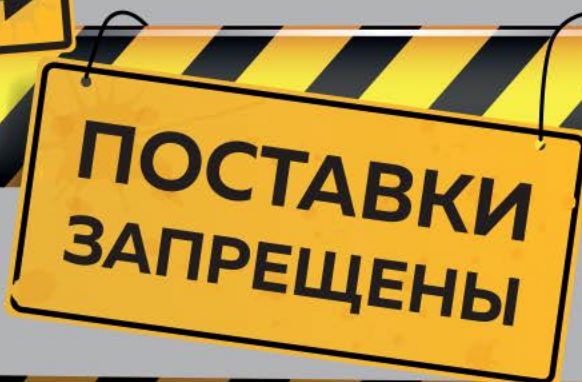


№3 июнь, 2022

ОСОЗНАННАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ:

ПОИСК
НОВЫХ
ПУТЕЙ



V I P
VISION
IMAGE
PRINT



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

Работа в условиях неопределенности

Продолжаем работать,
выполняем поставки
и обслуживаем оборудование

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

КОМПЛЕКТУЮЩИЕ И ОСНАСТКА ДЛЯ ФЛЕКСОГРАФСКОЙ ПЕЧАТИ

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

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

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

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ ДЛЯ ЛЮБОГО ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА

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

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №4 (162)-2022

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

«Параллельный» и «перпендикулярный» импорт 2

ИНТЕРВЬЮ

Эльшан Алиев, AGService («Эй Джи Сервис»)

«У нас появится больше новых материалов для тестирования» 6

Стефан Валуцкий, «Терра Системы»

«Мы будем жить и работать в новой реальности» 8

Данил Тарасенко, АО «Издательский дом «Бурда»

Издательский бизнес в период турбулентности 12

Алексей Ерохин, ГК «Терра Принт»

Ситуационный менеджмент,

или Стратегия, которую мы еще «не проходили» 14

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография «Технологии рекламы», Москва

Парадоксы времени, или Для чего настал лучший момент 17

Типография РТ «Максимум», Уфа

Решительный настрой,

или Обнадеживающие позиции цифровой печати 20

БИЗНЕС

«Санкт-Петербургская Образцовая Типография»

Поиск альтернативы,

или Производство дефицитных материалов 24

«ФС ПРИНТ», Lamstore, Чехов

«Подушка безопасности»,

или Многофакторная диверсификация 28

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн.....	1	AGService	7
ВИП-Системы.....	клапан, 2-я обл.	hubergroup	3
Илим	3-я обл.	Bobst	4-я обл.
ОктоПринт Сервис	клапан	Lamstore	31
Подписка на журналы	5	NCL	клапан
Смарт-НН	13	PrintDaily	вкладка
Терра Принт	15	Ricoh	23
Терра Системы	клапан, 11	Viva-Star	9
Фабрика офсетной печати.....	вкладка	Yam International	клапан

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

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

Адрес редакции:

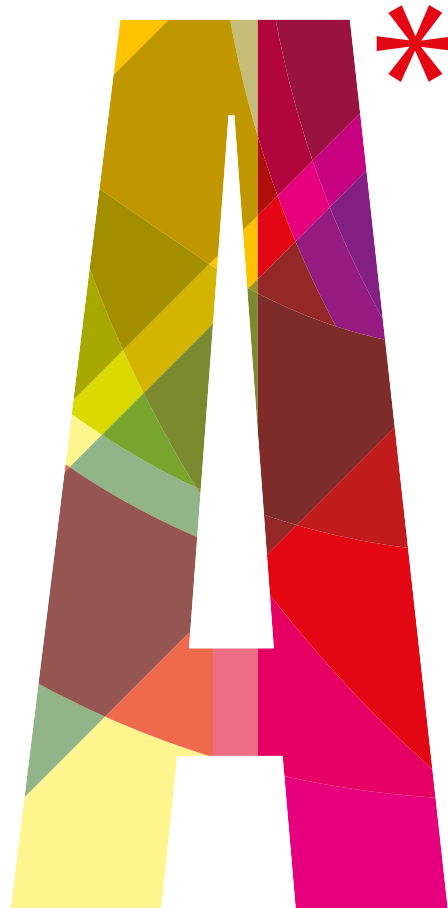
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© Издательство «Курсив»

Все права защищены
Отпечатано в «Альфа-Дизайн»
Тел.: (495) 221-74-94
Тираж 3000 экз.

ВНИМАНИЕ!

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



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

Красочно.

Полиграфия

Коммерческая—4+4; 5+5 on-line
Hi-End—10+лак on-line

Переплетно.

Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;

Фальцовка—«оконный фальц», микрокассеты;

ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;

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

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



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



«Параллельный» и «перпендикулярный» импорт

С момента прошлой публикации прошло почти два месяца. Тогда вопрос стоял о самом существовании полиграфического бизнеса в России и об очень высоком уровне неопределенности в отрасли. Надо сказать, что эти два месяца не сильно изменили ситуацию. Уровень неопределенности по-прежнему достаточно высок. Единственное, многим стало понятно, что ждать перемен к лучшему бессмысленно. Вряд ли в ближайшее время поменяется геополитическая ситуация и ее влияние на экономику России. Однако отрасль жива, что не может не радовать. Тем не менее импортозависимость российской полиграфии никуда не делась — огромное количество товаров, как и раньше, должно поставляться из-за рубежа. Так случилось, что большинство стран, из которых осуществлялись эти поставки, оказались «враждебными», и импорт из них прекратился. Однако если без новых печатных машин какое-то время можно прожить, то без расходных материалов работать невозможно.

Все оттенки «серого»

Правительство России официально разрешило «серый» импорт, назвав его «параллельным» импортом. Под этим подразумевается ввоз товаров тех компаний, которые в силу разных причин поставки прекратили. Причиной может быть либо невозможность официальной поставки товаров в силу санкций и давления политических кругов на руководство компаний, либо добровольный самозапрет компаний

на работу с «токсичной» страной, какой в их понимании стала Россия. Вряд ли нужно объяснять, что в эту ситуацию попали все компании из Европы, США, Японии и ряда других стран, из которых в основном шли поставки высокотехнологичного оборудования, современных расходных материалов, а также бумаги и картона.

Очевидно, что стратегия выживания в текущих условиях губительна для рынка. Для поставщиков важным сегодня является сама возможность импорта расходных материалов, не жели то, какими путями будут осуществляться эти поставки.

Для продолжения поставок необходимо организовать «параллельный» импорт. Но сказать и «разрешить» легко, а как организовать этот самый импорт? Здесь есть три принципиально отличных друг от друга ситуации:

■ Поставщик из недружественной страны готов отгружать товары в адрес российских компаний. В этом случае проблемой становится только схема доставки товара в Россию. Процесс может выглядеть следующим образом: компания просто говорит: «Забирайте сами и везите, как сможете». Не самый

плохой вариант, но встречается нечасто. Как правило, так могут работать только небольшие частные компании. Крупные известные корпорации на такие схемы, настолько нам известно, не идут. Все это в совокупности приводит к росту привычной цены на материалы за счет более сложной логистики. Примерное удорожание 15–20%.

■ Поставщик из недружественной страны готов отгружать товары, но не в адрес российской компании — «российский след не должен быть виден». В этом случае товар отгружается в адрес компании-посреднику в стране, не находящейся под санкциями, но в большинстве случаев относительно дружеских к России (Армения, Казахстан, Киргизия, Турция и ряд других). Компания-посредник принимает товар, после чего продает его российской компании. По этой схеме сейчас начинают работать многие, кто раньше поставлял товары от ведущих мировых производителей напрямую. Разумеется, это удорожает процесс доставки товаров в Россию. Здесь, помимо сложной логистики, присутствует еще и интерес компании-посредника, так что товар дорожает на 25–40%.

■ Покупка товара у дистрибутора (дилера) в другой стране. Если компания-производитель не хочет идти ни на какие «сложные пути» или вообще не хочет иметь с Россией ничего общего, то остается только один путь — искать нужную продукцию у дистрибуторов/дилеров в других странах и договариваться об отгрузке в Россию. По сути, это даже не «серый» рынок, а самый что ни на есть «черный». Но другого пути иной

раз не остается. Такую схему приходится применять в том случае, если нет никакой возможности найти замену нужному товару и нет способов договориться с производителем, а без этого товара, например, работать будет невозможно. Величину удорожания товара, поступившего по этой схеме, предсказать сложно, она может быть как вполне гуманной — 30–40%, так и совершенно грабительской, в зависимости от канала и его аппетитов.

Конечно, указанные нами проценты удорожания лишь приблизительно отражают положение вещей, поскольку многое зависит от дефицита того или иного товара, сложности поиска его аналогов и жадности компаний-посредников.

Не вдоль, так поперек

Впрочем, не все так мрачно. Большое количество товаров, которые сейчас не получается доставить из недружественных стран, можно заменить на аналоги из других (альтернативных) стран, в первую очередь из Индии, Китая, Турции и т.д. Если поставки по «параллельному» импорту осуществляются в основном из стран Запада (поставки с запада на восток), то из альтернативных стран будут вестись с юга на север, то есть перпендикулярно прежним поставкам, поэтому этот импорт можно называть «перпендикулярным». Попробуем понять, что можно получить при помощи «перпендикулярного» импорта и насколько он способен заменить основной.

■ **Бумага и картон.** До недавнего времени поставки качественной бумаги и картона (в первую очередь, мелованных материалов) осуществлялись в основном из Европы (Финляндии, Швеции, Германии и др.). После введения пятого пакета санкций поставки этих продуктов из стран Европы стали невозможны. В марте–апреле даже возник определенный ажиотаж на рынке и дефицит многих видов бумаг и картонов. Цены взлетели до небес. У поставщиков бумаги в России было немало материалов на складах, да и поставки еще шли. Однако ажиотажный спрос загнал цены на очень высокий уровень. Российское производство бумаги и картона теоретически существует, но покрыть потребности

России пока не может, особенно в плане картона. Мелованный картон в России производит только компания «Кама», но у типографий большие претензии к качеству этого материала. Так что потребности в импорте сохраняются. В этой связи «перпендикулярный» импорт из Китая с задачей хорошо справляется. Объем импорта бумаги и картона в России в 2021 г. составлял 1,7 млн т, из которых более 10% уже занимал Китай. Еще примерно 5% приходилось на Беларусь. То есть заместить нужно 1,4 млн т. Весомую долю этого объема занимают как раз мелованные бумаги и картоны. Офсетную, газетную, офисную, бурую, упаковочную

и другие сорта бумаги в России производятся. То есть дефицит может составить около 1 млн т. На первый взгляд, объем существенный. В России объем производства мелованных бумаг и картона увеличивается, растут поставки и из Беларуси, но даже с учетом этого остается весьма существенный дефицит. С другой стороны, объем производства аналогичной продукции в Китае составляет более 25 млн т. Есть производства в Индии и даже в Иране. При этом мощности бумагоделательных заводов в Китае легко смогут обеспечить лишние 3–4%, которых не хватает для закрытия потребностей России. Да и без этого импортеры уже смогли завезти



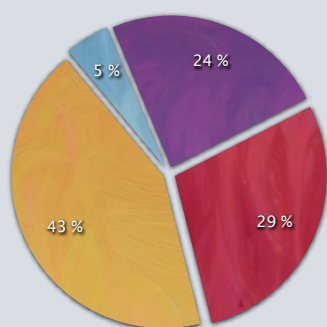
huber
group

www.hubergroup.ru

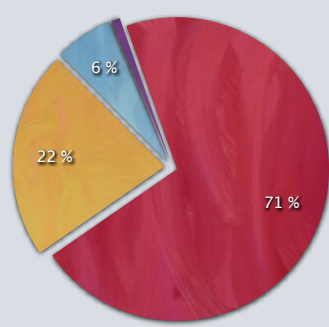
ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

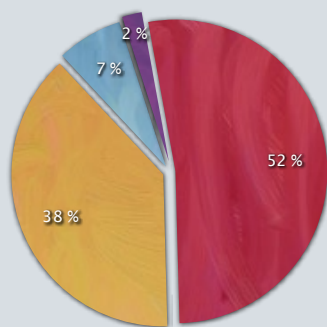
Новосибирск +7 383 383 50 58
Самара +7 909 370 67 89
Тверь +7 964 630 99 81



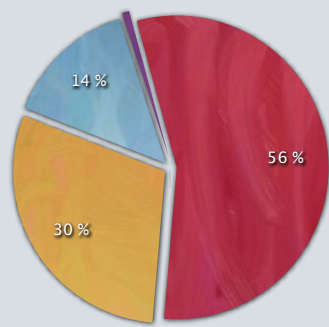
Бумага и картон



Офсетные формы

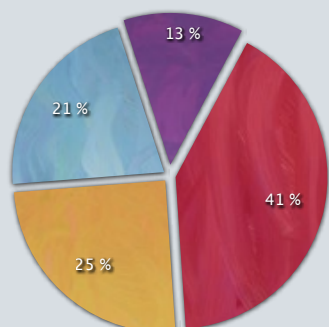


Офсетные краски



Флексографские формы

На этих графиках представлены существующие и перспективные возможности поставок материалов. Синим цветом обозначено текущее российское производство данного товара. Красным цветом — существующие (сохранившиеся) поставки данных материалов из-за рубежа. Желтым цветом показаны возможные, вновь создаваемые поставки в рамках «параллельного» или «перпендикулярного» импорта. Голубым цветом показан возможный дефицит данных материалов. С бумагой с учетом растущих поставок из разных стран большого дефицита не будет, с пластинами тоже (разве что



Флексографские краски

беспроцессные пластины могут оказаться в дефиците). Офсетные краски тоже будут в достатке, за исключением отдельных позиций. А вот в отношении флексографии предвидятся трудности...

вполне приличные объемы бумаги и картона, так что большого дефицита не наблюдается. Даже цена начала снижаться.

■ **Формные пластины.** Поставки формных пластин от «большой тройки» нестабильны. Пластины Agfa и до введения санкций поставлялись из Китая, продолжают завозиться и сегодня. Другие поставщики какие-то объемы поставок также сохраняют. По данным за 2021 г., в России объем потребления офсетных формных пластин составляет около 12 млн м². Из них 8,5 млн м² приходится на продукцию китайских производителей, к этому можно отнести существенную долю пластин «большой тройки», поставляемой также из Китая. С учетом некоторого падения объемов производства полиграфической продукции в России дефицита офсетных пластин, скорее всего, не будет.

Другое дело формные пластины для флексографии. Доля этих пластин из Китая составляет пока не более 10%. А вот поставки от крупных иностранных игроков доминируют. Три компании (DuPont, Flint и Miraclon) в совокупности держат почти 80% российского рынка. Поставки они если и не прекратили, то сократили. Например, DuPont официально объявил о приостановке деятель-



Старая и новая упаковка сока. Дизайн новой выполнен с учетом минимизации расхода краски

ности в России, а его доля на нашем рынке — 30%. Готов ли в полном объеме сохранять поставки американский Flint — не ясно, а его доля 40%. Пока запасы на складах есть, но насколько их хватит? Китай скорее всего не сможет сразу заместить такой объем пластин. Всего России нужно в год примерно 570 тыс. м². И тут надежда только на «параллельный» импорт, «перпендикулярный», вероятно, полностью не спасет.

■ **Краска.** Рынок офсетной краски в России разнообразен. Здесь представлена продукция более чем 40 разных производителей. Общий объем рынка офсетной краски составляет примерно 13,5 тыс. т. Из них на долю четырех крупных игроков приходится около 10 тыс. т. Часть этих игроков поставки прекратили, другие — продолжают работать. Типографиям отгружаются краски всех торговых марок, но какие из них осуществляют новые поставки, точной информации нет. Предположительно, примерно половина продукции четырех крупных игроков продолжает поставляться. Среди небольших компаний есть существенные потери. Следует отметить, что в России уже давно присутствуют компании из Кореи, Китая, Индии, Турции и других стран. Доля их пока не очень велика, но с учетом того, что только в одном Китае более 50 производителей офсетной краски, то восполнить нехватку вполне будет возможно. Однако быстро это не произойдет. Объем все-таки приличный, нужно заменить примерно 3–4 тыс. т.

Флексографские краски в худшем положении. Здесь доля нескольких крупных игроков, заметно больше. Из 14 тыс. т краски, которые импортируются в Россию, на долю четырех крупных игроков приходится 10,5 тыс. т. И это все поставки из Европы и США, так что они скорее всего будут остановлены или ограничены. Косвенно о дефиците краски уже широко известно. В средствах массовой информации освещалось, что один из крупных производителей упаковки высказал просьбу своим клиентам изменять дизайн, чтобы в нем было как можно меньше областей для запечатки. Тем самым экономия краски может составить половину от исходного. Учитывая, что речь идет о крупном производителе упаковки, такой подход может сократить дефицит флексографской краски, но все же эти меры не позволят компенсировать потери объема их поставок. Не очень понятно, на-

сколько удастся заместить этот объем «перпендикулярными» поставками из Азии. Примерно из 45–50 импортеров флексографской краски в Россию подавляющее большинство из недружественных стран. Опыта поставок краски из Азии пока немного. Так что дефицит флексо-краски, вероятно, будет серьезный. Нужно отметить, что есть российские производители флексографской краски, но объемы их производства пока не понятны. Заявленные производственные мощности заводов способны легко покрыть потребности России во всех жидких красках (флексо и глубокой печати), но судя по большим объемам импорта, отечественной краски производится пока не так много. Причины понятны: в отечественной краске очень велика доля импортных компонентов, с которыми еще во время пандемии возникли сложности, а сейчас многие из них могут и не поставаться вовсе. Так что надеяться на резкий рост объема производства жидких печатных красок в России не приходится. Здесь надежды и на «параллельный», и на «перпендикулярный» импорт.

■ **Расходные материалы для цифровой печати.** Еще один сложный вопрос для российской полиграфии. Цифровая печать за последние годы получила в нашей стране неплохое развитие, но санкции рискуют ударить по ней сильнее всего. В конце концов, заменить офсетную или даже флексографскую краску на другую вполне возможно, а вот тонер или чернила сильно привязаны к производителю оборудования. А все установленное в России цифровое печатное оборудование произведено в недружественных странах, и поставки в настоящее время заморожены. Российские офисы и дилеры этих компаний пока ведут себя по-разному. Одни объявили о полном уходе с рынка, другие находятся «в заморозке» и ждут лучших времен, и лишь некоторые пытаются находить пути работы в текущих реалиях. Уже известно об успехах некоторых российских офисов цифровых производителей в поставках расходных материалов и запчастей по схемам «параллельного» импорта через другие страны. Для владельцев оборудования данных производителей это хорошая новость. Те же, кто «ушли» или «заморозились», рискуют в ближайшее время начать терять клиентов. А у клиентов этих компаний выход только один — «перпендикулярный» импорт из тех стран, где удастся договориться. На момент написания этого материала на складах поставщиков еще есть запасы и расходников, и запчастей, но без подпитки эти склады рискуют опустошиться в ближайшее время. Причем надежды на помощь со стороны поставщиков в этом случае, вероятнее всего, не оправдаются.

Все помнят, что писали в свое время Ильф и Петров про «дело помощи утопающим...». Так уж получилось, что многие типографии и поставщики оборудования и материалов оказались в ситуации этих самых утопающих. Хочешь дальше работать — ищи пути. Помощи ждать неоткуда. Стратегия выживания и надежды на изменение ситуации в данном случае проигрышная. Зарубежные боссы вряд ли будут долго терпеть неработающий российский офис. Причем уход из России зарубежных компаний по методу «Макдоналдса» в полиграфии не получится. Важен не российский офис, а возможность поставок в Россию, будь то в адрес собственного офиса, дилера или даже напрямую в типографию. Пока не заработают «параллельные» или «перпендикулярные» поставки, российский полиграфический рынок будет в стрессе. Мы отмечаем на рынке определенную активность в плане организации таких поставок и надеемся, что это сохранит печатный бизнес в нашей стране и даже даст ему возможность развиваться. ■

Подписка на журналы

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

ДОСТУПНА ВСЕГДА



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

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

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

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

Наши партнеры:

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

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

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

«У нас появится больше новых материалов для тестирования»



Эльшан Алиев,
генеральный директор,
AGService («Эй Джи Сервис»)
[Москва]

Более 10 лет компания «Эй Джи Сервис» является надежным поставщиком расходных материалов и оборудования для российских полиграфических производств. В ассортименте компании — офсетные краски и лаки, вспомогательные материалы и смывки, офсетные пластины, клеи, резинотканевые полотна, пленки для ламинации и многое другое. Санкционное давление со стороны западных стран отразилось на взаимоотношениях российских компаний с европейскими партнерами, что потребовало пересмотра моделей бизнеса и поиска новых способов продолжения этого сотрудничества или же новых партнеров. Как данная ситуация повлияла на работу компании «Эй Джи Сервис» и какие решения уже были найдены, мы попросили прокомментировать генерального директора Эльшана Алиева.

Ситуация на рынке после 24 февраля и последовавших за этим действий Запада стала, прямо скажем, неожиданной для российского бизнеса. Как это отразилось на взаимоотношениях с вашими партнерами?

— В числе наших партнеров есть известные на рынке поставщики из Европы. С некоторыми из них наши бизнес-отношения поставлены на паузу. Один из партнеров из Германии был вынужден полностью отказать от работы с нами по понятным

причинам. Влияние европейских санкций больно ударило по нашим партнерским отношениям с западными компаниями, в результате чего налаженные годами каналы продаж, выстроенные бизнес-модели были нарушены. Поэтому нам, как и другим компаниям, оказавшимся в подобной ситуации, срочно пришлось искать новые пути доставки, перестраивать логистику, заключать контракты с новыми поставщиками, активизировать партнерские связи с азиатскими компаниями, которые открыты для сотрудничества.

Насколько сейчас обеспечен ваш склад расходными материалами? Существует ли риск дефицита полиграфических красок, лаков и т.д.?

— Мы сразу отреагировали на ситуацию, предполагая возможный ажиотаж на полиграфические материалы, поэтому заказали дополнительные партии традиционных для использования нашими клиентами красок и лаков. Сейчас мы продолжаем укомплектовывать склад, пока есть такая возможность — согласно пятому пакету санкций сделки до 10 июня будут выполнены. Заполнение склада даст нам время на перестройку бизнес-процессов.

Что касается дефицита, то на определенные виды материалов, безусловно, он будет. Например, сейчас ощущается большая нехватка УФ-красок. Со своей стороны, мы уже заказали партию таких красок от другого поставщика, которые должны скоро поступить к нам на склад. Под санкции попали металлизированные краски «золото», «серебро», их дефицит уже отмечают типографии, которые активно использовали эти материалы в работе. Есть проблемы с наличием самоклеящихся материалов, резины под специфические задачи, силиконов (хотя с ними проблемы начались еще во время пандемии вследствие нехватки сырья и нарушения цепочек поставок). Кроме того, следует учитывать увеличившиеся сроки доставки, которые достигают теперь до 2,5–3 месяцев. Частично дефицит материалов может наблюдаться по причине неестественно завышенного спроса со стороны полиграфических предприятий.

Типографии также поддались тревожным настроениям?

Ситуация тревожная для всех. Типографиям нужно как-то работать. Конечно, каждое предприятие старается обеспечить себя материалами впрок, закупая избыточное на текущий момент количество краски, лака, бумаги и т.д. Например, недавно мы продали весь складской запас пищевой краски, спрос на которую еще совсем недавно был невысоким. Теперь же типографии скупают запасы у всех поставщиков, чтобы обезопасить свое производство.

Сейчас такой момент, когда новых клиентов привлечь очень легко. К нам обращаются типографии, которые до этого не работали с нашей компанией. Если раньше новые клиенты запрашивали сначала тестовые партии расходных материалов, то теперь приобретают то, что есть в наличии. Однако у нас имеются обязательства перед типографиями, с кем мы сотрудничаем длительное время, и при всем старании мы не можем обеспечить потребности всех желающих. Прежде всего мы должны думать о своих клиентах. Тем не менее, если у нас нет опасений, что наши постоянные заказчики могут остаться без материалов, то, конечно, отгружаем. Или же можем привезти расходников больше, чтобы обеспечить потребности сторонних заказчиков. Если у нас есть возможность, мы также идем навстречу клиенту и завозим материалы конкретно под него, это касается даже тех расходных материалов, которыми мы раньше не занимались. Так, например, сейчас мы поставляем партию газетной краски ColdSet непосредственно под типографию, которая обратилась к нам с этим запросом. Просто раньше нам было сложно конкурировать в плане поставок газетной краски с такими крупными поставщиками, как Sun или FlintGroup. Сейчас, когда эти компании приостановили работу на российском рынке, освободившуюся нишу можно заполнить.

Просчитываете ли вы варианты поставки альтернативных расходных материалов?

— Конечно, мы ищем как новые пути доставки привычных для полиграфистов материалов, так и новых поставщиков расходных материа-

лов, с которыми возможно беспрепятственное сотрудничество. В основном это производители из Китая и Турции. В ближайшие месяцы у нас появится больше новых материалов для тестирования из этих стран — краски, лаки, УФ-лаки, химия, основы. Пока вопрос остается открыт с водными лаками.

За многие годы типографии привыкли к большому разнообразию расходных материалов. Сегодня же большинство европейских расходников запрещены к ввозу в Россию. Как по-вашему мнению, ассортиментные позиции у российских поставщиков будут сокращаться и типографии вынуждены будут использовать необходимый минимум для производства печатной продукции или же удастся найти замену привычным материалам только уже от поставщиков из дружественных стран?

— Предполагаю, что сегодня все российские поставщики расходных материалов заняты поиском альтернативных решений, поскольку всем нужен надежный канал поставок, а он возможен сейчас только из стран Азии. Далеко не все материалы, представленные на азиатском рынке, нам знакомы. В Китае огромное количество производств, причем много и перекупщиков, которые перепродают краску одних и тех же заводов только под другими брендами. На поставку тестовой партии уходит около 2,5 месяцев. И если тестовая партия прошла испытания, то нужно ждать еще 2,5 месяца, пока придет основная партия. Исходя из этих сроков, думаю, в ближайшие месяцы в России будет всплеск новых расходников на рынке — поставщики постараются завезти максимально возможный ассортимент, в том числе для тестирования. Что из этого приживется — загадывать сложно. Ожидаем, что у технологов появится много работы в связи с тестированием новых красок, лаков, бумаги и т.д. Уже сейчас ощутимо больше звонков от типографий, которые стали запрашивать технологическую помощь.

Нет ли ощущения, что печатные работы упрощаются в плане дизайна, используемых материалов, экономии на отделке и т.д.?

— Такая тенденция на данном этапе имеет место быть. Просто по причине дефицита ряда материалов. Как я уже говорил, упрощение в отделке может возникнуть в силу ограничения выбора УФ-лаков, а также металлизированных красок — широко применяемых металликов под «золото» и «серебро».

Планируете ли вы завозить расходные материалы, которыми не занимались раньше, расширяя свой пакет предложений?

— В целом у нас и до этого была достаточно широкая линейка расходных материалов под самые разные полиграфические задачи. В основном наше внимание сейчас нацелено на налаживание каналов поставок нашего привычного ассортимента из числа новых поставщиков. При необходимости мы можем завозить часть материалов под конкретные запросы клиентов — такая практика у нас есть. Из новых материалов, пожалуй, может потребоваться поставка различных клеев, краски и силикона для ролевой печати. Ранее эти позиции не были для нас основными. Теперь, возможно, нам придется прорабатывать способы поставки этих материалов более основательно. Я считаю, если задаться целью, то все реально. Появляются альтернативные логистические пути, находятся партнеры, готовые поддержать нас и использовать возможность выйти на российский рынок. Полагаю, что в скором времени полиграфический рынок заполнят новые бренды, которые по факту ничем не будут уступать именитым европейским маркам, которые так быстро этот рынок потеряли.



ОГРОМНЫЙ АССОРТИМЕНТ РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

Всегда на складе в Москве:

- ◆ Офсетные краски
- ◆ Офсетные пластины
- ◆ Резинотканевые полотна
- ◆ Противоотмарывающие порошки
- ◆ Добавки в увлажнение
- ◆ Смывки
- ◆ Клеи
- ◆ Пленки для ламинации
- ◆ и многое другое...



...также мы производим смесевые цвета Pantone

«Мы будем жить и работать в новой реальности»



Стефан Валуйский,
генеральный директор,
компания «Терра Системы»
[Москва]

Многие российские поставщики полиграфического оборудования и материалов переживают небывалый кризис — их европейские, американские и японские партнеры-производители приостановили отгрузки своей продукции, а некоторые и вовсе заявили о прекращении работы в России. В более выигрышной ситуации оказались те, кто также специализируется на поставках решений китайских производителей, которые намерены продолжать сотрудничество. Одна из таких компаний — «Терра Системы». Ее генеральный директор Стефан Валуйский рассказал о том, какие изменения произошли в работе компании за последние несколько месяцев, как развиваются отношения с партнерами из Поднебесной и что /возможно/ будет представлять из себя российский полиграфический рынок в обозримом будущем. Источник: PrintDaily.ru.

Стефан, как для вас прошли последние месяцы, начиная с 24 февраля 2022 г.?

— У меня пока нет ощущения, что они «прошли». Скорее, мы пребываем в состоянии, требующем от нас максимума ресурсов, которые мы тратим на решение внезапно возникших проблем, вместо того чтобы заниматься развитием компании. Эти проблемы я условно делю на три части: финансовые, логистические и санкционные.

В конце 2021 и начале 2022 гг. мы заключили много контрактов с типографиями, и по состоянию на 24 февраля часть оборудования по ним еще была на заводах, а часть — в морях на пути в Россию. Буквально в первых числах марта мы столкнулись с огромной курсовой разницей на бирже. Заказчик же нам платит, как правило, в рублях по курсу ЦБ РФ, а мы потом покупаем валюту по биржевому курсу, чтобы заплатить производителю. Но когда разница в курсах достигла 15–20 руб., мы встали перед лицом огромных потерь. Пришлось оперативно приостановить

«Работа с Китаем позволяет нам смотреть в будущее со сдержанным оптимизмом. Наши поставщики готовы продолжать сотрудничество, у нас есть налаженная логистика, и мы видим потребность рынка в предлагаемых нами решениях и готовность в них инвестировать. Более того, мы достаточно уверенно чувствуем себя с финансовой точки зрения, что избавляет нас от необходимости принимать какие-то срочные и необдуманные решения».

прием денег в компанию по всем контрактам. Оповестили клиентов, объяснили ситуацию, и — спасибо им! — большинство отнеслись к этому с пониманием. Спустя некоторое время курсовая разница стала более адекватной, и мы, в этом смысле, продолжили работать как обычно.

Второй пакет неожиданных задач был связан с получением грузов по

четырем крупным контрактам, которые не смогли попасть в Новороссийск, ушли в порты Турции и Греции и там застряли. Не буду детально рассказывать как, но на данный момент три груза нам удалось вывезти. Одна машина уже введена в эксплуатацию, две находятся в процессе монтажа у наших клиентов. Осталась еще одна машина в Греции, откуда прямая логистика в Россию, к сожалению, пока не представляется возможной. Мы активно занимаемся проработкой канала поставки через третьи страны (Турция или Грузия) и оформлением соответствующих документов, а уже оттуда доставим оборудование в Россию. Конечно, что-то мы точно потеряем в финансовом плане, но свои обязательства перед клиентом выполним.

Третья проблема — санкции против банков, с которыми мы работали. Например, одним из давних партнеров компании «Терра Системы» являлся «Альфа-банк». Пришлось переводить средства в другие наши банки, обсуждать изменения платежей с китайскими заводами, но и здесь нам, в целом, удалось все разругать. Да, деньги стали «ходить» дольше — условно, несколько недель вместо нескольких дней, — но в итоге они благополучно доходят до получателя.

То есть китайцы продолжают отгружать свою продукцию в Россию как раньше?

— Наши партнеры из Поднебесной не только не прекратили сотрудничество, но и вообще проявили себя с наилучшей стороны в это непростое для нас время. Нужно поддержать у себя уже произведенную машину — поддержим. Хотите отправить деньги с другого банка — пожалуйста. Будете платить не в долларах, а в юанях — без проблем, хоть в российских рублях (некоторые компании разрешают и такое). Очень взвешенная партнерская позиция, за которую мы очень им благодарны.

Наверное, можно сказать, что все что ни делается — все к лучшему. Несколько лет назад вы начинали работать с европейскими брендами, которые затем по ряду независимых от вас причин перешли к другим поставщикам, а вы по-

вернулись в сторону Китая. Сегодня это вас сильно выручает.

— Верно, хотя и не соглашусь, что это простое стечение обстоятельств. Примерно пять лет назад мы встали перед выбором. У нас уже был сильный партнер в лице RMGT, и мы решали, стоит ли развивать портфолио в сторону исключительно европейских, американских и японских производителей. Чутье, однако, подсказало, что нужно идти в Китай. Мы видели, что китайские производители сильно улучшили функционал и качество своего оборудования, и благодаря этому начали наращивать свою долю на мировом рынке. Сегодня очевидно, что это решение было стратегически правильным. Мы не попали в ситуацию, когда у нас все санкционное, и не встали перед вопросом, когда нам закрываться: завтра или еще месяц потерпим.

Какова ситуация с японскими брендами, которые, если не по количеству, то по значимости занимают одно из важнейших мест в вашем портфолио — RMGT и Ricoh?

— В настоящий момент она не до конца понятная. С точки зрения партнерства, японцы относятся к нам максимально дружелюбно. Мы постоянно общаемся, обсуждаем какие-то рабочие вопросы и т.д. Канал по доставке запчастей для офсетных машин мы уже построили и осуществляем первые поставки. Да, они будут идти чуть дольше, обойдутся чуть дороже, но мы их привезем. Однако пообещать прямо сейчас потенциальному клиенту привезти новую печатную машину я не могу. Во-первых, есть вопросы с логистикой. Раньше мы возили морем через Новороссийск и Владивосток. Первый вариант по известным причинам отпал. Второй — под вопросом. Проблема в том, что поток грузов между Японией и Владивостоком относительно небольшой, и судно по дороге может заглянуть, например, в Южную Корею — и это не новые веяния, так было почти всегда. Там наш груз может встать на транзитный склад и быть перемещен на другое судно, но в текущих обстоятельствах это риски задержек, арестов и прочих неприятных вещей. Во-вторых, японцы — большие законники, и они очень боятся что-то ненароком нарушить, и попасть под те или иные санкции. Особенно с учетом того, что в их машинах используется некоторое, пусть и не очень большое, количество комплектующих европейского и американского производства. В общем, есть много организационных вопросов, которые мы сейчас с ними активно обсуждаем и решаем.

Тут надо также понимать, что у владельцев любой международной компании есть свои оценки рисков и свое отношение к происходящему. Кто-то может пожертвовать всем, что есть в России, и официально прекратить отгрузки, даже не попадая под прямые международные санкции. Кто-то, наоборот, не захочет терять долю рынка и клиентов и будет искать с партнерами альтернативные варианты продолжения работы. В той же Японии есть небольшие семейные компании, где подобные вопросы решаются существенно проще. RMGT же является частью огромного конгломерата, и если где-то наверху в итоге примут решение не работать, наши партнеры из RMGT при всей любви к нам и ко мне лично ничего не смогут с этим поделать. В общем, мы занимаемся данным вопросом, и я надеюсь, что в ближайшее время тут появится какая-либо ясность.

С Китаем нет описанных выше логистических проблем?

— Нет, потому что объемы несоизмеримо больше, и между Китаем и Владивостоком курсируют отдельные, уже прямые китайские суда, которые никуда не заходят, и, соответственно, мы ничем не рискуем. Кроме того, у нас есть каналы поставок из Китая по железной дороге или автомобильным транспортом.

С RMGT понятно, но у вас есть еще один японский партнер — Ricoh. Пусть вы и работаете с ним не напрямую, а через российское представительство...

— Ricoh не ушел из России, как это уже сделали ряд конкурирующих производителей цифровых печатных машин, но дальнейшая работа со своими стратегическими партнерами находится пока, скажем так, в стадии согласования. Мы периодически общаемся на эту тему с руководством российского представительства, и я очень надеюсь, что совместными усилиями мы сможем в итоге разработать дальнейшую стратегию нашего взаимодействия на российском рынке.

Как насчет вашего давнего партнера, американской компании AMS, которая производит светодиодные УФ-сушки?

— А вот здесь все предельно понятно — компания под санкциями, введенными правительством США и ЕС.

Это проблема для компании «Терра Системы»?

— Ну, может, только моральная. Мы же понимаем, что технология LED UV, которую мы активно и успешно продвигали в России, помогала нам, в первую очередь, продавать офсетные машины RMGT. Это хорошее качественное решение, но в текущих условиях его сложно назвать «продуктом первой необходимости», а с учетом того, что он занимает не самую большую долю в нашем бизнесе, эта потеря для нас не стала критичной. Плюс не стоит забывать, что у нас есть также альтернативные китайские решения в области технологии светодиодной печати.

Похоже на то, что сегодня главным преимуществом поставщика становится не продукт или технология, а наличие работающего канала поставок?



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. Электровзводская,
д. 20, стр. 3

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

— Да, наверное, можно и так сказать.

Какой ваш прогноз относительно продолжения работы в России крупных производителей оборудования?

— Прежде всего, этих производителей нужно разделить на две части. Первая часть — это Европа, США, возможно, Япония, Корея и Тайвань — страны, из которых мы или не сможем закупать оборудование в обозримом будущем, или сможем, но через какие-то «серые» каналы, что приведет к его удорожанию и увеличению сроков поставки в России. Вторая часть — это, конечно, Китай, где на данный момент все более-менее стабильно. Не стоит только забывать, что в Китае можно найти далеко не все. Нормального офсета или листовых ЦПМ там нет.

Правильно ли мы понимаем, что если компания принимает решение продолжать отгрузки, то все это будет реализовано через посредников? Скажем, через открытое представительство в Казахстане или партнера-«прокладку» в иной «дружественной стране»?

— В том числе. Вариантов можно найти много. Нам тут даже перевозчик предложил себя в качестве посредника. Он готов принять деньги не только за доставку груза, но и за сам груз. Его агент в Китае отправляет деньги, например, в Японию, получает на себя оттуда машину и сразу переправляет ее к нам. Это, безусловно, будет что-то нам стоить, но основной вопрос в другом — согласятся ли на это заводы в Японии?

Как вы считаете, если ситуация будет развиваться по плохому сценарию и с рынка уйдут все или почти все производители листовых офсетных и цифровых печатных машин, — что произойдет? Китай ведь тут не поможет?

— За офсетный рынок я пока более-менее спокоен. Эти машины имеют все-таки более долгий срок жизни и при необходимости они достаточно ремонтнопригодны, скажем так, в условиях самообслуживания. Плюс всегда есть внутренний и внешний рынки б/у оборудования. Хотя и тут могут быть сложности, если речь идет об электронных компонентах.

С «цифрой» ситуация куда сложнее. Допустим, проблема с расходными материалами для большинства ЦПМ как-то решится, но вот запчасти могут стать реальной проблемой. Вариантов развития событий здесь не так много. Если уходят все производители — типографии ищут расходники и запчасти самостоятельно и/или возвращаются

к истокам, то есть к малоформатному офсету и, скорее всего, б/у (если найдут, конечно). Если кто-то из производителей и их партнеров останется на рынке и наладит поставки — цифровые типографии могут потянуться целиком к ним. Значит, структура рынка ЦПМ в России со временем сильно поменяется.

Я думаю, что нас всех ждут большие сложности в плане поставки сюда технологий из Европы, США, возможно, Японии и союзных им стран. Не будет такого, что все резко откажутся от введенных санкций или все одновременно согласятся на «серые» каналы. Все станет несколько хаотично и индивидуально, на мой взгляд.

А если и Китай от нас отвернется?

— Это событие затронет не только и не столько полиграфию и упаковку, сколько другие, намного более важные сегменты нашей жизни. В этом случае масштаб проблем будет несоизмерим с теми, что мы имеем сейчас. Впрочем, такое развитие событий на данный момент мне кажется все-таки маловероятным. Сейчас все наши китайские поставщики подтвердили готовность продолжать сотрудничество. Мы же со своей стороны решили все финансовые вопросы и отработали логистические цепочки как по земле, так и по морю.

Вы ищете в Китае новых партнеров? Если да — в каких областях?

— Их там сейчас все ищут, и мы, конечно, не исключение. В первую очередь, интересуемся дополнительными решениями в области послепечатной обработки и отделки картонной и бумажной упаковки. На всякий случай прошерстили рынок на предмет различных листовых офсетных печатных машин, но ничего стоящего не нашли.

Как думаете, производителей в Китае на всех хватит?

— Трудно сказать, но это и не главное. Важнее помнить, что Китай Китаю рознь. Там есть как надежные работающие решения, так и красивые, но не работающие должным образом пустышки. В этом смысле я хотел бы предостеречь уважаемых заказчиков от возможной ошибки и порекомендовать идти за китайскими машинами к тем компаниям, которые имеют опыт работы на этом рынке. В случае с оборудованием для картонной и бумажной упаковки — это как раз к нам.

Формируя свою продуктовую линейку, мы прошли большой путь, много времени потратили на изучение китайского рынка, на тестирование и отбор наилучших решений. Наши

партнеры не только выпускают надежное и качественное оборудование, но и сопровождают его надлежащей технической документацией, профессиональной сервисной поддержкой и т.д. За прошедшие годы мы с коллегами наблюдали, как росли эти компании в профессиональном плане. Если в прошлом случались ситуации, когда мы на местах самостоятельно, без помощи производителя додумывали, как довести китайское оборудование до совершенства, то сегодня китайцы очень быстро и профессионально консультируют нас практически по любым вопросам. В их коллективах растет количество квалифицированных молодых специалистов, которые хорошо владеют английским языком и обеспечивают намного более высокий уровень работы, чем тот, что был ранее, когда мы только начинали сотрудничество. Китай однозначно стал умнее и прогрессивнее!

С учетом того, что у вас есть рабочие финансовые и логистические каналы, не планируете ли вы заняться поставками расходных материалов?

— Такой вопрос нам неоднократно задают наши клиенты, но я считаю, что лучше сосредоточиться на своих сильных сторонах. Мне кажется, нам сейчас нужно работать именно в послепечатке для упаковки. Тем более, что на такое оборудование сегодня есть определенный спрос, а это очень важно для бизнеса в текущих условиях.

Российские типографии готовы инвестировать?

— После 24 февраля большинство контрактов было приостановлено, и руководители типографий бросили все деньги на закупку расходников и запчастей впрок. За последующие месяцы паника прошла, и у большинства из них, в целом, сформировалось понимание, как жить дальше. Новое печатное оборудование сегодня интересуют пока не так активно, а вот спрос на послепечатку для изготовления картонной упаковки мы видим. За последние месяцы мы заключили сразу несколько новых контрактов на поставку оборудования из Китая, которые сейчас исполняются.

Согласны ли вы с таким утверждением, бытующим на рынке: «мы столько кризисов пережили и этот переживем»?

— Мне кажется, люди не понимают, что кризис, который мы сейчас переживаем, — это не подобие пандемии. Речь не идет о том, что нужно затянуть пояса и немножко потерпеть, а потом все наладится. Сегодня

происходят структурные изменения взаимоотношений между странами, и последствия этих изменений останутся с нами очень надолго. Мы будем жить и работать в некоей новой реальности, которая будет сильно отличаться от той, что была раньше. Уже сейчас слышны первые звоночки — дефицит расходных материалов у типографий, урезание ассортимента товаров у производителей, упрощение дизайна упаковки и т.д. и т.п. Боюсь, это только начало.

Как это может затронуть компанию «Терра Системы»?

— Работа с Китаем позволяет нам смотреть в будущее со сдержанным оптимизмом. Наши поставщики готовы продолжать сотрудничество, у нас есть налаженная логистика, и мы видим потребность рынка в предлагаемых нами решениях и готовность в них инвестировать. Более того, мы достаточно уверенно чувствуем себя с финансовой точки зрения, что избавляет нас от необходимости принимать какие-то срочные и необдуманные решения. Очевидно, что о прекращении нашей деятельности речь не идет. Наоборот, мы планируем развиваться

и, возможно, даже осваивать новые ниши.

Тем не менее я допускаю, что ближе к осени могут произойти какие-то структурные изменения внутри компании, направленные на оптимизацию и повышение эффективности ее работы. Характер и масштаб этих изменений мы поймем только после того, как окончательно станут ясны позиция и возможности наших японских партнеров, так как заметная часть структуры нашего бизнеса была направлена на сбыт и обслуживание японского оборудования.

Как вы относитесь к популярным в нашей среде высказываниям, что «мы сами с усами и все сможем разработать и произвести самостоятельно — нужно просто захотеть и получить на это денег»?

— Любые санкции дают толчок к развитию. Этот тезис мы можем подтвердить тем, что происходило после событий в Крыму в 2014 г. При этом с вероятностью 101% в ближайшие годы мы вряд ли сможем разработать и произвести промышленное оборудование. Вероятно, нам это и не нужно, так как есть Китай, который мы можем и будем по-

ставлять. А если говорить о расходных материалах — почему нет?

Как мне кажется, проблема полиграфии была в том, что эта отрасль до определенного момента не рассматривалась как социально значимая, но когда комбинаты столкнулись с ситуацией, что им не во что разливать молоко или соки, например, из-за отсутствия картона, значимость этой отрасли в глазах государства резко выросла. Равно как и его внимание к ней и готовность выделять средства на какие-то значимые проекты.

Я думаю, что дело не в персоналиях, а в мышлении. Мы либо воспользуемся ситуацией и открывшимися возможностями, либо нет. Мы можем скатиться, условно говоря, на уровень Ирана или даже ниже, а можем найти в себе необходимые ресурсы и начать самостоятельно разрабатывать и выпускать хоть что-то необходимое. Пусть не все, пусть не сразу, но что-то мы наверняка сможем заместить, а что-то продолжим импортировать из тех стран, которые сохранят с нами отношения. В любом случае, как мне кажется, дорогу осилит только идущий. Стоять на месте и опускать руки ни в коем случае нельзя! ■

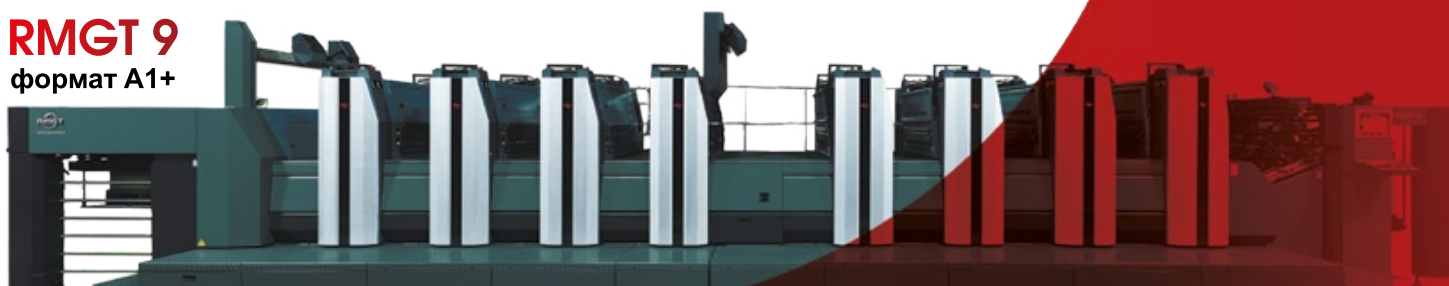


RYOBI MHI Graphic Technology Ltd.

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

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

RMGT 9
формат А1+



TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

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

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

Издательский бизнес в период турбулентности



Данил Тарасенко,
директор по производству,
АО «Издательский дом «Бурда»
[Москва]

Издательский дом «Бурда» является одной из ведущих медиакомпаний на российском рынке. Среди издаваемой холдингом периодики — известные журналы по шитью и рукоделию: Burda, Patrones, Boutique Trends, Fait Main Tricot, The Knitter и другие, а также журналы «Лиза», «Идеи Вашего Дома», «Добрые советы», Salon-interior и огромный ассортимент изданий кроссвордов, sudoku, кейвордов и сканвордов. Издатель крупной периодики также, как и другие участники полиграфической отрасли, столкнулись сегодня с рядом сложностей, в том числе связанных со снабжением расходными материалами для печати своих изданий. Данил Тарасенко, директор по производству АО «Издательский дом «Бурда», любезно согласился прокомментировать, что вызывает наибольшую обеспокоенность российских издателей в текущих условиях и какие риски существуют для рынка периодики.

Стоит признать, для рынка глянцевого периодики сложилась непростая ситуация. Под влиянием санкций некоторые издательские дома, выпускающие журналы преимущественно с содержанием западного контента, вынуждены были приостановить работу в России. Другие вышли из положения, переименовав издания и отказавшись от долевого участия западных издательских домов. В числе

выпускаемых журналов ИД «Бурда» также немало лицензионной периодики. Удалось ли вам сохранить все наименования ваших изданий?

— Фактически да. Мы не пострадали от каких-либо санкционных ограничений, хотя у нас действительно преобладают издания, выпускаемые по западным лицензиям. Помимо собственно журнала Burda, который выходит по лицензии немецкого издательского дома, мы выпускаем журнал Knipmode Fashionstyle по нидерландской лицензии, Patrones — по лицензии испанского издателя, Boutique Trends — по итальянской

«С полиграфистами у нас полное понимание того, что мы находимся в одной лодке, у нас общие проблемы, а потому мы готовы оказывать взаимную поддержку, чтобы выдержать испытания текущего периода».

лицензии. Иными словами, весь ассортимент печатной продукции по рукоделию продолжает издаваться.

Одним из значимых для нашего издательского дома проектов является выпуск еженедельного журнала «Лиза». График его выхода также не изменился, журнал продолжает выходить и даже увеличился в объеме. Таким образом, для своих читательниц мы сделали своего рода подарок — в отсутствии других женских журналов, которые ушли с рынка, должна быть возможность почерпнуть информацию из других печатных источников. Безусловно, нам приходится учитывать дороговизну и отсутствие мелованных бумаг, на которых традиционно издавались глянцевые журналы. В результате мы приняли решение, что журнал «Лиза» будет выходить на немелованной бумаге 60 г/м², дефицита которой не наблюдается. Переход на другой тип бумаги прошел безболезненно — у наших специалистов большой опыт работы с цветом, знание колор менеджмен-

та, что позволило в короткий срок перепрофилироваться на печать на немелованной бумаге. Показателем правильности принятого решения для нас является востребованность издания женской аудиторией и удержание тиражей на прежнем уровне.

С какими сложностями издатели столкнулись в плане производства журналов?

— Издательский рынок, как и вся полиграфическая отрасль, находится в данный момент в ситуации турбулентности. Сложности, безусловно, есть. В первую очередь, они связаны с невозможностью поставки импортной бумаги, на которой все привыкли работать и получать гарантированный результат — издатели, типографии и собственно читатели, конечные потребители нашей продукции. Технологические процессы были годами отлажены на основе именно этих расходных материалов. Поэтому выпадение такого важного звена, как бумага, в этой цепочке, ведет к перестройке всего производственного цикла. Однако мы в этом плане подстраховались. В нашем распоряжении имеется определенный запас материалов. И в тот момент, когда поставки бумаги прекратились, это не отразилось на выпуске наших изданий.

В какой-то момент даже были опасения по поводу возможной нехватки полиграфической краски. Рынок саморегулируется, и поставщики красок находят решения, появляются новые каналы поставок, выходят на рынок краски из Китая и Турции. Можно сказать, что с красками проблем не будет.

Тем не менее запасы бумаги не бесконечны. Есть ли альтернатива, отечественная замена импортным материалам?

— Говоря о бумаге, мы имеем в виду именно рулонные материалы, поскольку крупнотиражная периодика печатается исключительно на ролевых машинах. Альтернатива, конечно, есть, хотя сравнение отечественных и импортных материалов будет, к сожалению, не в пользу первых. На рынке сейчас присутствует единственный отечественный производитель легкомелованной рулонной бумаги, как следствие, являющийся монополистом. Это не-

избежно ведет к тому, что поставщик диктует условия участникам рынка, на которые приходится соглашаться. И такое положение дел весьма обескураживает. В частности, речь идет о ежемесячном повышении цен, к чему издатели не были готовы. Стоимость отечественной легкомелованной бумаги стала в 2 раза выше, чем осенью 2021 г., когда верстался бюджет! Шок испытывают также все рулонные типографии. К сожалению, поведение менеджмента российского производителя сильно отличается от европейских поставщиков, которые были всегда ориентированы на сотрудничество с издателями и типографиями в долгосрочной перспективе. Независимо от того, по каким каналам продавалась бумага, европейские поставщики старались вести диалог и быть в тесном контакте с конечным потребителем бумаги. И в этой цепочке типография далеко не конечный клиент, который выбирает бумагу (хотя она и выступает в качестве покупателя). Понимать, какие задачи стоят непосредственно перед издателями, ретейлом, производителями продуктов, — крайне важно, особенно в разветвленной цепочке продаж. Например, наши контакты с европейскими поставщиками не ограничиваются российскими представителями, а доходят до топ-менеджмента и непосредственно самого завода. Наш российский поставщик

бумаги пока не выстроил подобной схемы работы с потребителями его продукции.

Чем грозит повышение стоимости бумаги для выпуска периодики?

— Следует учитывать, что стоимость бумаги в производстве высокотиражной журнальной периодики составляет около 50% производственной стоимости. Стопроцентное повышение цен на бумагу ведет к тому, что издатели вынуждены повышать отпускную стоимость своей продукции, чтобы не уйти в минус. Кроме того, добавляется наценка торговой сети. В итоге стоимость экземпляра журнала для конечного потребителя увеличивается в те же 2 раза. Кто из читателей готов сегодня покупать журнал вдвое дороже, чем он стоил вчера? Эта ситуация приведет, как минимум, к падению тиражей, а это, в свою очередь, к повышению затрат на производство и новому витку повышения стоимости конечного продукта. В этой связи создаются риски для всей журнальной индустрии.

Как сегодня складываются отношения с вашими партнерами по бизнесу — полиграфическими производствами?

— Мы годами выстраивали партнерские взаимоотношения с типографиями, в которых печатаем наши журналы. Неоднократно мы подтверждали друг другу надежность нашего сотрудничества, и сегодня это помога-



Периодические издания, выпускаемые в России ИД «Бурда». Некоторые из журналов издаются по западным лицензиям и продолжают выходить с прежней регулярностью



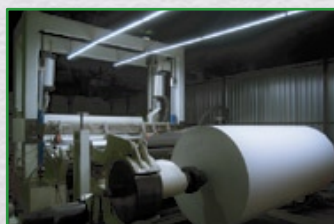
Издания по рукоделию (шитью, вязанию, конструированию одежды) занимают львиную долю в редакционном портфеле ИД «Бурда». Помимо глянцевого периодики, выпускаются книги в твердом переплете по шитью и конструированию

ет обеим сторонам выжить. С полиграфистами у нас полное понимание того, что мы находимся в одной лодке, у нас общие проблемы, а потому мы готовы оказывать взаимную поддержку, чтобы выдержать испытания текущего периода.



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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



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

САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!



типография

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

СБОРНЫЕ ТИРАЖИ
выгодное решение для вашей рекламы

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

Принимаем заказы онлайн 24/7
на нашем сайте:

apd52.ru

Доставка по всем городам России

Ситуационный менеджмент, или Стратегия, которую мы еще «не проходили»



Алексей Ерохин,
управляющий,
ГК «Терра Принт»
[Москва]

Экономическая ситуация последнего времени создала невиданные прежде сложности всем участникам полиграфического рынка (впрочем, не только полиграфического). Годами налаженные связи и методы работы в одиночку перестали существовать. Поставщикам оборудования и материалов, типографиям, да и всем, вовлеченным в полиграфический бизнес организациям, приходится очень непросто. Тем не менее, необходимо искать новые подходы, чтобы оставаться в бизнесе, и некоторые из поставщиков уже активно этим занимаются. Владелец группы компаний «Терра Принт» Алексей Ерохин рассказал, какие шаги предприняли в компании для работы в новых условиях.

В настоящий момент рынок переживает ситуацию, которую можно охарактеризовать как «полная неопределенность». С одной стороны, типографии продолжают работать, хотя некоторые и не так активно, как раньше. Но с другой — возникла большая проблема: невозможно купить привычные расходные материалы, многие компании-поставщики не могут оказывать сервис, отсутствуют запасные части и т.д. Как обстоят дела у «Терра Принт»?

— Насчет «полной неопределенности» все, конечно, правильно, но мы не опускаем руки и продолжаем работу. С большинством наших вендоров мы сотрудничаем как и раньше, некоторые из наших партне-

ров приостановили работу с нами, но мы смогли оперативно найти им адекватную замену. Например, вместо популярных японских финишеров Uchida AeroCut (лучших и самых известных на рынке автоматических нарезчиков с функцией биговки и перфорации) мы сейчас предлагаем аналог из Китая, который практически ничем не отличается и успешно конкурирует с AeroCut на мировом рынке. Первая партия этих машин уже заказана и скоро ожидается на складе.

Иными словами, проблемы удается решать?

«Мы не прервем свои усилия и продолжим работу. За 25 лет нашей деятельности созданы и развиваются огромное количество связей и контактов с сотнями компаний и людей. Эти связи — деловые, партнерские, дружеские — являются движущей и мотивирующей силой наших действий и стараний».

— В большинстве своем да. К примеру, мы давно сотрудничаем с компанией Smyth, производителем ниткошвейного оборудования. В отношении данного партнера сложилась следующая ситуация. Поставки самих машин выполнимы, и мы размещаем на них заказы, а вот запчасти к ним попали в европейский стоп-лист. В пресловутом пятом пакете санкций в явном виде прописан запрет на поставку запчастей для ниткошвейных машин, и теперь их прямая доставка из Европы невозможна. Тем не менее мы нашли альтернативные каналы, и запчасти тоже везем. Не напрямую, но везем. Наши клиенты никаких проблем с запчастями не испытывают.

Можно сказать, что все поставляемые вашей компанией виды оборудования вы обеспечиваете запасными частями? Типографии могут не переживать по этому поводу?

— Да, для всех видов оборудования, которыми мы занимаемся, выполняется поставка запчастей и расходных материалов. Отмечу, что у нас заключено немало контрактов с структурами, по которым мы должны выполнять обязательства и по оказанию услуг сервиса, и по поставке запасных частей. Поэтому приходится искать пути, пусть и сложные. Пока удается. К сожалению, в последние недели выявилась новая проблема: сильно затруднился перевод средств в некоторые страны. Банки начали ограничивать переводы в Европу и в Японию, а если принимают, то с непредсказуемым подчас результатом — деньги могут зависнуть «на проверку» надолго. У нас так зависло несколько траншей, теперь с каждым из них приходится разбираться отдельно. Выручает достаточно приличное количество свободных оборотных средств, поэтому хочу подчеркнуть — это наши риски, и клиенты не страдают от таких обстоятельств. Вообще, сложилась ситуация, когда на каждую рутинную операцию приходится тратить в разы больше времени и сил. В этой связи объем работы нашего логистического отдела, финансового блока, да и нас как руководителей, существенно вырос, чего нельзя сказать о доходах.

Могли бы вы прокомментировать ситуацию в сегменте цифрового печатного оборудования и поставок расходных материалов к ним?

— Пожалуй, сегодня это один из самых непростых вопросов. Мы занимаемся поставками оборудования для цифровой печати более 15 лет. Сначала были машины Toshiba, последние 12 лет — это Konica Minolta и Ricoh. В текущей ситуации на рынке цифровой печати много сложностей. Основные вендоры приостановили работу в России. Кто-то явно заявил о полном уходе с рынка. И если оборудование на складах еще есть, то с расходными материалами и запчастями возникают проблемы. Пока официальных поставок нет. Нам пришлось самим налаживать альтернативные каналы поставок.

Сервисное обслуживание вы продолжаете оказывать в полном объеме?

— Все, что мы должны предоставлять заказчикам по договорам, выполняется в полном объеме. Более

того, сервис все больше превращается в серьезный бизнес в структуре доходов компании. Стал более востребованным платный сервис, причем не только по оборудованию поставляемых нами торговых марок, но и конкурентной технике. По всей видимости, ряд сервисных центров других компаний либо прекратили, либо ограничили свою работу. В нашей компании объем сервисных услуг не только не сократился, но и стал еще более значим. В штате нашего сервис-центра — опытные сервис-инженеры, способные обслуживать самую разную полиграфическую технику. Например, у нас есть ряд крупных корпоративных клиентов, имеющих сотни единиц оборудования от самых разных поставщиков, но мы берем на себя обязательства по комплексному обслуживанию всего парка оборудования.

Можно ли оценить, насколько сильно у вас упали продажи оборудования?

— Это сложный вопрос, и к оценкам стоит подходить дифференцированно. Некоторые подразделения показывают прирост потенциальных заказов. В нашей линейке есть мощные производственные комплексы для изготовления гибкой упаковки (сейчас,

например, прорабатываем проект инсталляции оборудования для ламинирования картона, используемого в упаковке для жидких продуктов — наподобие Tetra Pak). В этом бизнесе спада не ощущается, напротив, мы наблюдаем воодушевление некоторой части клиентов и активно обрабатываем их запросы. Несколько серьезных и интересных контрактов подписано буквально недавно, и скоро мы с удовольствием сообщим о них рынку. Ряд проектов прорабатываются, и мы ожидаем заключения контрактов по ним в ближайшее время.

В целом ситуацию с продажами можно охарактеризовать так:

— в марте все мы испытали предсказуемый шок, обстановка расценивалась как преддверие катастрофы, и о закупках оборудования не думал никто;

— в апреле в индивидуальном и в коллективном сознании людей наступила стадия принятия сложившейся ситуации. Это естественным образом вернуло людей и компании к собственным проблемам и заботам. Вопросы мироустройства отошли на второй план. Текущая работа наладилась;

— в мае ситуация начала восстанавливаться. Мы вернулись к работе по

крупным контрактам, появились сделки по продаже оборудования со склада. Возобновилась работа по крупным госконтрактам;

— в июне планируем продолжить их проработку. Судя по всему, рынок постепенно адаптируется к новому положению дел на рынке и понимает, что жить как-то надо и дальше. Снизившийся курс валют в какой-то мере стимулирует желание приобрести нужное для работы оборудование.

Вы поставляете много разной техники из Китая. Есть ли сейчас проблемы с продажами этого оборудования?

— У нас огромный опыт в работе с китайскими производителями. Мы начали работу с ними в 2005 г., одними из первых в России. В 2015 г. был анонсирован и реализован проект Hi-End China, для которого были отобраны топ-производители оборудования для производства этикетки и гибкой упаковки. В рамках этого проекта мы сотрудничаем с теми компаниями из КНР, которые достигли выдающихся результатов в области производства инновационного, высокотехнологичного оборудования. С тех пор реализованы десятки инсталляций:

— узкорулонные флексографские линейные машины для печати само-

HI-END CHINA: опережайте конкурентов с топовыми решениями из КНР

terraPrint



Цифровые струйные печатные машины HanGlobal KIRIN 440/560/660

ВЕДУЩИЕ ПОСТАВЩИКИ ИЗ КНР ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА КНИГ, ТРАНСПРОМО-ПРОДУКЦИИ, ЭТИКЕТКИ И ГИБКОЙ УПАКОВКИ:

- Системы цифровой струйной печати HanGlobal Kirin
- Промышленные этикеточные ЦПМ HanGlobal LabStar
- Узкорулонные флексографские линейные машины Donhang
- Широкофулонные флексомашины с ЦПЦ Aerospace, Cinova
- Широкофулонные линейные флексомашины Donghang
- Полурутационные офсетные машины и машины высокой печати Zontai
- Конвертинговое оборудование (комбинированные линии горячего тиснения фольгой, конгрева, трафаретной печати, высечки) Brotech
- Бобинорезки для широкого спектра материалов Sinomech, Zontai
- Промышленные ламинаторы Sinomech

клеящейся этикетки, термоусадочной пленки, кольцевой этикетки, гибкой упаковки малого формата;

- широкофульонные флексомашины с ЦПЦ для печати высококачественной гибкой упаковки;

- широкофульонные линейные флексомашины для печати по картону и бумаге;

- полуротационные офсетные машины и машины высокой печати для производства высококачественной этикетки;

- бобинорезки для широкого спектра материалов;

- конвентинговое оборудование как для гибкой упаковки (ламинаторы различных типов), так и для этикетки (комбинированные линии горячего тиснения фольгой, конгрева, трафаретной печати, высечки).

Китайские поставщики готовы работать, отгружают и технику, и запчасти. Так что в этом отношении все абсолютно стабильно. С середины 2021 г. мы начали возить товары из Китая по железной дороге, это убергло нас от проблемы морских перевозок, когда в марте, после введения санкций, тысячи контейнеров с товарами для России сгружались в самых разных портах мира. Все наши весенние поставки пришли к клиентам своевременно.

Надо сказать, что глубокое знание китайских производителей и умение выстраивать с ними отношения позволяют нам, образно говоря, неким «визионерским» образом находить новых партнеров с прорывными идеями и современным оборудованием.

Поделитесь деталями?

– Существует мнение, что из серьезного промышленного оборудования в Китае можно приобретать разве что послепечатную технику или оборудование для производства упаковки. А цифровые и офсетные машины нужно покупать в Европе, США или Японии. Так вот теперь ситуация поменялась. Некоторое время назад китайская компания HanGlobal начала производить струйные цифровые машины как для печати этикетки, так и коммерческой и транзакционной продукции. До недавнего времени подобные машины производились только в указанных выше странах. Эта компания производит цифровые этикеточные машины LabStar 330 и 330S, а также машины для печати книг и транзакционной печати серии Kirin с различной шириной печати – 440, 560 и 660 мм. Данные машины появились на рынке относительно недавно, но сейчас ими интересуются уже не только в Китае. Есть установки этикеточных машин в странах Южной

Америки, а сейчас идет монтаж машины Kirin в Польшу. Мы подписали с компанией HanGlobal эксклюзивное соглашение о поставках на территорию России, и сейчас идет работа по ознакомлению заказчиков с возможностями этих машин. Мы организовали для ряда клиентов печать их образцов, и в целом все остались довольны. А буквально на днях мы подписали первый контракт на поставку этикеточной машины LabStar 330s и с удовольствием сообщаем, что уже в сентябре планируем ввести машину в эксплуатацию. Так что монополии «коллективного запада» в цифровых технологиях на этикеточном рынке России положен конец.

Если учесть, что «Терра Принт» имеет в арсенале перемоточно-отделочные комплексы китайской компании Brotech, то в совокупности получается современная цифровая печатно-отделочная линия для изготовления высококачественной этикетки полностью китайского производства. Это гарантирует, что все расходники и запчасти будут поставляться стабильно и напрямую, чего в текущих условиях нельзя сказать о европейском, японском и американском оборудовании.

Получается, что ваша ориентация на работу с Китаем, принятая много лет назад, оказалась верным решением?

– Можно и так сказать, хотя и с производителями из других стран мы продолжаем сотрудничать. Надеемся, что в среднесрочной перспективе будут найдены пути нормальной работы.

Если подытожить, какова стратегия вашей работы на рынке в текущих условиях? Возможно ли сформулировать некую тактику действий?

– То, чем мы сегодня ежедневно занимаемся, можно назвать ситуационным менеджментом и сиюминутным маркетингом. Понятие стратегии размылось абсолютно. Нам приходится ежедневно принимать тактические решения в условиях ежедневно же меняющихся правил игры, которые сокращают (или видоизменяют) степени наших возможностей и свобод. Говоря проще – постоянно появляющиеся новые ограничения, количество которых беспрецедентно, заставляют нас переосмысливать все существующие бизнес-процессы, и на следующее утро начинать эту работу заново. Хотя, конечно, стратегия есть. Это новая для нас стратегия адаптивности и рациональности. Сегодняшняя ситуация требует от нас максимальной отдачи, мгновенного реагирования на появление новых вводных в текущей действительности, большой выдержки и стрессоустойчивости.

Все эти понятия хорошо знакомы руководителю любого предприятия в России, пережившему кризисы 1998, 2008, 2014 гг. и идеологически нестандартного «ковидного» кризиса 2020–21 гг. Однако нынешнее положение дел видится мне неизмеримо более сложным и динамичным. Количество переменных увеличивается с каждым днем, и решения, принятые неделю или месяц назад, и процессы, запущенные на основании этих решений, становятся устаревшими и недееспособными. И этой работе нет конца. Такой стратегии мы еще «не проходили». Мы осваиваем ее на ходу. Во главу угла сегодня поставлены вспомогательные прежде процессы. И главный из них – логистика. Далее – работа финансового блока. И снова, и еще, и еще раз – логистика.

Тем не менее мы не прерываем свои усилия и продолжим работу. За 25 лет нашей деятельности созданы и развиваются огромное количество связей и контактов с сотнями компаний и людей. Эти связи – деловые, партнерские, дружеские – являются движущей и мотивирующей силой наших действий и стараний. Нам нужно эти отношения сохранить!

Можно ли оценить последствия влияния на нашу отрасль в обозримой перспективе негативных факторов, под давлением которых находятся все участники рынка?

– Санкции на страну, ограничения поставок оборудования, затруднения логистики не могут являться толчком для развития. Я в это не верю. Это препятствие, не способствующее, а тормозящее развитие. То, что происходит в России сейчас в целом и в полиграфии в частности, – это процесс деградации, упрощения, выхолащивания. Безусловно, рынок полиграфии выживет. Адаптируется, сожмется, упростится, но выживет. Сегодня основная задача группы компаний «Терра Принт» – направить свой потенциал, профессионализм и компетенции на сохранение темпа работы как собственных подразделений, так и на поддержание уровня развития наших клиентов – полиграфических производств – предоставив им высококачественные технические и технологические решения азиатских поставщиков, которые имеют все основания для того, чтобы обеспечить альтернативу европейскому оборудованию на многих этапах производства полиграфической продукции. Это позволит не только поддержать отрасль, но и обеспечить ей надежную платформу для роста и, возможно, со временем качественно нового вектора развития.

Парадоксы времени, или Для чего настал лучший момент

Одной из старейших цифровых типографий на российском рынке — «Технологии рекламы» — исполнилось в этом году 27 лет. Дата пусть и не круглая, но в компании отмечают каждый год своего рождения, как если бы это был член семьи. На самом деле так оно и есть. Вложенные основателями компании профессиональный опыт, знание технологий, уважительное отношение к клиентам и стремление к постоянному развитию позволили стать одной из ведущих производственных компаний на цифровом рынке, которой под силу воплотить любую полиграфическую задачу в области оперативной и широкоформатной полиграфии. Слоган компании, придуманный

к своему очередному дню рождения, — «27 лет бороться и искать, найти и не сдаваться!» — весьма точно отражает позицию типографии и является ее ответом на вызовы последних сложных в экономическом плане лет. В беседе с техническим директором «Технологии рекламы» Геннадием Боевым мы попросили прокомментировать текущее положение дел в цифровом сегменте полиграфии и поделиться собственным примером преодоления сложностей.

«Живем одним днем»

На рынке цифровой печати за последние месяцы возникли проблемы сразу по всем составляющим цифрового печатного бизнеса: дефицит с бу-



Геннадий Боев,
технический директор,
«Технологии рекламы»
[Москва]



В типографии «Технологии рекламы» установлены промышленные высокопроизводительные машины Xerox iGen4 EXP XXL и Xerox Iridesse Production Press с возможностью печати дополнительными цветами

магами, предназначенными для цифровой печати; сложности с обеспечением запасными частями и тонером, не говоря уже о самом печатном оборудовании. «Одним из наиболее тревожных моментов для нас стала информация об отсутствии поставок европейских бумаг, рекомендованных для использования в цифровых печатных машинах, — отмечает Геннадий. — Переходить на отечественную бумагу было бы крайне нежелательно, поскольку существует риск быстрого износа оборудования по причине того, что бумага «пылит», а в текущей ситуации, когда есть сложности с поставкой запасных частей, лишний раз подвергать технику испытаниям — не самая хорошая затея. Однако поставщики бумаги заверили нас, что нашли выход и поставки цифровых бумаг возобновятся. Это будут уже бумаги других производителей, но замена вполне достойная».

Производство типографии «Технологии рекламы» оснащено производительными и современными печатными машинами промышленного класса — Xerox iGen4 EXP XXL с одним из самых крупных в сегменте листовых машин форматов печати и Xerox Iridesse Production Press с возможностью печати дополнительными цветами и увеличенным форматом листа. «Очевидно, что запчасти к нашим печатным машинам недорогие, — подчеркивает Генна-



дий. — К сожалению, у нас нет статистики по износу запчастей, поскольку машины находятся на клик-контракте, и сервисное обслуживание было всегда заботой поставщика оборудования. В текущей ситуации мы все равно продолжаем платить по клик-контракту, хотя выполнение всех пунктов договора оказывается не всегда возможным. Мы рассудили так, что расторгнуть контракт легко, а обратно возобновить его будет довольно затратно, поскольку по условиям договора, чтобы поставить машину на сервисное обслуживание, мы должны будем за свой счет восстановить технику до определенного уровня. Поэтому пока все наши контрактные соглашения с поставщиком по сервису мы сохранили. Благо сейчас объем печати уменьшился в разы. Как бы странно это ни звучало, на данный момент это действительно благо и позволяет снизить риски выхода из строя оборудования. Нам лучше сохранить работоспособность машины и печатать дорого, чем брать заказы условно по 5 рублей. Что касается поставок самих запасных частей, то решения так или иначе нашлись. Совсем железки не встанут».

Обновление клиентской базы

Как отмечает технический директор «Технологии рекламы», изменения на рынке коснулись не только схем сотрудничества поставщиков и типографий, но и взаимоотношений с клиентами. «Сегодня мы отмечаем, что из отрасли ушли многие принт-менеджеры, которые занимались в компаниях-клиентах размещением полиграфических заказов, — говорит Геннадий Боев. — Прошло сокращение штата у большинства компаний или даже его обновление. В результате привычные контакты утратили смысл. Но мы расцениваем этот факт оптимистично с точки зрения пополнения нашей клиентской базы. По факту мы ее создаем заново. И что интересно, старые методы «холодных звонков» по-прежнему работают и приносят свои результаты. На другом конце провода оказываются люди, далекие от полиграфии, у которых и своей работы много, поэтому они охотно соглашаются передать задачи по размещению заказов на печать их продукции на компетентных в этом вопросе менеджеров типографии. Например, нашими излюбленными клиентами становятся салоны красоты, парикмахерские или тату-салоны. Для каждой категории заказчиков мы формируем пакет предложений с актуальными ценами. По договоренности с клиентом к нему выезжает наш менеджер с образцами продукции и рассказывает на месте об услугах типографии. Этот проверенный годами способ привлечения заказчиков является для нас сейчас основным каналом наработки новой клиентской базы. Очевидно, что сотрудничество с «непрофессиональными заказчиками» является причиной некачественной подготовки макетов и некорректного составления техзаданий. Но это не самое страшное. Наши специалисты в состоянии это поправить, на то мы и типография. Тем не менее у нас остается пул постоянных заказчиков, причем даже из числа тех, кто сей-



Часть производственного послепечатного парка оборудования для изготовления изданий с разными видами переплета

час уехал за границу, открыл там небольшой бизнес, а заказы на печать продолжают размещать у нас, поскольку их устраивает уровень наших услуг, высокое качество полиграфии, креативный подход, соблюдение договоренностей и удобный сервис — те ценности, которые мы ставим во главу угла при работе с нашими клиентами».

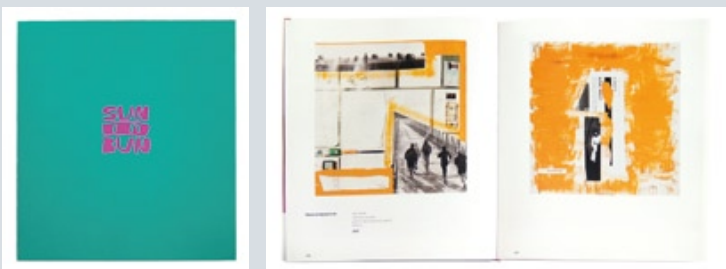
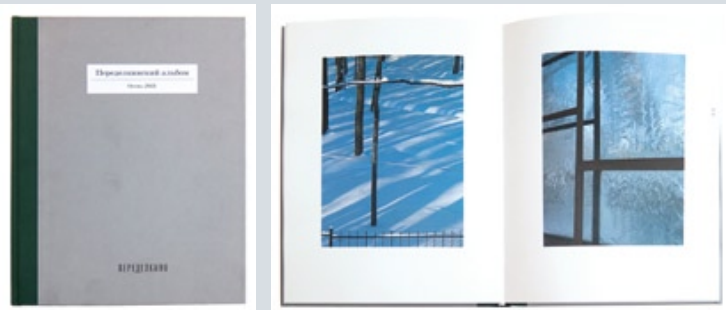
Творческий потенциал

В стенах «Технологий рекламы» рождаются уникальные с точки зрения полиграфического исполнения и дизайнерской задумки издания. Работа с креативным контентом здесь началась еще лет 8 назад благодаря сотрудничеству с Британской высшей школой дизайна и НИУ «Высшая школа экономики». «Студенты этих вузов получают, как правило, задание представить свой дипломный проект в виде отпечатанного изделия, реализовав в нем некую творческую задумку, — поясняет Геннадий. — Мы помогаем грамотно воплотить эту задачу, консультируем студентов в вопросах правильной подготовки макета, делаем пробные образцы, помогаем дорабатывать макет, чтобы при печати получить тот результат, который задумывался автором проекта. Зачастую совместно с преподавателями этих высших учебных заведений обсуждаем возможные пути оптимизации производства. К примеру, выбирается один формат, несколько видов бумаги и несколько вари-

антов переплета, а за счет еди-нообразия технических парамет-ров, мы можем предоставить скидку на производство. В ито-ге студенты заказывают уже не 1–2 книги, а 5–10 экз. И это для нас уже тираж. Часть бывших студентов, которые воплотили с нашей помощью свои дипло-мные работы, стали уже нашими заказчиками — теперь по роду своей деятельности (чаще всего они становятся сотрудниками архитектурных бюро или рекламных агентств) размещают печатные заказы, обращаясь к нам как клиенты. И это самые приятные ощущения, когда они приходят спустя несколько лет. Это работа на перспективу, своего рода взращивание клиентов.

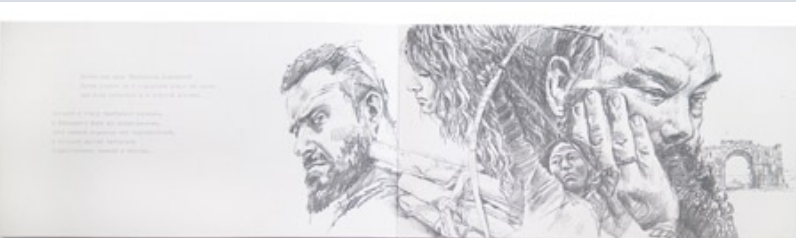
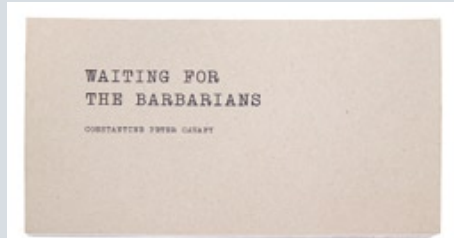
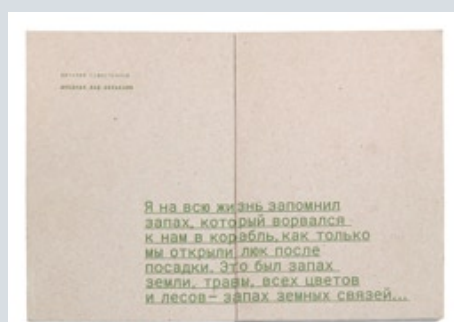
Также мы сотрудничаем с фотографами и писа-телями, которые публикуют свои работы, вкладыва-ют в разработку макета, выбирают интересные материалы и конструктивные решения, благода-ря чему тоже получаются индивидуальные, творче-ские проекты. И это интереснее, чем печатать просто рекламу».

Несмотря на то, что в данный момент в типогра-фии отмечают спад количества заказов, предприятие остается в плюсе. «Это парадокс, объяснение кото-рому мы найти не можем, — отмечает Геннадий, — но по итогу последних пяти месяцев мы остаемся в плюсе. Печатный бизнес в целом имеет свою сезон-ность, и для первой половины года всегда характер-но уменьшение активности со стороны заказчиков, прибыль типографий обычно падает, но с началом сезона в осенне-зимний период ситуацию удастся отыграть. Однако сейчас при том, что объем заказов сократился, средний чек вырос, стоимость материа-лов возросла, прайс-лист подорожал, мы также уве-личили коэффициент «жадности», но в итоге это дало почему-то плюс. Возможно, так происходит потому,



В числе заказов типографии преобладают книжные проекты, ценные эстетикой и культурным значением

что мы торгуем все же услугой, а не листочками. Тиражи у нас единичные, поэтому стоимость материалов и всего прочего не столь критична. Мы ни-когда не стремились делать дешево. Мы делаем лучше и быстрее. В ито-ге верность наших клиентов перевешивает все вероятные риски».



Оригинальные книжные проекты по выбору материалов и своей конструкции (вверху — состоит из двух половинок, которые листаются из середины, внизу — книга-гармошка для лучшего представления графики художника). Для оформления авторы предпочитают выбирать простые экоматериалы с открытым переплетом, в котором видно шитье блока

Решительный настрой, или Обнадеживающие позиции цифровой печати



Алексей Новов,
директор,
типография РГ «Максимум»
[Уфа]

Рекламная группа «Максимум» является одним из ведущих рекламных агентств в Уфе, имеющих собственную производственную базу. Более 10 лет компания оказывает услуги в области разработки дизайна, организации и проведения мероприятий различного уровня, изготовления и монтажа объектов наружной и интерьерной рекламы, производства полиграфической и сувенирной продукции. Оснащение типографии позволяет использовать различные печатные технологии для создания рекламных изданий, многополосной полиграфии, корпоративной печатной продукции, этикетки и наклейки. Не так давно РГ «Максимум» стала обладателем цифровой машины Ricoh. В современных условиях, когда на цифровом рынке печати царит неопределенность, общение с директором РГ «Максимум» Алексеем Нововым оказалось весьма любопытным и обнадеживающим.

Другие ценности

«В рекламно-маркетинговый бизнес я попал совершенно случайно в 2001 г., — рассказывает Алексей. — После окончания учебы работал менеджером в рекламном агентстве, которое преимущественно занималось размещением рекламы на радио и телевидении, а также наружной рекла-

мой и немного полиграфией. У меня была возможность пробовать себя в разных направлениях, многое стало получаться, карьера успешно продвигалась, и через некоторое время я стал директором этого агентства. Но наступил 2008 год... Кризис сильно ударил по рекламному бизнесу, особенно по тем компаниям, которые не имели собственного производства, а были лишь организаторами процесса. Тогда стало понятно, что дальнейшего развития у той компании не будет, владельцы не хотели вкладываться в развитие, в оборудование. В результате в разгар кризиса мне пришлось уволиться из компании «в никуда». Ряд моих коллег высказали желание уйти со мной. Объединив усилия, мы решили создать собственное агентство, но уже с другим подходом и другими ценностями. Так появилась рекламная группа «Максимум».

Интенсивное расширение

Компания начинала с небольшого офиса, скромной клиентской базы, но с огромным желанием работать. «Работали мы много — и днем, и ночью, и в выходные, и в праздники, — рассказывает Алексей. — Заказы поначалу приходилось переразмещать в других типографиях. Однако не всегда результат оправдывал ожидания. В какой-то степени я перфекционист и персонал свой настраиваю на такой же подход. При работе же со

сторонними исполнителями я не могу напрямую влиять на качество. Стало понятно, что если мы хотим успешно развиваться, нужно выстраивать собственную производственную базу. В то время большим спросом пользовалась сувенирная продукция, поэтому первым мы приобрели оборудование для печати на сувенирах, которые покупали у оптовиков и затем брендовали для наших заказчиков. Впрочем, традиционной полиграфии у нас всегда было довольно много, но сразу позволить себе приобрести оборудование для полиграфического производства было сложно».

В 2015 г. в рекламной группе «Максимум» появляется первая цифровая печатная машина Xerox Colour 560 и необходимый комплекс послепечатного оборудования. Производственный парк компании пополнялся с расширением ее деятельности и развитием новых направлений печатного бизнеса. «Уже тогда у нас сформировалось шесть направлений работы: сувенирная продукция, POS-изделия, наружная и интерьерная реклама, дизайн-услуги, полиграфическая продукция и организация и проведение мероприятий. Каждое из этих направлений требует установки специализированного оборудования», — пояснил Алексей.

Развитие компании шло интенсивно, почти каждый месяц на предприятии появлялось новая единица



В конце прошлого года в РГ «Максимум» была установлена цифровая печатная машина Ricoh Pro C7200 SX с дополнительной пятой секцией для нанесения белого, прозрачного тонера или же пятого цвета



техники. «Задача такого развития состоит в необходимости постоянно расширять возможности производства, осваивать изготовление новых видов продукции, чтобы всегда было что предложить заказчику, — продолжает директор РГ «Максимум». — Такой подход позволяет нам получать лучших в городе клиентов, поскольку по широте возможностей и по обеспечиваемому качеству с нами мало кто может соперничать».



В типографии развивают направление широкоформатной наружной и интерьерной печати



Оборудование для печати на сувенирах



Комплекс оборудования для отделки и послепечатной обработки цифровых отпечатков

Наличие нескольких направлений работы позволяет успешно подпитывать заказами каждое из них. Например, для проведения мероприятий обычно требуются сувениры и полиграфическая продукция, также как и наружная реклама сопровождается другими видами полиграфии, дизайн-услуги часто перерастают в производство вывесок, табличек и т.д. Иными словами, компания смогла создать комплексную производственную площадку, способную обеспечить любого коммерческого заказчика самой разной продукцией и необходимыми услугами. Алексей рассказал, что много единиц полиграфического оборудования в его компании российского производства. В России действительно есть некоторое количество производителей относительно простого оборудования для послепечатных процессов, и, по мнению Алексея, это наилучший выбор по соотношению цена/качество. А теперь это еще и наиболее надежный вид оборудования — российская компания из России не уйдет.

Залас прочности

Одним из ведущих направлений бизнеса РГ «Максимум» является цифровая печать. В компании первое время сотрудничали с компанией Xerox, приобретая одну машину за другой — Versant, а затем и PrimeLink. Однако предприятию требовалась более серьезная цифровая техника с широким функционалом и приемлемой стоимостью владения.

«Специалисты из компании Ricoh предложили нам рассмотреть их оборудование, — рассказывает Алексей. — Они уделяли нам очень много внимания, приезжали, приводили интересные доводы, что все больше убеждало нас принять предложение. Нам импонировало также, что мы имели дело не с локальным дилером, а с московским представительством. Цифровая машина, которую мы обсуждали, отвечала нашим требованиям и по производительности, и расширенным возможностям, в частности наличием дополнительной пятой секции».

В результате в конце прошлого года в РГ «Максимум» была инсталлирована цифровая печатная машина Ricoh Pro C7200 SX.



Фрезеровочный станок для обработки изделий из дерева



Оборудование для лазерной резки российского производства



Цех по изготовлению букв для вывесок

«Мы считаем, что установка оборудования пришлось как нельзя вовремя, — отмечает Алексей. — Мы обеспечили свое производство промышленной цифровой печатной машиной, высокое качество печати которой сразу оценили наши клиенты. Для структуры наших заказов наличие в машине дополнительного цвета гарантирует оперативное выполнение сложных печатных работ с отделкой в линию — использованием белого, прозрачного тонера или же

пятого цвета. Эти возможности оборудования мы учимся «продавать» клиентам. Важным считаю, что появление новой, надежной цифровой техники обеспечило нам определенный запас прочности в свете последних мировых событий. В ситуации, когда многие поставщики свернули или заморозили бизнес, Ricoh продолжает работать и находить решения, чтобы не оставить своих клиентов один на один с трудностями. А трудности есть и с поставками расходных материалов, и запасных частей для цифровых машин. Однако в компании Ricoh нас заверили, что компании удалось сформировать альтернативный канал поставок, который гарантирует наличие необходимых расходников и запчастей».

Надо отметить, что ситуация в регионах сильно отличается от того, что происходит в «столицах». Алексей рассказал, что падения объема заказов практически не случилось. Заказчики компании — в основном городские и республиканские клиенты, которые никуда не уходят, и текущая политическая ситуация на них почти никак не сказывается. При этом поставщик оборудования — компания Ricoh — показывает решительный настрой в плане преодоления сложившихся обстоятельств, поэтому можно быть в достаточной степени уверенными в том, что поддержка с их стороны будет и сейчас, и в будущем. ■



Каталоги и другая многостраничная продукция



Рекламная группа «Максимум» развивает несколько направлений бизнеса, в том числе изготавливает изделия из дерева — вывески, сувениры



Корпоративная печатная продукция (блокноты, открытки, сувениры)

ИСКУССТВО
СОЗДАВАТЬ
НОВОЕ

RICOH
imagine. change.

PRO
C7200X



**ВЫСОКОЕ
КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ**



РАЗРЕШЕНИЕ 2400X4800 DPI

**РАБОТА
С 5-ОЙ СТАНЦИЕЙ**



ТОНЕР СКРЫТЫЙ КРАСНЫЙ
ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ + СМУК В ОДИН ПРОХОД

**ВЫСОКАЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ**



85/95 СТР/МИН НА БУМАГАХ ПЛОТНОСТЬЮ
ДО 360 Г/М2

**ПОДДЕРЖКА РАЗНООБРАЗНЫХ
МАТЕРИАЛОВ**



ПЕЧАТЬ БАННЕРА СИМПЛЕКС/ДУПЛЕКС: 1260/700 ММ
ПОДДЕРЖКА БЕСКАРБОНОВЫХ БУМАГ (САМОКОПИРКА)
УЛУЧШЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

УДОБСТВО РАБОТЫ



АВТОКАЛИБРОВКА С ВСТРОЕННЫМИ ДАТЧИКАМИ
ОПЕРАЦИОННАЯ ПАНЕЛЬ 17" (СМАРТ-ПАНЕЛЬ)
ММТ - ИНСТРУМЕНТ НАСТРОЙКИ МАТЕРИАЛОВ
УПРОЩЕНИЕ УДАЛЕНИЯ ЗАМЯТОЙ БУМАГИ

НОВЫЕ ФИНИШНЫЕ ОПЦИИ



PLOCKMATIC BANNER SHEET STACKER
BDT BANNER SHEET LCT
GBC STREAMWIRE BIND

Поиск альтернативы, или Производство дефицитных материалов



Алексей Филатов,
генеральный директор,
«Санкт-Петербургская
Образцовая Типография»

Одной из основных тем текущего номера стала попытка понять, как живет полиграфический бизнес в условиях международных санкций и тотального давления на Россию. Считается, что наиболее устойчивым к различным внешним воздействиям является сегмент производства упаковки. Чтобы убедиться, насколько велика эта устойчивость, в конце мая мы решили посетить северную столицу и пообщаться на эту тему с Алексеем Филатовым, владельцем «Санкт-Петербургской Образцовой Типографии», одного из крупнейших упаковочных полиграфических производств в России. Основной вопрос нашей беседы касался того, насколько текущая политическая и экономическая ситуация повлияла на бизнес.

Неготовность поставщиков

«Эту тему следует разделить на несколько моментов, — говорит Алексей Филатов. — Психологическая ситуация, конечно, очень тяжелая, нервная — ее даже обсуждать нет смысла. Мы с этим ничего сделать не можем. Что касается производства, то мы продолжаем работу во всех бизнес-направлениях, которых у нас достаточно много. Есть определенные проседания по ряду позиций, но они в целом не очень критичны для нас. Важно отметить, что никто из наших клиентов, с кем мы работаем постоянно,

с рынка не ушел и не собирается. Корректируются объемы производства, но в целом они остаются весьма значительными. И в этом плане ситуация меня не сильно беспокоит».

Одной из важных проблем текущего периода Алексей Геннадьевич называет неготовность практически всех поставщиков оборудования и материалов к сложившимся условиям. «Теоретически понятно, что к такому сложно заранее подготовиться, но настора-

живает то, что у многих поставщиков расходных материалов бизнес не был диверсифицирован. Работа строилась с одним-двумя ключевыми поставщиками, как правило из Европы. И эти поставщики сейчас перестают поставлять свою продукцию в Россию. Одни — под влиянием введенных санкций, другие — по собственному пониманию политической ситуации. В результате таким крупным предприятиям, как наше, стало сложно получать то раз-



Печатные мощности «Санкт-Петербургской Образцовой типографии» представлены высокоавтоматизированным оборудованием от ведущих мировых поставщиков



«Санкт-Петербургская Образцовая Типография» является специализированным полиграфическим предприятием в области изготовления упаковочной продукции: складных коробок, кашированной гофроупаковки, а также барьерных видов упаковочной продукции. На фото: вырубные прессы Bobst для вырубки заготовок из запечатанных листов картона

нообразие материалов, которое нам нужно, и при этом в требуемом количестве. В результате невольно приходишь к мысли, что по ряду материалов придется организовывать собственные каналы поставок. В поисках таких поставок пришлось даже не так давно съездить в Индию, чтобы самому понять, что там можно приобрести и можно ли вообще. Надо сказать, что многого там найти не удалось, но для понимания этой ситуации такой маршрут проделать было необходимо».

Еще сложнее обстоит ситуация с картоном. С рынка ушли ведущие поставщики. «В середине марта возникла угрожающая ситуация с поставками запечатываемых материалов, — отмечает генеральный директор «Санкт-Петербургской Образцовой Типографии». — Вынуждены были срочно переориентироваться на



Пресс для тиснения металлизированной фольгой



Фальцевально-склеивающие линии для производства картонной упаковки

отечественный картон, который, впрочем, тоже в дефиците. Но мы столкнулись с некоторыми проблемами при работе с российским производителем. У него явно нет опыта снабжения отрасли. Сам картон нельзя назвать беспроblemным. Чтобы получить на нем качественный результат, который устраивает наших потребителей, приходится помучиться. Постепенно эти проблемы минимизируются. Сейчас у нас имеется определенный запас картона, поставки налаживаются. Возможно, более мелким типографиям, которые не могут закупать сразу большие объемы, с получением картона будут сложности, но у крупных игроков ситуация с запечатываемыми материалами постепенно стабилизируется. Странно, что на рынке не образовалось сразу много картона из других стран, не из Европы. Например, из того же Китая. Похоже, что бумажные оптовики тоже оказались не готовы к резкой остановке поставок. И это при том, что еще до начала военной операции уже были проблемы с поставками картона. Их списывали на забастовки, но, мне кажется, что причины более глубокие, в частности, связанные с введенным в прошлом году запретом на экспорт из России товарной древесины. Однако никто из поставщиков не позаботился о поиске альтернативы».



Бессольвентный ламинатор для приклейки пленок на запечатываемый материал



Трафаретная машина с УФ-сушкой используется для печати на непьющих материалах, а также для декоративной отделки картонной упаковки

Монетизация перспективных направлений

«Санкт-Петербургская Образцовая Типография» всегда отличалась своим стремлением к поиску новых, перспективных направлений в полиграфии, которые в будущем можно монетизировать и превратить в бизнес. Так, начав свою деятельность в 1990-х гг. с производства рекламно-коммерческой про-

дукции и добившись в этом сегменте серьезных успехов, в типографии вскоре увидели перспективы в области упаковочного производства, что привело к полной переориентации бизнеса. В настоящее время «Санкт-Петербургская Образцовая Типография» является профильным специализированным полиграфическим предприятием в области изготовления упаковочной продукции: складных коробок, кашированной гофроупаковки и всевозможных барьерных видов упаковки (типография одна из первых установила экструдер для изготовления барьерного картона).

На предприятии непрерывно идет работа по исследованию актуальных и востребованных направлений полиграфического бизнеса. Например, несколько лет назад Алексей Филатов заявил о намерении выйти на рынок бумажной посуды и других подобных товаров (лотков для розничной торговли влагосодержащими продуктами — овощами/фруктами). «В настоящее время мы уже активно работаем в области производства бумажной посуды. В какой-то степени помог Covid-19, когда во время пандемии спрос на бумажную посуду вырос чуть ли не в разы. Недавно мы закончили монтаж второго экструдера для полива картона полиэтиленом, чтобы обеспечивать собственные потребности в барьерном картоне в нужных объемах. Впрочем, сейчас спрос на эту продукцию начинает снижаться. Доходы населения тоже падают, и, как следствие, сокращаются запросы на доставку еды. Хотя объемы все еще вполне приличные», — комментирует Алексей Геннадьевич.

В настоящее время «Санкт-Петербургская Образцовая Типография» прорабатывает возможность производства чековой ленты для кассовых аппаратов. Некоторое время назад возник ее большой дефицит, поскольку она поставляется из-за рубежа. «У нас имеются технологии нанесения на бумагу и картон самых разных покрытий, самыми разными способами, среди которых — ротационный трафарет, экструзия, флексография, глубокая печать и различные сочетания всех этих технологий. Мы активно общаемся с заинтересованными научными организациями, с которыми совместно разрабатываем материалы покрытий, позволяющих получать термоактивные бумажные материалы, которые можно применять в качестве чековых лент. Пока мы находимся на этапе экспериментов,



С 2015 г. в СПОТ начали производство гофротростков для овощей и фруктов. Сегодня это одно из востребованных направлений бизнеса. До этого в типографии уже было освоено изготовление барьерных материалов

но скоро, надеюсь, начнем серийное производство», — рассказывает Алексей Филатов.

Кроме этого, в типографии ведутся разработки клеев и технологий их нанесения для собственного производства самоклеящейся, дефицит которой также обнаружился с началом введения санкций. Почему-то за все годы в России не появилось ни одного производства самоклеящихся материалов, хотя объем их потребления довольно высокий. Однако сырьевая экономика страны не создавала потребностей в локальном производстве. Возможно, сейчас ситуация начнет меняться.

Это лишь малая часть того, что освоили и осваивают в СПОТ. Здесь, например, уже есть реальный опыт в области печатной электроники. Несколько лет назад была разработана своя технология изготовления вплавляемой этикетки. Недавняя установка шестикрасочной рулонной офсетной УФ-машины еще больше расширила возможности типографии. Теперь на предприятии могут печатать на рулонных полимерах, которые затем подвергаются термоформованию для получения контейнеров для расфасовки различных продуктов. Пока технология проходит испытания, но, зная подход типографии к расширению своего бизнеса, в ближайшее время это может стать еще одним направлением работы.

Производственный парк типографии позволяет изготавливать и другие барьерные материалы. Не так давно стало известно о трудностях с упаковкой для молока и соков, которые производит Tetra Pak. В России в такую тару упаковывается львиная доля молочной продукции и соков. Сейчас в СПОТ задумались о производстве



В типографии имеется комплекс оборудования под самые разные задачи и направления полиграфического бизнеса



Производство упаковки из картона — одно из профильных направлений работы «Санкт-Петербургской Образцовой типографии»

аналогичной упаковки своими силами. Все необходимое для этого есть. Будем следить за развитием...

В заключение отметим, что каждое посещение «Санкт-Петербургской Образцовой Типографии» всегда интересно. На нашем рынке не так много увлеченных людей, постоянно нацеленных на развитие. Возможно поэтому, даже сейчас в типографии продолжается заданный темп производства. Более того, если будут открываться новые «окна возможностей», о которых сейчас так много говорят, легко предположить, кто сможет использовать эти перспективы для развития отрасли.

«Подушка безопасности», или Многофакторная диверсификация



Сергей Антипин,
генеральный директор,
типография «ФС ПРИНТ»,
компания Lamstore
[Чехов]

В марте этого года компания Lamstore — российский поставщик расходных материалов для полиграфии, осуществила давно планируемый переезд на собственную площадку вблизи Чехова. Теперь в распоряжении компании 1,5 га земли с несколькими складскими и производственными цехами общей площадью около 5000 м². Один из производственных комплексов был выделен для размещения типографии «ФС ПРИНТ» — полиграфического направления бизнеса, чей вектор развития также претерпел изменения в последнее время. С генеральным директором и учредителем обеих организаций Сергеем Антипиным мы

поговорили о переменах в бизнесе, смене дислокации и многофакторной диверсификации.

Собственная площадка

Почти 10 лет назад Сергей Антипин совместно с бизнес-партнером Александром Аристовым вывели на рынок

компанию Lamstore, предложив продажу пленок для ламинации в удобных для типографий намотках любой ширины. А также другие расходные материалы для полиграфии. Имея опыт в полиграфии на базе своей типографии «ФС ПРИНТ», потребности полиграфических производств были зна-



Руководство типографии «ФС ПРИНТ» недавно осуществило переезд на собственную площадку недалеко от Чехова, где расположились также складские помещения для хранения расходных материалов для полиграфии, которые поставляются на российский рынок под брендом Lamstore



Парк четырехкрасочных офсетных печатных машин. Сегодня основная специализация «ФС ПРИНТ» — производство картонной упаковки, бирок, этикеток, наклеек и другой продукции, связанной с продажами товаров



Двухкрасочные офсетные печатные машины

комы изнутри. Ассортимент Lamstore довольно быстро расширился товарными позициями, без которых производство многих видов печатной продукции сложно представить, — пружина для навивки календарей, курсоры, ригели, кольца пикколо, ленты и шнуры для бумажных пакетов, клей для КБС, фольга для горячего тиснения, различные виды скотча с возможностью намотки и резки на необходимую ширину, магнитный винил, проволока для проволокошвейных машин и многое другое. «Торговля расходными материалами подразумевает наличие площадей для их хранения не менее 2000 м², а с учетом имеющегося у нас участка с бобинорезательным



Послепечатное оборудование для производства многостраничной продукции (фальцевальная машина, ВШРА, линия КБС)



Комплекс оборудования для производства картонной упаковки (фальцевально-склеивающая линия, тигельные прессы)



На предприятии работают пять цифровых машин Konica Minolta разной конфигурации, предназначенных для оперативной коммерческой печати, а также производства продукции на самоклеящихся материалах

оборудованием для перемотки пленок и нарезки скотча, требуется еще больше квадратных метров, — отмечает Сергей. — Кроме того, наша типография также требует около 1500 м². Для комфортной работы нам необходимо почти 5000 м², что позволило задуматься о собственном помещении. С 2019 г. мы искали подходящую площадку, изучили все предложения в южном направлении — в районе Щербинки, Подольска, Серпухова, Тулы. Ориентировались прежде всего на стоимость рабочей силы и удобство логистики. Недалеко от Чехова мы нашли площадку с несколькими производственными корпусами, которая была выставлена на продажу. Здесь оказалось и нужное количество квадратных метров, и энергоресурсов. Плюс в Чехове оптимальное соотношение стоимости кадров и их наличия в городе, в отличие, например, от Подольска, где наблюдается переизбыток полиграфических предприятий, и найти специалиста становится

почти невыполнимой задачей. Кроме того, дорога от Москвы занимает не так много времени. С учетом того, что мы обеспечили трансфер из Москвы, нам удалось сохранить основной штат сотрудников».

На площадку в Чехове был перевезен склад из Климовска и производство по резке пленок из Санкт-Петербурга. Теперь все складские и производственные цеха сосредоточены на одной территории. В Москве у компании остался офис и пункт выдачи, в который осуществляется доставка готовой продукции для самовывоза. «Мы заранее готовились к тому, чтобы обеспечивать клиентам доставку товара собственными силами, — говорит Сергей. — Создали небольшой автопарк и постепенно приучали клиентов к формату доставки заказов. Сейчас большинство клиентов пользуются данной услугой. Для тех, кому удобнее забирать продукцию самим, у нас функционирует пункт выдачи в Москве».

Рассказывая о целесообразности переезда, Сергей справедливо отмечает, что размещать производство на арендованных площадях рискованно, особенно с учетом проводимой политики вытеснения промышленных предприятий за черту столицы. Однако для типографий, чьи площади не превышают 1000 м², приобретать собственную площадку — бессмысленная затея. «Переезд — это всегда риски. Прежде всего существует вероятность потерять сотрудников, без которых производственные мощности превратятся в груду железа. Мы сами долго готовились к переезду, искали людей на новую площадку. Начали с перемещения склада материалов с небольшим штатом, организовали доставку, затем набирали сотрудников для выполнения ручных операций и уже в конце перевозили полиграфическую технику. На собственной территории мы вольны распоряжаться площадями по своему усмотрению, при необходимости расширяясь, что открывает возможности для роста компании и перспективы развития. Сейчас, к примеру, мы приступаем к строительству еще одного ангара для складского хранения расходных материалов», — рассказывает Сергей.

Бизнес расходных материалов

Как отмечают в компании Lamstore, за последние годы ассортимент расходных материалов даже увеличился. Появились новые виды пленок, скотча, а также разные типы нетканого материала. Во время пандемии в Lamstore запустили производство медицинских масок и халатов, что было максимально востребовано на тот момент. Именно с этим связано появление нетканых материалов в товарной линейке компании. «На пике производства мы изготавливали до 1,2 млн медицинских масок в день, — говорит Сергей. —



Ламинатор и трафаретная линия широко используются при производстве упаковки, бумажных пакетов и другой полиграфии



Оборудование для производства календарной продукции. Расходные материалы для их сборки (пружину, кольца пикколо, курсоры, ригели) компания поставляет самостоятельно из Китая, как и шнуры и ленты для бумажных пакетов

Стоимость маски падала с каждым днем, поэтому работать нужно было быстро. Благодаря авиадоставке удавалось оперативно выполнять заказы по всей России. Сейчас, конечно, спрос уже схлынул, маски и халаты покупают только медицинские организации. Тем не менее производственный участок у нас остался, и при необходимости мы готовы вывести его на высокие мощности».

Что касается доставки расходных материалов для полиграфии, то, как отмечает Сергей, логистика из Китая сейчас стала даже проще и дешевле вследствие того, что уменьшилось количество поставляемых грузов в Европу, освободилась железнодорожная перевозка, меньше стало транзитных грузов. Новые закупки из Китая будут осуществляться уже за юани, что в текущих условиях стало более выгодно. В числе клиентов Lamstore не только российские типографии, но и полиграфические производства из Беларуси, Казахстана, Армении и Кыргызстана.



ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течении дня.

Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.

От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок

На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,
метро Пражская,
ул. Подольских
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!



Цех по намотке пленок для ламинации, которую компания Lamstore поставляет на российский рынок

«При всем разнообразии китайских расходных материалов все же мы не можем полностью полагаться на ассортимент из Китая, — подчеркивает Сергей. — Существует ряд европейских материалов, которые заменить китайскими аналогами невозможно (например, некоторые виды клея, химии). Цена на эти материалы примерно одинакова с европейскими, а качество не всегда хорошее, к сожалению. То же можно сказать и об оборудовании. Например, в области офсетных и цифровых печатных машин у Китая нет аналогов, а вот что касается послепечатной техники, то здесь у китайских производителей есть все шансы заменить европейские машины. Мы также поставляем на российский рынок некоторые виды послепечатного оборудования из Китая — ламинаторы, фальцевально-склеивающие машины. В прошлом году выполнили несколько проектов поставки российским типографиям «под ключ», включая инструктаж и пуско-наладочные работы. Однако на текущем этапе говорить о рынке продаж оборудования довольно сложно. Сейчас

скорее всего будет циркулировать бывшее в эксплуатации оборудование».

Полиграфическое направление

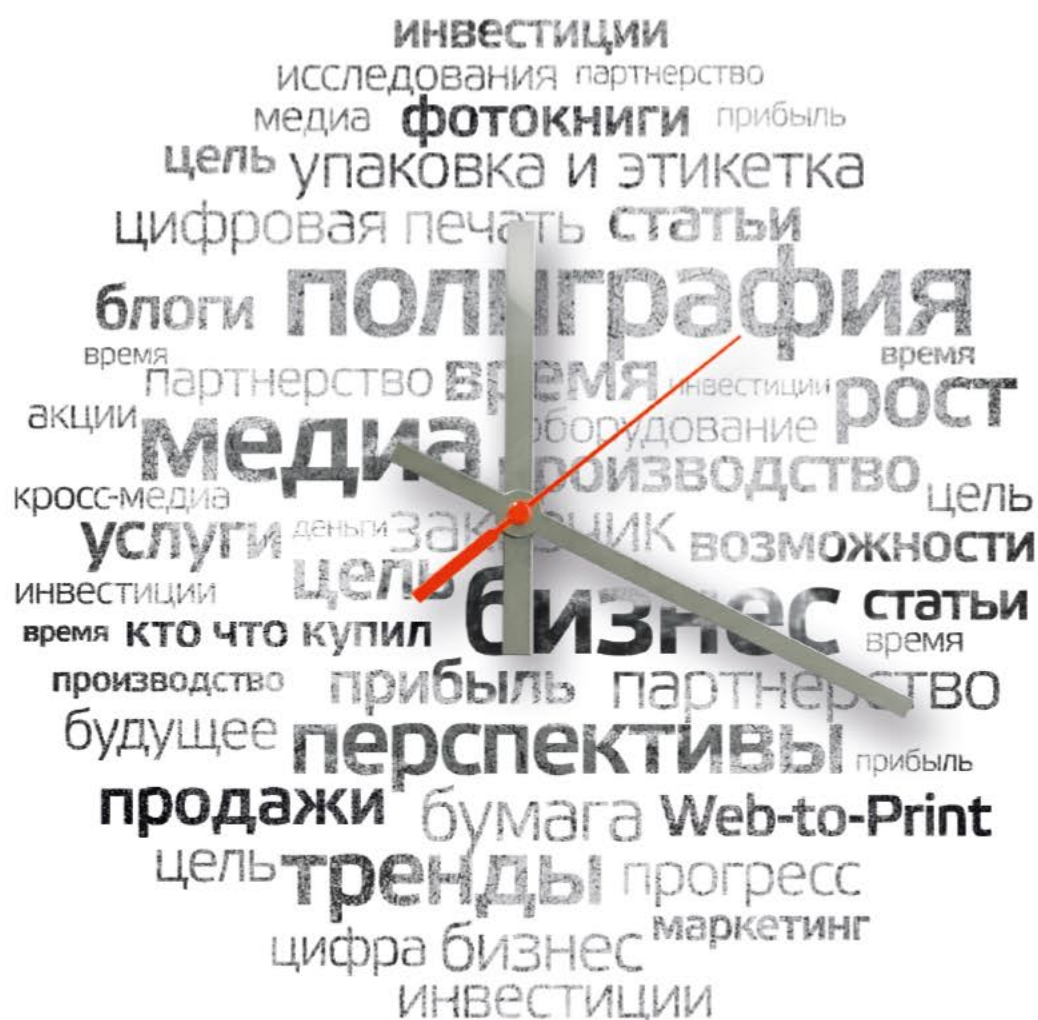
Полиграфическое направление бизнеса — типография «ФС ПРИНТ» — существовало задолго до появления бизнеса расходных материалов Lamstore. Основой печатного бизнеса продолжительное время являлось производство рекламно-коммерческой полиграфии. Однако со временем профиль деятельности типографии сместился в сторону изготовления картонной упаковки.

«Если сравнивать текущие объемы печати с допандемийными, то сейчас объем полиграфии заметно сократился и скорее всего будет продолжать падать, — комментирует Сергей. — С рынка ушли крупные бренды, которые обеспечивали стабильную загрузку многих типографий. Резко сократились объемы печати каталогов и рекламной продукции. В структуре наших заказов рекламная полиграфия сейчас составляет небольшой процент. Мы давно начали переориентировать производство в сторону выпуска упаковки. В основном в числе наших заказов — картонная упаковка небольших размеров, бирки, этикетки, наклейки — все, связанное с продажами товаров. Цифровую печать используем для изготовления самоклеящихся этикеток (их обычно размещают на картонных коробках), а также для производства настольных игр. Продолжаем развивать направление производства бумажных пакетов. В настоящее время у нас большое количество работ на вырубку — все четыре тигельных прессы загружены. В этой связи планируем приобрести автоматический вырубной пресс второго формата. Однозначно в полиграфическом сегменте бизнеса мы будем двигаться в сторону изготовления упаковки. Сейчас наблюдается повышенный спрос на упаковочную продукцию для российских брендов. Возможно, в ситуации с импортозамещением удастся увеличить объем производства упаковки для российских производителей».

Разнонаправленные виды бизнеса — продажа расходных материалов и полиграфическое производство — позволяют учредителю Lamstore и «ФС ПРИНТ» уверенно развиваться даже не в самых радужных экономических условиях на рынке. Как отметил Сергей, появление собственной площадки во многом обеспечивает перспективы роста, ведь переезд в новое помещение задумывался не столько для того, чтобы сконцентрировать производство на одной площадке, сколько с прицелом иметь возможность дальнейшего расширения. Своя земля это позволяет!



Оборудование для намотки и резки скотча для различных сфер применения



Информационно-аналитический портал
для тех, кто принимает решения

Print Daily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:

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

Вместе с Издательством «Курсив»

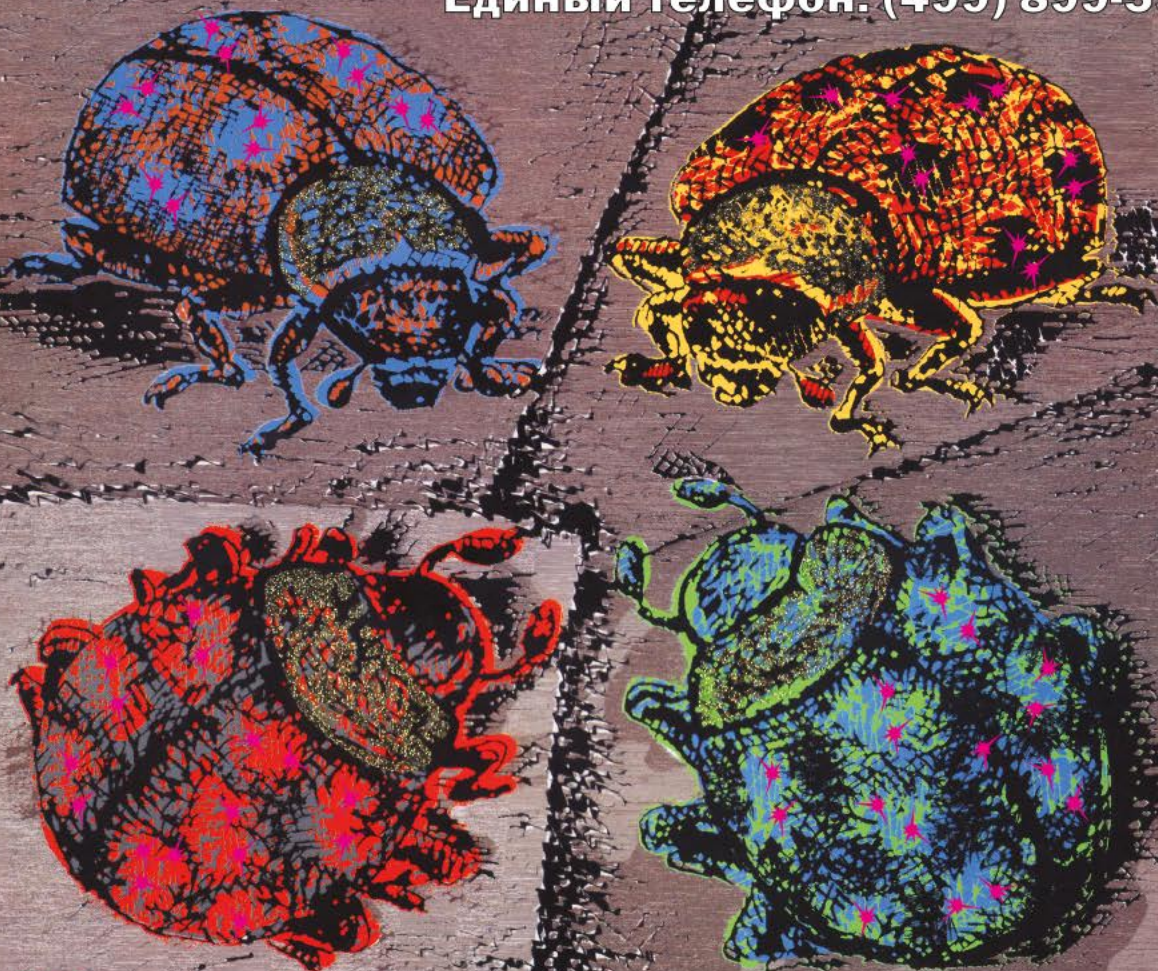


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М У К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи

от **250** экз.

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ

трафаретной
печатью



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

В секретах бумаги —
история вдохновения



www.ilimgroup.ru



www.omelapaper.ru

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов производства

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