тюки, а запыленный воздух очищается в фильтре и возвращается в производственное помещение.

Наша компания разрабатывает индивидуальные решения для каждого клиента!





Высокоавтоматизированная линия для производства гофрокартона



Флексографская машина для прямой печати по гофролисту



В Grand Master введена в эксплуатацию автоматизированная линия по производству гофроящиков Bobst FFG 8.20 Expertline. Она осуществляет прямую флексопечать по гофрокартону, оснащена секциями прорубки пазов и ротационной высечки, фальцевально-склеивающей линией, модулем обвязки пачек и палетайзером

системам аспирации, установленной у нас швейцарской компанией Hunkeler Systeme. Бумажные отходы от всех видов оборудования по воздушным трубопроводам подаются в специальные прессы, где из отходов формируются прессованные тюки, причем отдельно для бурого картона и для белого картона. Так их легче затем перерабатывать. Внедрение системы автоматического удаления отходов позво-

лило добиться чистоты и порядка во всех цехах и в итоге обеспечить нужную нам культуру производства».

Интересен тот факт, что компания Grand Master планирует использовать макулатуру для производства макулатурного картона, который, в свою очередь, можно использовать для изготовления упаковки. Таким образом будет запущен замкнутый цикл производства (элемент циклической экономики). «Мы методично идем в данном направлении. Для производства картона только нашей макулатуры может быть мало, поэтому мы активно занялись сбором макулатуры в городе. Разработали приложение для мобильного телефона, с помощью которого любой житель города может «уведомить», что у него есть то или иное количество макулатуры. Наша компьютерная система анализирует эту информацию, и если в определенном доме или районе набирается объем макулатуры, наша машина приезжает по этому адресу и забирает ее. Разумеется, мы также собираем макулатуру в офисах и на других производствах в городе (в дальнейшем планируем расширить поле деятельности). Сейчас у нас уже работает цех по сортировке макулатуры и подготовлены площади по ее складированию. Запуск производства картона запланирован на ближайшее будущее», — рассказал Микаэл о подходе компании к утилизации отходов и превращении их в сырье и картонную упаковку.

Пожалуй, не так много полиграфических предприятий даже на мировом рынке (в Европе, США или Японии), которые настолько вдумчиво подходят к организации производственного процесса, обеспечивая высочайший уровень культуры производства. Микаэл отметил, что всего этого удалось добиться в том числе и за счет стратегического партнерства с Koenig & Bauer и Bobst.



Бумажные отходы от всех видов оборудования по воздушным трубопроводам подаются на линию сортировки. Внедрение системы автоматического удаления отходов позволило добиться чистоты и порядка во всех цехах и обеспечить высокую культуру производства



Типография Grand Master серьезное внимание уделяет утилизации отходов. Все оборудование подключено к системам аспирации компании Hunkeler Systeme



Из макулатурных отходов формируются прессованные тюки, причем отдельно для бурого и белого картона. Так их проще перерабатывать. В скором времени на предприятии планируют запустить производство макулатурного картона из собственного сырья, который, в свою очередь, можно использовать для изготовления упаковки

KOENIG & BAUER

We print
your world



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

Потому что печать – это наш мир.

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

we're on it.

«Железо» с большими возможностями, или Стабильный бизнес семейного предприятия



Владимир Павлов,
директор,
типография им. Г. «СКОРИНА»
[Армавир]

В Краснодарском крае, в Армавире, вот уже 25 лет работает типография им. Г. «СКОРИНА», названная в честь Георгия Франциска Скорины, одного из знаковых фигур в истории белорусского книгопечатания, повлиявшего на развитие всей печатной индустрии. Типография занимается производством рекламно-представительской и деловой полиграфии, книг и журналов, этикеточной продукции и т. д. Сегодня это — семейное предприятие,

развитием которого занимается его основатель Владимир Михайлович Павлов вместе со своей супругой и дочерью. Директор типографии им. Г. «СКОРИНА» рассказал, как создавалось и менялось предприятие за эти четверть века, а также о любопытных особенностях полиграфического бизнеса в регионе.

Необычное название

Стоит начать с названия типографии — она носит имя Георгия Франциска Скорины, просветителя и белорусского первопечатника. Он был первым, кто перевел на церковнославянский язык книги Библии, и являлся их первым издателем и печатником. В Белоруссии есть даже орден имени Франциска Скорины. «Еще в детстве мне подарили книгу о Георгии Франциске Скорине, — рассказывает Владимир Михайлович, — и она меня так впечатлила, что надолго осталась в памяти (книгу эту храню до сих пор). Поэтому когда много лет спустя судьба свела меня с полиграфией, мне захотелось как-то увековечить память этого великого человека. Так у моей типографии появилось имя».

Владимир Михайлович пришел в полиграфию, как это часто бывает, достаточно случайно. «В начале 1990-х гг., когда началось развитие частного предпринимательства, я с двумя друзьями занялся строительством железных дорог в Сибири, что позволило скопить

некоторое количество свободных денежных средств. Изучив экономику различных видов бизнеса (по отраслевому отчету в газете «Известия»), мы обнаружили, что в активно развивающейся тогда полиграфии уровень доходности был весьма впечатляющим. И мы решили инвестировать в печатный бизнес. Мои партнеры предложили сосредоточиться на этом направлении (я, в отличие от них, не железнодорожник). Тогда я вернулся в город своих предков (Армавир) и приступил к созданию типографии. Так в 1996 г. появилась типография им. Георгия Скорины».

Свободная ниша

Не зная с чего начать, Владимир поехал на выставку «Полиграфинтер» в Москву, чтобы изучить вопрос: «Там, на выставке, мне посоветовали начать с доредакционных процессов. Тогда это направление было на острие технического развития и являлось самым востребованным. Вернувшись в Армавир, мы приобрели здание, в котором сейчас располагается наше производство. На первых порах начали с компьютерного доредакционного оснащения, а также фотовыводного аппарата. В нашем городе, да и в крае, услуг по выводу пленок на тот момент никто не предлагал, поэтому мы довольно быстро обросли клиентами из числа типографий как из Армавира, так и из соседних городов — Ставрополя, Краснодара и т. д.



С появлением четырехкрасочной печатной машины Roland 700 типография им. Г. «СКОРИНА» смогла закрепиться в сегментах производства книжной продукции, упаковки, рекламно-коммерческой полиграфии, а также эффективно изготавливать сборные тиражи

Цикличное производство

Следующим этапом развития типографии стали инвестиции в печатное оборудование. Спустя два года после создания типографии был заключен договор с компанией Heidelberg на поставку полиграфического комплекса: двухкрасочной печатной машины Heidelberg Printmaster 52 и набора послепечатного оборудования. Фотовыводное устройство и копировальная рама в типографии уже были. Таким образом, сформировался комплекс полиграфического производства полного цикла. «Мы начали работать, в первую очередь, на рынок города. Как это ни странно, в Армавире есть целый ряд предприятий, которым нужна полиграфическая продукция. Например, около 80 кондитерских предприятий разного масштаба, и всем им нужны этикетки. Есть предприятия фармацевтической специализации, которым тоже нужна полиграфическая продукция. Так что наш бизнес получил основу для развития», — рассказывает директор типографии им. Г. «СКОРИНА».

Однако предприятие столкнулось с довольно сложной проблемой. В городе отсутствуют профессиональные кадры. И самое сложное — взять их нигде. «Тех же печатников нигде не учат, соответствующих учебных заведений нет, — сетует Владимир Михайлович. — Те немногочисленные печатники, которых можно найти в регионе, оказались очень избалованными, часто меняют место работы, уходя на еще большую заработную плату, или «выкручивают руки» владельцам. Одной из сложнейших задач для нашей семейной типографии стало именно формирование команды. Сотрудники, по нашему мнению, должны не только исполнять свои обязанности, но и четко понимать специфику бизнеса, «проникнуться духом полиграфии». Постепенно с этой задачей мы справились».

Освоение новых рынков

Время вносило свои коррективы, требовало расширение технологического парка печатных машин. Как рассказал Владимир Павлов, новый этап развития типография получила с появлением еще одной печатной машины, на этот раз большого формата: Roland 704, которую мы купили. Так у нас появилась серьезная печатная машина — надежная, «железная», с большими возможностями».

Новая машина позволила укрепиться в тех сегментах полиграфического рынка, в которых типография до этого работала, а также освоить и другие, вполне перспективные направления полиграфии. В частности, типография получила возможность изготавливать полиграфическую продукцию к выборам руководящих органов всех уровней. «Надо сказать, что наличие только технической возможности печатать продукцию к выборам недостаточно. Нужно все это грамотно оформить юридически, что очень непросто. В этом активно участвует моя дочь, имеющая юридическое образование. А моя супруга обладает редким, на сегодняшний день, опытом партийной



Наличие цифровой печатной машины Konica Minolta AccurioPrint C3070L позволяет брать в работу срочные заказы и тем самым привлекать дополнительных клиентов

работы и способствует решению идеологической стороны вопроса. Благодаря этому мы успешно работаем в сфере производства обязательной и коммерческой продукции для выборов. Обслуживаем не только город, но и несколько ближайших районов», — поясняет Владимир Павлов.

Появление высококачественной печатной машины большого формата позволило также выйти на книжный рынок. «Мы работаем с региональными



Машина клеевого бесшвейного скрепления для небольших тиражей



Часть послепечатного комплекса оборудования типографии им. Г. «СКОРИНА»: ламинатор, бумагорезательная машина, тигельный пресс для вырубki заготовок



Фальцевально-склеивающая линия для производства упаковочной продукции



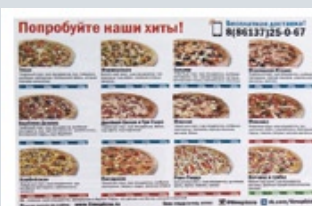
Фальцевальная линия для получения тетрадей блока многополосных изданий



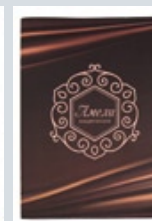
Устройство для вырубki заготовок (например, этикеток) из стопы

меняется, и все чаще к нам стали обращаться заказчики, которым «все нужно вчера», и при всех достоинствах нашей офсетной печати мы этого сделать не могли. Поэтому несколько лет назад установили нашу первую цифровую машину, которая успешно отработала свое и окупилась. После этого приобрели еще одну цифровую машину Konica Minolta, на которой сейчас выполняем оперативные заказы. Наличие у нас надежной и качественной офсетной машины в сочетании с гибкими возможностями цифровой печати позволяет производить самую разную продукцию в короткие сроки: коммерческую, упаковочную, этикеточную, — подстраиваясь под потребности

рынка. И это обеспечива-ет определенный уровень стабильности бизнеса, что очень важно для семейного предприятия, — отметил Владимир Михайлович. — В завершение хочу сказать, что, назвав типографию именем зачинателя восточно-славянского книгопечатания Г. Скорины, наш коллектив продолжает его сложный путь. Надеюсь, мой путь и труд продолжат и мои потомки. Хочу, чтобы дело жило, и мое время на его становление бесследно не прошло».



Рекламные листовые материалы для пиццерий



Благодаря печатной машине Roland 700 типография смогла выйти в сегмент производства книг

Многостраничные полноцветные каталоги для кондитерских и производственных компаний являются частью заказов типографии им. Г. «СКОРИНА»



Типография им. Г. «СКОРИНА» печатает агитационные материалы к выборам руководящих органов разных уровней

Трансформация фотобизнеса, или Куда делись фотолабы?

Более 20 лет назад в нашей стране существовало огромное количество компаний, которые занимались проявкой пленок и печатью фотографий. Однако за прошедшие годы от этого количества практически ничего не осталось. Тотальный переход фотографического способа получения фотоизображений на материальном носителе на цифровые технологии привел к сокращению большинства компаний в фотоиндустрии. Остальные вынуждены были трансформироваться. Одной из таких компаний является «АрмавирФото», которая успешно преобразовала свой бизнес в соответствии с современными веяниями рынка. Исполнительный директор «АрмавирФото» Анна Сабецкая рассказала о том, как менялся бизнес фотографической компании и что сегодня представляет собой современный фотосалон.

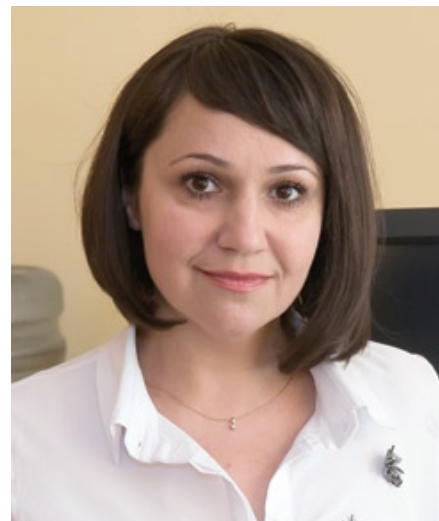
Сеть фотолабораторий

Компания была учреждена в 1995 г. как классическая фотолаборатория. Основу бизнеса составляли процесс проявки пленки и печать фотогра-

фий. «К середине 1990-х гг. у нас уже было 12 точек в городе, оснащенные минилабораториями. В то время люди довольно активно фотографировали, и иного способа получить фотографии, кроме как проявить пленку и отпечатать фотографии «мокрым» способом, просто не было. Мы стали партнером компании Kodak, активно использовали их материалы и технологии. Кстати, логотип Kodak до сих пор висит на нашем здании в центре города, и многие наши клиенты так и называют нашу компанию», — рассказывает Анна.

Чтобы иметь внушительное по меркам города количество минилабов, компания сделала вполне серьезные инвестиции, став одним из важных клиентов компании Noritsu (производителя минилабов, в которых использовался фотопроцесс Kodak). «В результате компания Noritsu пригласила нас на свой завод в Японию, где нам, в частности, рассказали, что в Японии в то время уже почти треть компаний по обработке пленки закрылась. Наступала цифровая эра. У нас она несколько отставала по времени, но вскоре и мы столкнулись с этой же проблемой.

Спрос на проявку пленок стремительно падал. Вернувшись из Японии, мы постепенно начали готовиться к тому, что вскоре процесс печати фотографий будет постепенно сворачиваться. Тогда мы начали запускать цифровые сервисы. Закупили компьютеры, сканеры различных типов и стали предлагать не просто печать фотографий, а цветокоррекцию, фоторетушь, фотомонтаж, а затем и процесс переноса фотоизображений на различные носители».



Анна Сабецкая,
исполнительный директор,
компания «АрмавирФото»
[Армавир]

Печать фотокниг

Имея большой опыт работы с изображениями, в компании решили, что можно двигаться в сторону коммерческой печати, причем как фотографий, так и полиграфической продукции. В этой связи в «АрмавирФото» появилась первая цифровая печатная машина. «Мы ездили на выставки, нас приглашали на различные семинары, рассказывали о перспективах цифровой печати, и в итоге мы решились приобрести свою первую цифровую машину, — говорит Анна Сабецкая. — Надо сказать, что с ней нам не очень повезло. Было это лет восемь назад, и оборудование, которое мы приобрели, оказалась довольно капризным и ломким. Оно у нас больше простаивало, чем работало. В то время мы начинали активно заниматься фотокнигами, и нам требовалось надежное решение. Фотобизнес быстро изменился. Вместо печати отдельных фотографий рынок пришел к изготовлению фотокниг. Причем появилось довольно много «обязательных» фотокниг. Это выпускные и свадебные альбомы, детские фотосессии, семейные фотоотчеты и многое другое».

Именно в этот период состоялось знакомство «АрмавирФото» с компанией-поставщиком оборудования «Артроникс». «Их подход к работе нам очень понравился, мы начали общаться, обсуждали разные варианты и комплектации оборудования. В ре-



На здании компании «АрмавирФото» в центре Армавира красуется логотип Kodak, материалы и технологии которого компания применяла для проявки фотографий с пленок

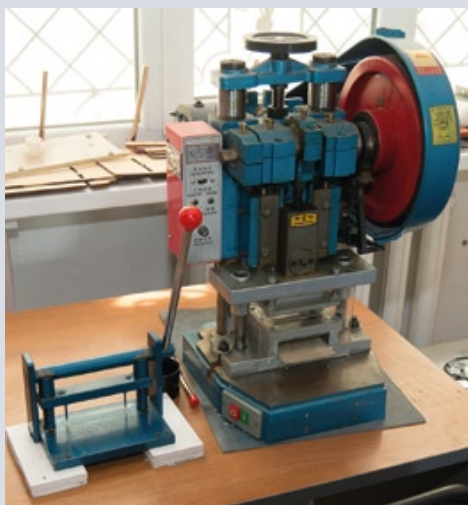


На фото (слева направо) представители «АрмавирФото»: технический инженер Владислав Щербаков, исполнительный директор Анна Сабецкая и представитель компании «Артроникс» Роман Павлов

зультате остановили выбор на цифровой печатной машине Xerox Versant 80 Press. Это оказался совсем другой уровень. Машина супернадежная, можно сказать, неубиваемая. Она у нас работает уже несколько лет и продолжает



Оборудование типографии «АрмавирФото» для изготовления фотоальбомов в твердом переплете



выдавать безупречный результат. Ребята из «Артроникс» не просто поставили нам машину и показали «как включать», они провели обучение наших операторов, помогли настроить машину, создали набор профилей для разных бумаг и т. д. В нашей сделке счастливым образом соединились две важнейшие для нас вещи: качественная надежная техника и отличный сервис. Это позволило нам закрепиться в городе на рынке полиграфических услуг», — отмечает исполнительный директор компании «АрмавирФото».

По словам Анны, машина Xerox Versant 80 Press оказалась отличным решением для коммерческой полиграфии: «Оборудование качественно печатает, причем на огромном диапазоне самых разных материалов, что оказалось востребованным нашими клиентами. Впрочем, для развития фотопечати мы приобрели

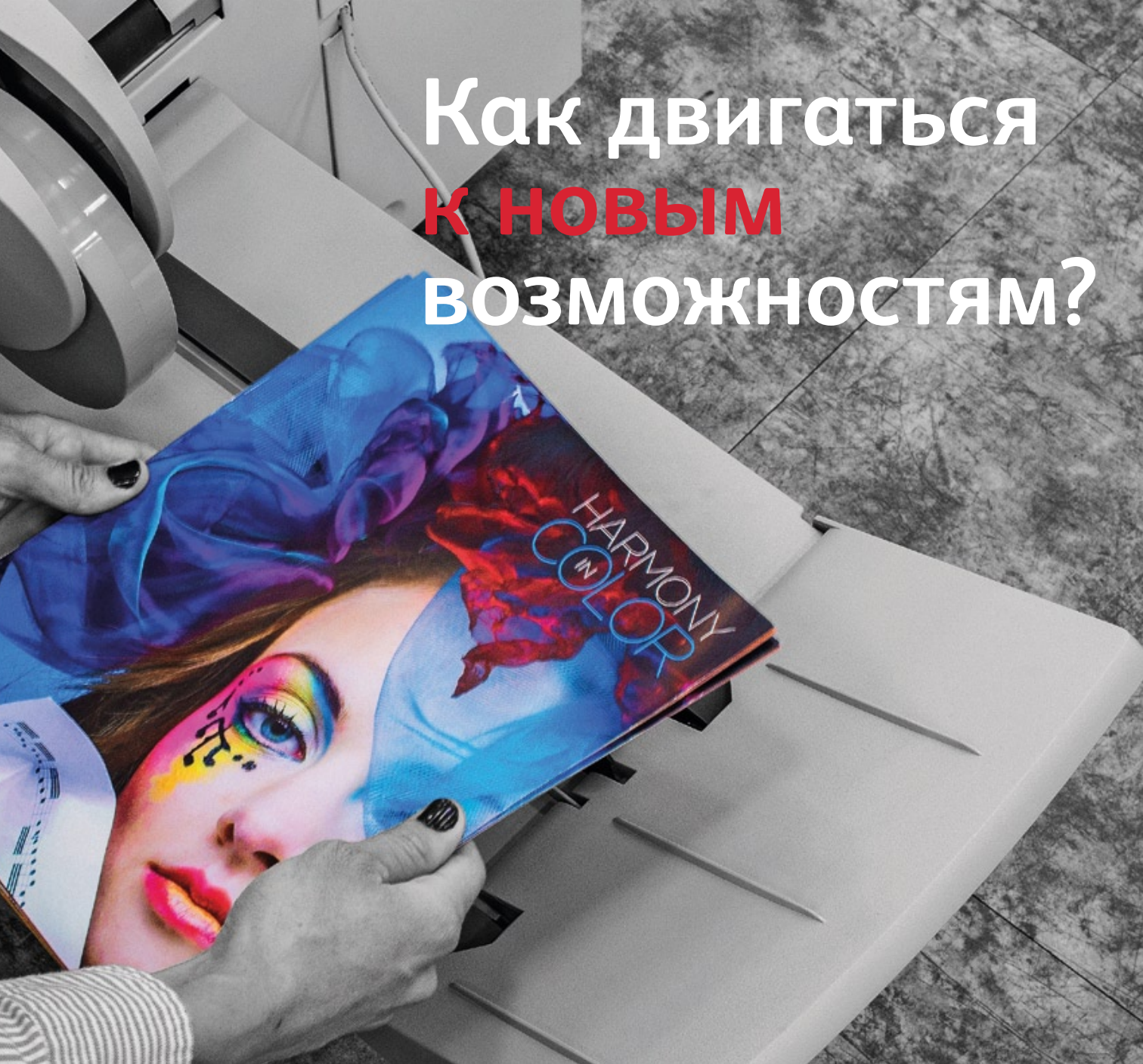


Компания «АрмавирФото» в рамках расширения бизнеса печати фотопродукции приобрела цифровые печатные машины Xerox Versant 80 Press и Xerox Versant 180 Press. Оборудование печатает на большом ассортименте материалов, что позволило изготавливать не только фотопroduкцию, но и коммерческую полиграфию

еще и машину HP Indigo, которую используем только для фотопечати. Большинство серьезных «фотопечатников» приобретают такую машину, и наша компания последовала их примеру и новым тенденциям в фотобизнесе».

Анна пояснила любопытную особенность: фотокниги часто заказывают профессиональные фотографы, которым важно, чтобы печать велась на серьезной технике. Однако, например, обложки для некоторых фотокниг на HP Indigo отпечатать не удастся, не хватает длины листа. Поэтому применяется оборудование Xerox Versant 80 Press, поскольку машина имеет возможность баннерной печати. С помощью специалистов компании «Артроникс» удалось откалибровать

Как двигаться К НОВЫМ ВОЗМОЖНОСТЯМ?



Цифровые печатные машины Xerox®

Развивайте бизнес с великолепным качеством цветной печати.

www.xerox.ru

xerox™



В типографии используют возможности широкоформатной печати для производства наружной рекламной продукции и интерьерной печати: плакатов, вывесок, баннеров, фотообоев и т. д.

Xerox Versant 80 Press таким образом, что изображения, отпечатанные на нем и на HP Indigo, выглядят практически идентичными. В некоторых дизайнах фотоальбомов используется на обложке одна из фотографий из внутреннего содержания. И очень важно, чтобы эти изображения были по качеству воспроизведения одинаковыми.

Коммерческая полиграфия

Постепенно в компании «АрмавирФото» начали все больше двигаться в область коммерческой полиграфии. На предприятии появилось множество послепечатного обслуживания как полиграфического, так и специализированного для фотокниг. В компании приобрели решения для



Мнение поставщика: «Комплекс услуг для качественной работы типографии»



Анна и Роман Павловы,
учредители компании
«Артроникс»
[Ростов-на-Дону]

от руководства которой прозвучало немало лестных слов в адрес поставщика цифровых решений. В этой связи мы решили побеседовать с владельцами этой компании — Романом и Анной Павловыми, которые рассказали о принятых в компании правилах работы и взаимодействия с клиентами, представляющих, на наш взгляд, большой интерес для рынка.

Роман в прошлом работал сервисным инженером по сложному оборудованию и за годы он приобрел не только большой опыт, но и понимание задач клиентов в использовании оборудования. Анна до создания своей компании занималась продажами. Поэтому когда в 2008 г. было решено начать собственный бизнес, акцент решили делать на профессиональном сервисе.

«Мы понимаем, что компания, купившая оборудование, не всегда способна получить от этого оборудования максимум, на который оно способно, — говорит Роман. — Чем сложнее печатная техника, тем больше различных нюансов ее использования. Поставщик оборудования зачастую присылает на монтаж своего сервисного инженера, задача которого собрать, запустить оборудование, показать, что оно работает, и подписать акт приемки. Обучение если и проводится, то в минимальном объеме. Учитывать заказчика калибровать оборудование,

настраивать на печать с разными материалами, работать с цветом, проводить простейшие операции по обслуживанию и т. д. в обязанности сервиса обычно не входит. В результате обслуживание у заказчиков зачастую не обеспечивает всех заявленных ранее возможностей. Мы решили исправить это положение и строить свой сервисный бизнес таким образом, чтобы гарантировать клиентам полноценное владение собственной техникой».

Некоторое время компания «Артроникс» занималась лишь сервисным обслуживанием полиграфического оборудования, однако некоторые заказчики стали запрашивать не только возможность оказания услуг сервиса, но и поставки оборудования. «Так, мы постепенно стали партнером компании Xerox в регионе. Не сразу, конечно, на нас обратили внимание: у Xerox было немало партнеров, в том числе и в нашем регионе, но сервисная репутация нашей компании в конечном итоге вывела нас в число заметных поставщиков полиграфического оборудования. Однако даже в поставках техники мы не поменяли своего подхода к бизнесу. Для нас важным является — продажа через качественный сервис. После инсталляции оборудования мы сами проводим обучение операторов, причем обучение довольно глубокое. Это и профилирование оборудова-

Компания «Артроникс» занимается сервисным обслуживанием и поставкой печатного оборудования, расходных материалов для офисов, рекламных агентств, издательств и типографий. Именно она поставляла оборудование Xerox в компанию «АрмавирФото»,



Производство фотокниг составляет одно из основных направлений деятельности компании «АрмавирФото». С помощью технологии цифровой печати здесь изготавливают выпускные фотоальбомы, свадебные, тематические и другие сюжетные фотокниги

изготовления сувенирной продукции, интерьерной печати, появилась своя багетная мастерская и многое другое. Естественным развитием данного бизнеса стало приобретение очередной цифровой печатной машины. На этот раз в «АрмавирФото» был установлен новый Xerox Versant 180 Press. Машина улучшенная и более производительная, чем предыдущая, хотя имеющая схожее построение. «Это такая же универсальная, надежная машина, что и Versant 80 Press. И обслуживает ее та же компания «Артроникс», с которой у нас сложились доверительные отношения. В самом начале нашей деятельности на рынке мы работали на доверии партнеру — достаточно было прийти к соглашению, и обе стороны делали все, чтобы эти договоренности соблю-



ния, и различные цветовые настройки, и настройки на обеспечение наилучшего качества печати на различных материалах. Машины Xerox Versant могут очень хорошо печатать на самых разных материалах, но далеко не всегда клиенты имеют возможность разобратся в этом вопросе самостоятельно», — рассказывает Роман.

«Мы считаем, что в продажах сложного оборудования нужно быть максимально честным с клиентом, — отмечает Анна. — Мы хотим поддерживать с заказчиками длительные отношения. Нам важно не только успешно продать и запустить оборудование, но и работать на перспективу, «выращивать заказчика», способствовать развитию его бизнеса. Начиная работать с новым для нас клиентом, мы проводим что-то вроде «технического аудита» его бизнеса, чтобы понять, что на самом деле ему нужно. Зачастую бывает так, что, обсуждая с клиентом приобретение конкретного оборудования, мы понимаем — это оборудование ему не нужно, лучше подойдет другое, причем совсем не обязательно более дорогое. Помогая заказчику решать его задачи, мы постепенно становимся ему партнером и помогаем ему развиваться. У нас немало примеров, когда одному и тому же заказчику мы продаем второе и последующие единицы оборудования».

Такой подход компании к ведению бизнеса оказался привлекателен для рынка. Даже в сложный прошлый год, когда у многих компаний продажи сильно просели, компания «Артроникс» по продажам оборудования перевыполнила план почти в два раза, и это при том условии, что план формировался еще до начала пандемии. Удалось перевыполнить план и по продаже расходных материалов, хотя немало печатающих компаний в прошлом году ощутили заметный спад в объеме заказов. «В итоге мы оказались в числе лидеров в России в области продаж оборудования и материалов для полиграфии среди всех партнеров Xerox, обойдя даже многих столичных партнеров», — подчеркивает Роман.

Он также рассказал, что компания активно инвестирует в собственный склад расходных материалов и часто заменяемых запасных частей: «Мы сейчас держим склад достаточный для «автономной» работы в течение полугода. Это требует приличных инвестиций, но зато мы уверены, что наши заказчики не будут испытывать ни в чем недостатка. Дистрибутор заказывает материалы и запчасти большими объемами, но не очень равномерно, бывают перебои во время праздников, отпускного периода. Мы считаем, что клиент не должен волноваться по поводу наличия нужных материалов и запасных частей.

У нас они всегда есть. Более того, порой мы даже помогаем партнерам Xerox из других регионов. Аналогично время от времени Xerox приглашает наш сервис решать технологические проблемы в другие регионы России».

Хочется отметить, что «Артроникс» — яркий пример того, как должны работать компании, поставляющие оборудование. В конечном итоге типографии покупают не столько оборудование, сколько возможность качественно и беспрепятственно печатать продукцию для своих заказчиков. Тот факт, что есть компании, которые готовы обеспечивать типографиям этот процесс, становится очень привлекательным для целого ряда клиентов. Особенно это важно в области цифровой печати, поскольку в цифровой бизнес часто приходят люди, не обладающие большим полиграфическим опытом. «Артроникс» в очередной раз подтвердил известную истину, что первую машину может продать поставщик оборудования, а вторую и следующие продает сервис. В лице компании «Артроникс» соединился честный подход к продажам с профессиональным и грамотным сервисом. Причем под словом «сервис» здесь следует понимать не ремонт оборудования, а комплекс услуг по обеспечению возможности качественной работы. И такой подход дает впечатляющие плоды. ■



Наличие машин промышленной цифровой печати позволило типографии печатать коммерческую и деловую продукцию

дались. Однако впоследствии на рынке появилось немало компаний, которые умело составляли договора и контракты, где мелким шрифтом прописывались дополнительные условия, что снимало с них всякую ответственность. Мы так не привыкли. И нам очень приятно, что в лице компании «Артроникс» мы нашли партнера, который полностью соблюдает все договоренности и делает даже больше. Нам это очень импонирует», — отмечает Анна Сабецкая. Новый Xerox Versant 180 Press используется сегодня в том числе

для печати коммерческой продукции, заказов на которую у компании становится все больше: визитные карточки, ресторанные меню, буклеты, календари, в частности с иллюстративной персонализацией (этот вид продукции оказался весьма востребованным). В любом городе всегда есть потребность в определенном количестве коммерческой полиграфической продукции. Тиражи обычно небольшие, поэтому наилучшим решением для производства такой продукции является цифровая печать.



Настольное устройство для резки небольших изделий



Планшетный режущий плоттер для резки паспарту, картона, пластика, пенокартона. Незаменим для багетной мастерской «АрмавирФото»



Бумажорезательная машина, фальцевальное оборудование и устройство для скрепления на скобу для производства коротких тиражей многополосной продукции





Часть комплекса отделочного оборудования



В качестве резюме отметим, что «Армавир-Фото» успешно трансформировал свой бизнес из фотографического в полиграфическо-фотографический. Фотобизнес со временем видоизменился, что привело к появлению новых направлений работы в этом сегменте, и компания смогла своевременно воспринять новые тенденции на рынке и перестроить структуру под текущие требования бизнеса фотопечати. ■

Типография развивает сувенирное направление как в фотопечати, так и для бизнеса

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
Курсанов, 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!

Здоровая конкуренция, или Дополнительный стимул развития



Елена Кузнецова,
руководитель филиала,
типографии Timex
[Анапа]

Типография Timex образовалась в 2020 г. в результате разделения бизнеса между учредителями одной из ведущих полиграфических компаний в Краснодарском крае. Для рынка Timex — совершенно новая компания, и у ее руководителя Елены Кузнецовой непростая задача: не только наработать клиентскую базу, но и стараться развивать бизнес в разных производственных нишах. Наша беседа с Еленой состоялась во время проведения выставки Printech, на которую руководитель филиала типографии Timex в Анапе специально приехала с целью поиска новых материалов и оборудования.

Цифровое качество

«Нашей типографии всего лишь год, но мы все же не новички в полиграфии, — рассказывает Елена Кузнецова. — Когда учредители типографии «Флагман» приняли решение о разделении бизнеса, в результате которого образовалась компания Timex, у заказчиков появилась возможность выбора, поскольку в Анапе до этого времени других альтернатив в плане получения полиграфических услуг не было. Для рынка, я считаю, эта ситуация скажется положительно, поскольку образовалась здоровая конкуренция, которая стимулирует развитие участников полиграфической отрасли и ведет к рас-

ширению перечня предоставляемых услуг». При разделе производственных мощностей к типографии Timex перешло оборудование для широкоформатной печати, поэтому здесь продолжили развивать направление по изготовлению наружной рекламы и интерьерных полиграфических решений. Кроме этого, предприятие занимается производством световых вывесок по современной технологии жидкого литья акрилом, которая позволяет получать яркие и долговечные световые буквы.

Что же касается листового полиграфического направления, то Timex пришлось приобретать собственное оборудование. Как отметила Елена, ранее учредители остановили свой выбор на цифровых печатных решениях Ricoh — типографией была приобретена машина Ricoh Pro C9100, представляющая флагманскую линейку цифрового оборудования промышленного класса. «Опираясь на положительный опыт работы на оборудовании Ricoh, в нашей типографии



Типография Timex ориентируется в своей работе на оперативную цифровую печать. Полноцветная печатная машина Ricoh Pro C7200sl обеспечивает высокое разрешение печати, что позволило типографии заняться производством фотопродукции, помимо изготовления высококачественной коммерческой полиграфии



Недавно в компании приобрели цифровую машину для монохромной печати Ricoh Pro 1357 для изготовления бланочной продукции и различной документации

Timer мы также решили использовать для оснащения производства машины этой компании. Для выполнения собственных заказов мы выбрали модель Ricoh Pro C7100X с возможностью баннерной печати и дополнительным тонером для нанесения белил. Сама по себе машина хорошая, но мы постоянно стремимся улучшить качество нашей продукции, поэтому мы приняли решение заменить оборудование на следующее поколение машин Ricoh — Pro C7200sl — модель с несколько другими техническими характеристиками, главным образом обеспечивающими заметное повышение качества цифровой печати. Мы сделали акцент именно на высоком разрешении печати, поскольку планируем активно заниматься изготовлением фотопродукции. Сейчас на фотоальбомы мы ощущаем хороший спрос и теперь готовы предоставить решение для высококачественной печати фотоальбомов, а также оказываем дизайнерские услуги по их верстке».

Большое внимание типографии Timer к качеству цифрового воспроизведения связано не только с освоением нового для компании направления фотобизнеса. «Сегодня мы видим тенденцию на рынке к использованию преимущественно цифровой печати, — отмечает Елена, — хотя до пандемии в городе ощущался спрос на офсетные заказы. Мы стремимся к тому, чтобы, используя возможности цифровой печати, обеспечить клиентам потребность в изготовлении коротких тиражей продукции с качеством, близким к офсетному, которое большинство заказчиков привыкли видеть».

Стратегическая задача

Типография Timer пробует работать в разных сегментах полиграфического рынка. И это является одной из стратегических задач развития бизнеса. «Наша типография располагается в курортном городе, где печатное производство имеет ярко выраженную сезонность, — поясняет Елена. — Как правило, у нас два пика в году — предновогодний и перед началом летнего курортного сезона. Сейчас мы уже завершили летний сезон, отгрузили печатную продукцию для кафе, ресторанов, санаторно-курортных комплексов и т. д. Новые заказы от этих клиентов появляются теперь только в следующем году. Получается, что нам нужно загружать обо-



В типографии Timer развивают направление широкоформатной печати как наружной рекламы, так и интерьерных решений

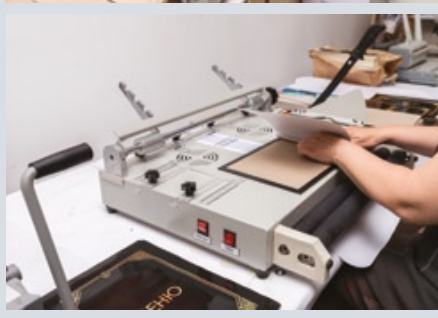
рудование заказами из других сегментов, оказывать в межсезонье дополнительные услуги. Одно из направлений, как я уже отметила, это печать фотокниг, для изготовления которых необходимо высокое качество цифровой печати. Кроме того, мы пробуем свои силы в производстве цифровым способом самоклеящейся этикетки — как на прозрачной, так и на белой пленке. Также сейчас у нас поступают заказы на изготовление картонной упаковки небольшими партиями. За счет того, что оборудование Ricoh позволяет работать с различными материалами (бумага, картон, пленка, самоклеящиеся материалы), мы имеем возможность предлагать полиграфические услуги для клиентов из разных бизнесов. Для одних решающим оказывается возможность печати малых тиражей их продукции, для других — логистика и разумная ценовая политика. В регионе оказа-



Одним из направлений работы Timer является производство световых вывесок по технологии жидкого литья акрилом



Часть производственного комплекса послепечатного оборудования. Малогабаритные устройства для ламинирования и изготовления переплетных крышек позволяют делать переплеты для фотоальбомов и книжных изданий небольшими тиражами



лось довольно много местных крафтовых производителей десертов, конфет, сыров и т. д., которым требуется упаковка. Для отделки у нас имеется трафаретная машина, на которой можно выполнить лакирование, нанести белила, золото/серебро и т. д., а также есть возможности по конгреву и тиснению фольгой. Сейчас нас, безусловно, интересуют послепечатные технологии, так как мы собираемся более глубоко заниматься упаковкой и развивать сувенирное направление».

Монохромная печать

Недавно на производстве Timer установили монохромную машину Ricoh Pro 1357, что открыло для типографии дополнительные возможности для привлечения заказчиков. «В регионе существует спрос на печать документации различного рода, а также квитанций для оплаты коммунальных услуг для небольших ЖК, бланочной продукции, — поясняет Елена. — В основном для выполнения таких заказов мы дополнили наш парк цифровых машин оборудованием для монохромной печати. Это обеспечивает нам перспективы для дополнительной загрузки производственных мощностей. Также одной из точек роста

мощности, сформировать отдел по работе с клиентами. Как рассказала Елена, создание типографии пришлось на пандемийный год, и когда сотрудники из других компаний теряли в зарплате, в типографии Timer, наоборот, шел набор персонала на хорошие условия. Это позволило подобрать состав квалифицированных менеджеров, а после снятия локдауна в июне прошлого года активно отработать сезон и, что самое важное, найти ключевых клиентов, способных обеспечить загрузку круглый год. «Мы положительно оцениваем динамику развития нашего молодого предприятия, — говорит Елена Кузнецова. — Главное — слышать рынок и двигаться в соответствии с его потребностями. Мы не боимся пробовать что-то новое для себя и будем стремиться максимально использовать преимущества цифровой печати в тех сферах, где ее применение оправданно и эффективно».



Одна из специализаций Timer — бизнес-полиграфия для клиентов корпоративного сегмента (календари, папки, визитки, бейджи, открытки, приглашения и многое другое)



Ресторанные меню и барные карты — сезонная продукция для типографии курортного города



Папки из плотного картона с отделкой (тиснение, конгрев) для отелей, корпоративных клиентов и ведомственных компаний

мы считаем развитие печати книг. Как правило, это местные частные авторы. Для печати книжного блока также требуется черно-белая печать. Твердый переплет мы делаем самостоятельно, причем по этой же технологии изготавливаем переплетные папки».

Положительная динамика

За год работы на рынке компании Timer удалось заметно нарастить производственные

RICOH
imagine. change.

НОВЫЕ ТОНЕРЫ!

«ЗОЛОТО» И «СЕРЕБРО» ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ!



Реклама

*На территории РФ и СНГ доступны с июля 2021г.

**Предназначены для использования на ЦПМ Ricoh серии Pro C7200X

ricoh.ru

Цифровая фабрика, или Новаторский подход в текстильной индустрии



Михаил Антипин,
директор,
«Первая цифровая
типография»
[Иваново]

Иваново исторически считался центром текстильной промышленности. С середины XVIII в. здесь начали открываться первые мануфактуры, развивалось производство натуральных тканей, искусство их отделки и окраски. Сейчас наряду с текстильным бизнесом в городе активно развиваются швейные фабрики. В общей сложности в регионе действуют более 1400 предприятий, так или иначе связанных с производством тканей и пошивом текстильной и трикотажной продукции (комплектов постельного белья, предметов декора, одежды и т. д.). Пока одна часть производственных компаний занята в этих сферах предпринимательской активности, другая — развивает бизнес услуг, в том числе и полиграфических, с целью обслуживания потребностей текстильных компаний разного уровня. «Первая цифровая типография» — одно из тех современных полиграфических предприятий, которому удалось гармонично объединить возможности печатного бизнеса и фабрики по производству тканей и текстильных изделий. Да и само производство компании расположилось в историческом месте, где несколько столетий назад процветала ткацкая мануфактура. О новаторском подходе к созданию такого синергетического бизнеса, в котором не

последнюю роль играют цифровые технологии печати, нам рассказал Михаил Антипин, директор «Первой цифровой типографии».

Интерес к печатному производству

У Михаила все продумано до мелочей. Несколько лет назад он разработал бизнес-план по организации предприятия, которое в скором времени (а точнее, уже через два года) должно стать «отраслевой инфраструктурной компанией, объединяющей различные технологии, которые позволят расти текстильному бизнесу». Однако обо всем по порядку.

«Изначально мы пошли по творческому пути развития рекламного бизнеса, — рассказывает Михаил. — Реализуя задачи креативного агентства, нам приходилось сталкиваться с необходимостью производства мелкой печатной продукции. Так, внутри агентства был создан отдел оперативной полиграфии на базе небольшого принтера Xerox Phaser. Однако с появлением крупных клиентов, в том числе московских заказов, оказалось, что найти подрядчика по изготовлению тиражей печатной продукции в городе довольно сложно: либо слишком дорого, либо непредсказуемо. В 2008 г. в разгар кризиса мы поставили

Осе CS620, по сути, свою первую Konica Minolta, следуя тренду цифровой печати в области рекламной полиграфии. В итоге печатный бизнес перевесил наши интересы, и с тех пор деятельность компании в большей степени связана с полиграфическим производством. Через два года мы установили Heidelberg Quickmaster, сейчас уже редкая машина так называемого «сухого офсета». А еще через два года, в 2012 г. начали осваивать широкоформатное направление печатного бизнеса».

В тот момент «Первая цифровая типография» приступила к собственному производству фотообоев. Имея партнерские соглашения с несколькими дистрибуторами, фотообои «Первой цифровой» поставлялись в розничные сети по всей стране. В том же году Осе CS620 была заменена на новую Konica Minolta bizhub PRO C6000L. Ведь для фотообоев нужна этикетка как полноцветная, с описанием товара, так и маркировочная. «Мы производили до 8 тыс. рулонов фотообоев в месяц — это большой трафик. Находясь на пике роста в этом сегменте и понимая, что вечно так продолжаться не будет, мы решили диверсифицировать наше предложение в области производства тканей и вшивной этикетки», — поясняет Михаил.



В мае этого года в «Первой цифровой типографии» установлена полноцветная цифровая печатная машина нового поколения Konica Minolta AccurioPress C4080. Основная задача оборудования — печать больших тиражей вшивных этикеток на синтетических бумагах, картонных ярлыков для одежды, самоклеящихся этикеток, а также рекламной, представительской и бизнес-полиграфии, сопровождающей продукцию как текстильных и швейных фабрик, так и выпускаемую типографией под собственной торговой маркой



На латексном принтере в типографии запечатывают натуральные ткани. Цифровой способ печати обеспечивает вариативность дизайнов при небольших партиях

Тканевое полотно

Производство типографии пополнилось устройством сублимационной печати, которое позволило воспроизводить высококачественные изображения с последующим термопереносом на ткань. «На сегодняшний день



Типография производит интерьерные наклейки и фотообои со своими дизайнами на устройствах широкоформатной печати



«Первая цифровая типография» — одна из немногих в Иваново, которая предлагает цифровую печать на синтетических тканях. На производстве используется метод сублимационной печати

наша компания одна из немногих в Иваново, которая предлагает цифровую печать на синтетических тканях. — Мы можем запечатывать ткань как из рулона в рулон, так и делать готовый крой — запечатывать небольшой фрагмент ткани, из которого потом будут шить сумки или декоративные наволочки на подушки. Преимущество второго способа в том, что он позволяет избежать нестыковки изображения, которая неизбежно бывает при раскрое из рулона. Каждый кусок ткани имеет одинаковый рисунок,

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 размотана в Смарт-НН



Технология «сухого офсета» на Heidelberg Quickmaster используется для печати вшивных этикеток на синтетических бумагах. Сейчас заметный объем заказов будет переходить с офсета на цифровую печать

поэтому изображения будут идентичными на обеих сторонах изделия», — рассказывает о тонкостях работы с тканью директор «Первой цифровой типографии».

Кроме того, на предприятии имеется оборудование для прямой печати по натуральным тканям (из льна, хлопка, конопли, которую, кстати, специально выращивают в Ивановской области в качестве местного сырья для производства гипоаллергенного материала).

«Цифровой способ печати обеспечивает максимальную вариативность: мы можем отпечатать любое количество дизайнов небольшими партиями. Например, если текстильная фабрика берет заказ минимум от 10 км ткани, причем только натуральной, то мы печатаем от одного рулона и принимаем в работу как нату-



Еще один способ печати вшивной этикетки — метод глубокой печати. Справа: резальная машина с ультразвуковым нагревом ножа для запайки концов тканевой ленты с запечатанными этикетками

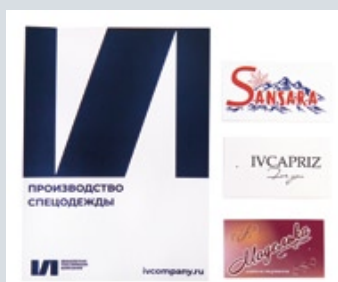


ральные, так и синтетические тканевые материалы. Зачастую печатаем клиентам образцы ткани, которые затем идут в серийное производство уже на традиционной фабрике.

Вшивная этикетка

«Любой бизнес развивается постепенно, от запросов клиентов, —

продолжает Михаил. — Когда к нам стали поступать заказы на вшивную этикетку от швейных и текстильных компаний, мы погрузились в этот бизнес и сейчас делаем этикетку на синтетических бумагах и тканях (нейлон, сатин, полиэстер) четырьмя разными способами: с помощью технологии «сухого офсета»,



Картонные ярлыки для одежды изготавливаются на цифровой машине Accurio Press C4080



Вкладыши в упаковку постельных принадлежностей, а также самоклеящуюся этикетку для маркировки продукции также печатают на ЦПМ Konica Minolta



Развитое производство печати по ткани позволило типографии изготавливать продукцию под собственным брендом (декоративные подушки, сумки, шарфы, картины на холсте и т. д.)



Рекламный каталог фотообоев, изготавливаемых «Первой цифровой типографией» для розничных торговых сетей. Типография использует свои производственные мощности для печати самих фотообоев, полноцветной этикетки, которая клеится на тубус с рулоном обоев, а также рекламных сопроводительных материалов



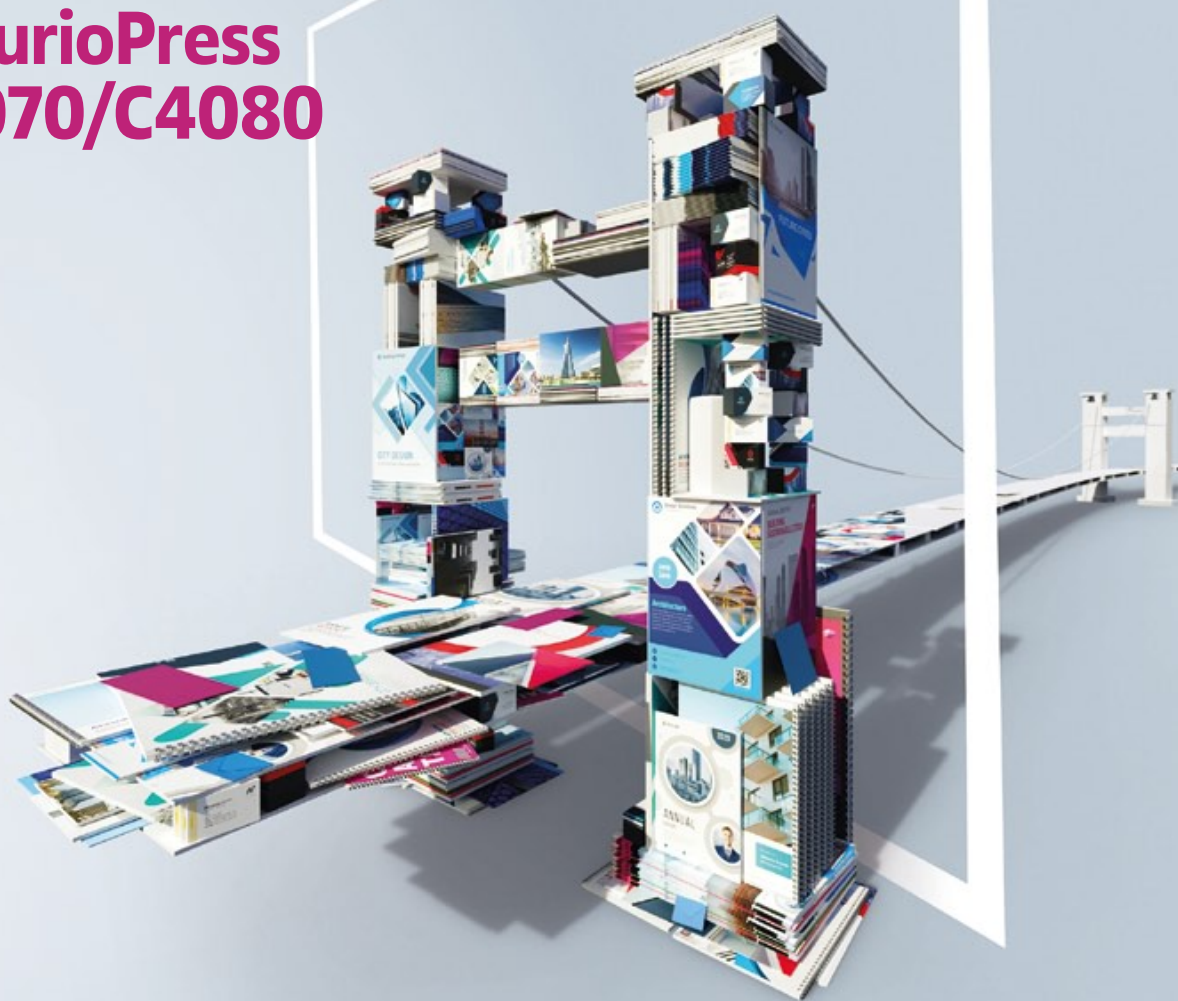


KONICA MINOLTA

AccurioPress
C4080/C4070

ВАШ МОСТ К УСПЕХУ

С НОВЫМИ
AccurioPress
C4070/C4080



- двусторонняя печать на бумаге до 360 г/м²
- обрезчик листов в линию (опция)
- самая универсальная система печати по комплектации подающими кассетами и финишным оборудованием

На изображении: несущие конструкции выполнены из печатной продукции ЦПМ с использованием систем интеллектуального контроля качества IQ-501 и автоматической инспекции оттисков АИТ. Не пытайтесь повторить это без Konica Minolta.

Giving Shape to Ideas

цифровой печати на оборудовании Konica Minolta, высокой печати и сублимации. Бизнес вшивной этикетки тоже со временем трансформировался. Если раньше ее печатали большими тиражами, отправляли на склад, использовали по мере необходимости, а остатки утилизировали, то сейчас этикетка заказывается конкретно под продукцию. Каждый менеджер у нас — это технолог, который объединяет заказы и решает, каким способом печатать вшивную этикетку. Разнообразие имеющихся у нас технологий позволяет выполнять любые запросы в этом сегменте рынка и предоставлять высокий уровень сервиса, выстраивая удобную для клиентов инфраструктуру. Сегодня мощности нашего предприятия позволяют изготавливать до 1 млн вшивных этикеток в смену!».

Собственная продукция

Помимо того, что «Первая цифровая типография» является подрядчиком для текстильных и швейных компаний, занимаясь изготовлением тканевых полотен и вшивной этикетки, а также оказывает услуги по печати рекламных материалов и бизнес-полиграфии, предприятие занимается и разработкой продукции, которая поставляется на рынок под собственным брендом. «Мы производим свою линейку товаров — декоративные подушки, тканевые сумки, картины на холсте, комплекты постельных принадлежностей, фотообои, интерьерные наклейки, — рассказывает Михаил. — Мы сами создаем дизайны, запечатываем ткани, из которых на фабриках отшиваются изделия, снабжаем их вшивной этикеткой, упаковываем свою продукцию, печатая на собственном оборудовании цветные вкладыши и самоклеящуюся этикетку, сами же управляем своими продажами. Кстати, наша компания единственная, которая изготавливает холст для цифровой печати: мы его продаем как в качестве материала, так и с печатью в виде готовых интерьерных решений. Большую часть выпускаемой нами продукции мы реализуем через интернет-площадку WildBerries, которая позволяет, по сути, тестировать потребительский спрос напрямую. При этом издержки минимальны — мы изготавливаем короткие партии товаров, следуя таким образом предпочтения целевой группы. Это позволяет нам создавать интересный продукт, производить его, продавать и тем самым формировать рынок».

Центр цифрового дизайна

Сегодня основной бизнес-стратегией «Первой цифровой типографии» является создание инфраструктуры по циф-

ровой печати на ткани, готовых изделиях, проектированию и кастомизации швейной продукции и предметов декора. Компания нацелена способствовать развитию текстильного рынка мелкосерийных изделий, сегмента текстильных сувениров и производства индивидуальных швейных изделий в короткие сроки. Все это становится возможным благодаря применению современных цифровых технологий печати. «Оборудование Konica Minolta прописано в нашем бизнес-плане развития как один из важных элементов. Оно является составной частью большой концепции по созданию цифровой инфраструктуры для текстильных компаний», — отмечает Михаил.

В мае этого года на производственной площадке «Первой цифровой типографии» была установлена полноцветная цифровая печатная машина Konica Minolta нового поколения — AccurioPress C4080. «Для нас это уже третья машина Konica Minolta, которая заменила собой bizhub PRO C6000L. Основная задача нового цифрового оборудования — печать вшивных этикеток на синтетических бумагах, картонных ярлыков для одежды, а также самоклеящихся этикеток. Мы рассчитываем на высокую загрузку этой машины, поэтому взяли комплектацию с лотками большой емкости и тележкой на выдаче. Это как раз тот случай, когда «цифра» отгрызает объемы офсета. Мы планируем значительную часть заказов с «сухого офсета» перевести на новую AccurioPress C4080. Пограничные тиражи будут варьироваться от 500 до 1000 листов. Комплектация нашей новой машины как раз рассчитана на печать больших тиражей по синтетическим бумагам. Кроме того, сейчас мы довольно много заказов выполняем по производству картонных ярлыков и этикеток для одежды. В Иваново работает пять фабрик, которые делают полотно для трикотажа, а по статистике, около 15% одежды, продаваемой через интернет-магазины, отшиваются в нашем городе. Так что с появлением мощной цифровой машины мы планируем активно работать в этом сегменте рынка. Также на новой Konica Minolta мы изготавливаем полноцветные вкладыши в упаковку и самоклеящиеся маркировочные этикетки. Помимо прочего, это оборудование позволяет решать и другие вопросы — те же заказчики на вшивную этикетку вполне могут размещать у нас тиражи на многокрасочные каталоги продукции (одежды, предметов декора из ткани и т. д.), квартальные календари, презентационные материалы и бизнес-полиграфию. Чем еще хорошо приобретает самую современную машину — тем, что в ней больше новшеств и она дольше будет оставаться актуальной. Мы остались очень довольны сервисом Konica Minolta и тем, что ин-

сталляция была проведена в сжатые сроки. Машина работает всего несколько недель, но уже полностью введена в коммерческую эксплуатацию».

По словам Михаила, текстильный рынок цифровой печати в России еще до конца не сформирован, и его компания намерена содействовать этому процессу, развивая как технологическую базу, так и формируя спрос, насыщая индустрию как новыми предложениями и услугами, так и готовыми продуктами.



«Первая цифровая типография» оказывает полиграфические услуги по производству каталогов с образцами продукции, рекламно-представительских изданий и деловой печатной полиграфии малыми тиражами и в короткие сроки благодаря использованию высокопроизводительной ЦПМ



Ситипринт
впечатляющая
печать

ЧТО КАСАЕТСЯ БИЗНЕСА

Донести до аудитории все, что вы хотите ей сказать, с максимальной выразительностью. Дать ей прикоснуться к вашим возможностям в прямом и переносном смысле. Впечатлить и убедить. Все это возможно благодаря полиграфическим решениям класса Hi-Im-Press®. Журналы, книги и каталоги, от которых невозможно оторвать глаз. И которые не хочется выпускать из рук. Ничего личного, просто эмоции. Эмоции, которые помогают достигать бизнес-целей.



Hi-Im-Press

Типография **Ситипринт**

+7 495 640-69-96
129226, Москва, ул. Докукина, 10/41
zakaz@cityprint.ru
<http://www.cityprint.ru>

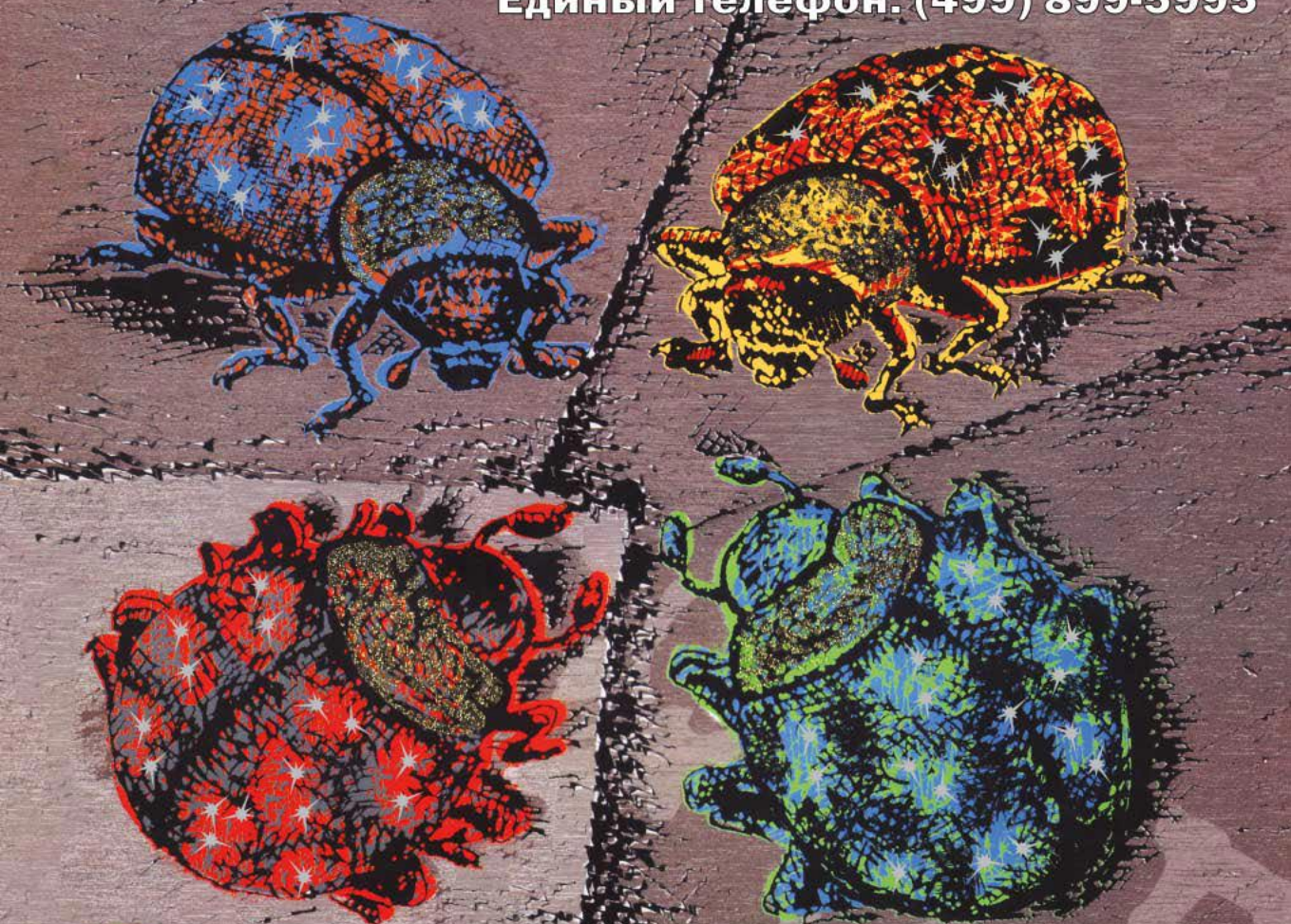


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М Y К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи экз.

от **250**

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ
трафаретной
печатью

БЕСКОНЕЧНЫЙ ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ



www.ilimgroup.ru



www.omelapaper.ru

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов производства

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