

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

# ФОРМАТ

№5, Июль, 2014

16+

**ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ  
ЭКОНОМИКА**

**ВО ВРЕМЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ**

# ФОРМАТ

Журнал для производителей  
и заказчиков полиграфической продукции

Формат №5(91)-2014

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА

Математическое моделирование в эпоху политических кризисов ..... 2

### ОБОРУДОВАНИЕ

«Типография СТД РФ»

Уникальная печатная машина как форма развития семейного бизнеса ..... 8

Типография «СН.Принт»

«СН.Принт»: безупречное качество и гибкий подход ..... 28

### ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография «ФС-Принт»

Все под контролем,  
или IT-технологии в полиграфии ..... 12

Типография «Мега-Графикс»

Выбор поставщика печатной техники был предопределен, или  
От дилера до клиента один шаг! ..... 24

### ПЕЧАТЬ УПАКОВКИ

Типография «ЛюксУпак»

Название обязывает, или Люксовый сегмент упаковки ..... 18

### ИНТЕРВЬЮ

О. Гребенюк, «Артезаинк-М»

«Поддержка малого бизнеса, особенно в полиграфии, необходима» ..... 22

Обложка отпечатана в типографии «Фабрика Трафаретной Печати» (495) 362-10-79

#### Реклама в номере:

Альфа-Дизайн ..... 1	Фабрика офсетной печати. .... вкладка
Артезаинк-М ..... 23	Формула цвета ..... вкладка
Вива-стар ..... 26	Agfa ..... 11
ВИП-Системы. .... клапан, 31	AGService ..... клапан
ВМГ Конференция ..... 3-я обл	FTP-Group ..... клапан
Гейдельберг-СНГ ..... клапан	КВА ..... 21
Илим ..... 7	Kodak ..... клапан, 5
ОктоПринт Сервис ..... клапан	NCL ..... 2-я обл
Санат ..... 9	VMG-Trade ..... 25
Терра Системы. .... клапан	Xerox ..... 27
	YAM International. .... 4-я обл

Блок отпечатан в типографии **Viva-Star** на мелованной матовой бумаге «Омела» (115 г/м<sup>2</sup>, формат 64x90) производства **ОАО «Группа Илим»** (Коряжма, Архангельская обл., Россия)

#### Учредитель Издательство «Курсив»

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

#### Адрес редакции:

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

#### Журнал «Формат»:

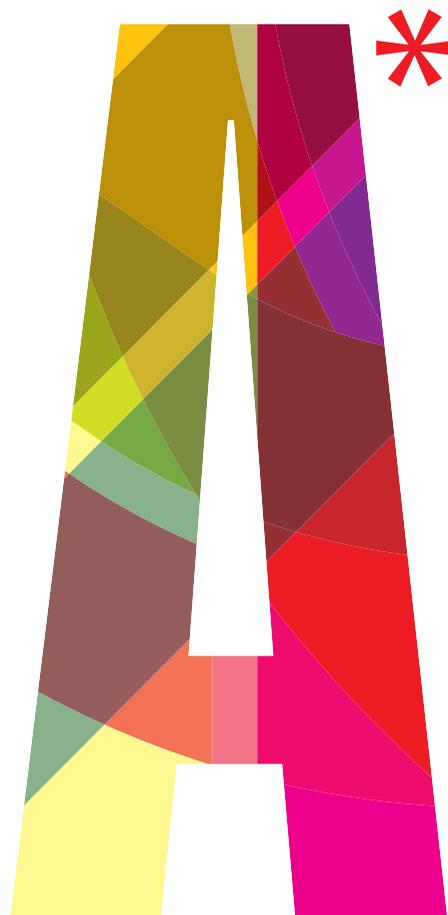
Главный редактор  
А. Ч. Амангельдыев  
Зам. главного редактора  
М. Ю. Беляева  
Ведущий редактор  
Н. А. Шлыкова  
Корректор  
О. В. Улантимова

#### © Издательство «Курсив»

Все права защищены  
Отпечатано в Viva-Star  
Тел.: (495) 780-67-05  
Подписано в печать 25.07.2014  
Тираж 7000 экз.

#### ВНИМАНИЕ!

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



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

# Красочно.

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

# Переплетно.

#### Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;  
Фальцовка—«оконый фальц», микрокассеты;  
ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;  
Шитье нитью—корешок до 52 см,  
альбомный спуск, шитье «на марлю»  
для объемных изданий;  
Переплеты—№ 5, № 7, «французский»,  
переплет с круглым углом.



# Математическое моделирование в эпоху политических кризисов

**В**ремя от времени мы проводим анализ ситуации на полиграфическом рынке и даже иногда публикуем некоторые выдержки. Не так давно мы закончили подсчет ситуации на рынке по итогам первого квартала 2014 г. Надо сказать, что ситуация в полиграфии нас несколько расстроила, и в данной статье мы попытаемся проанализировать, что, собственно, произошло и какие прогнозы на ближайшее время можно сделать.

Мы подсчитываем ситуацию на рынке косвенными методами, разработанными непосредственно в нашем издательстве. Мы не имеем доступа к официальной налоговой отчетности и, разумеется, не можем оценивать изменение объемов материальных ценностей, возвращающихся в отрасли. Но у нас есть ряд косвенных признаков оценки объема заказов и интегральная оценка величины тиражей, печатаемых в нашей стране. И хотя оценки эти весьма специфичны, тем не менее в тех случаях, когда у нас возникает возможность сравнить наши оценки с официальными цифрами, мы, как правило, не сильно промахиваемся.

Так вот, результаты подсчетов, которые были проведены по итогам первого квартала 2014 г., говорят, что полиграфический рынок существенным образом «просел», и по общему числу исполненных заказов, и по суммарным тиражам. Количество заказов в отрасли сократилось примерно на 18% по сравнению с первым кварталом 2013 г. Мы все анализы проводим в сравнении с аналогичным периодом прошлого

года, чтобы исключить сезонные колебания, характерные для полиграфии как отрасли. Надо сказать, что за рынком мы следим уже несколько лет (если быть более точными, то с 2009 г.), и все послекризисные годы отмечали прирост объема заказов из квартала в квартал. Темпы прироста были разными, порой отрицательными, но падения объемов не было ни разу. И вот теперь мы его зафиксировали, причем очень существенное. Это первое.

**Полиграфический рынок развивается по вполне известным циклическим законам, связанным с сезонностью продукции. Кроме того, тиражи из года в год падают. Но более точное изучение ситуации на рынке выявляет и другие модели поведения. А текущая ситуация характерна тем, что на общую картину начала влиять и политика**

Если проанализировать суммарные тиражи, тут ситуация другая. Падение тиражей отмечалось регулярно, это вообще общемировая тенденция, и по итогам первого квартала оно составило примерно 5%, причем, что любопытно, в области рулонной и листовой печати отмечены разнонаправленные тенденции. Рулонная печать «просела» почти на 8%, в то время как листовая печать показала существенный рост, почти 6% по итогам первого квартала. С учетом разности объемов листового и рулонного производства средневзвешенный процент прироста оказался отрицательным (имеет место падение тиражей примерно на 5%). Это второе.

И все это происходит на фоне постоянного прироста производственных мощностей в России. В первом квартале в стране заработали как минимум полтора десятка новых печатных машин, среди которых достаточно высокопроизводительные машины формата 100x70. Может, в наши расчеты вкрались серьезные ошибки? Но мы помимо подсчетов регулярно общаемся с типографиями России. И здесь также можно констатировать (и многие руководители типографий это отмечали), что начало года было очень слабым, даже в такой достаточно «боевой» месяц, как март. Число заказов у многих типографий

оказалось меньше привычного — это с одной стороны. С другой стороны, отмечен существенный рост объемов потребления материалов для декорирования полиграфической продукции, в первую очередь лаков. Прирост составил более 3%. Что же происходит на рынке и чего ждать в ближайшее время?

На самом деле на существующую реальность во многом влияет ситуация политическая, которая, в свою очередь, определяет экономические показатели жизни. Сразу после Олимпиады в Сочи начался украинский кризис и сильное ослабление отношений с западными странами. Эта ситуация привела к росту курсов мировых валют по отношению к рублю и создала нервозность на рынке. Многие компании решили притормозить деятельность до лучших времен, когда ситуация как-нибудь стабилизируется.

Что касается общего количества заказов, ситуация выглядит следующим образом. Весь реально существующий объем заказов можно условно разделить на три большие группы: необходимые, обязательные и вспомогательные.

■ Необходимые полиграфические заказы — это тот вид полиграфической продукции, который является сопроводительным для другого ее вида. Если в стране есть какая-то экономика, всегда есть отрасли, которые для своей деятельности вынуждены использовать полиграфическую продукцию. Наиболее типичный пример — упаковка. Существующая пищевая (или любая другая) промышленность в обязательном порядке требует наличия упаковки, этикетки, тары и т. д. Здесь полиграфия выступает как обслуживающая отрасль. Впрочем, есть виды продукции, в которых нуждаются другие отрасли промышленности: документация, инструкции, сопроводительная литература и т. д. Этот сектор полиграфии не должен существенным образом сократиться.

■ Обязательные заказы — это вид продукции, который обязательно должен быть напечатан, чтобы компания могла зарабатывать деньги. Типичный пример — вся издательская продукция. Для того чтобы газетное, журнальное или книжное издательство могло получить прибыль, оно должно выпустить в свет свою продукцию: журнал, книгу, газету. Как известно, заработки в издательствах бывают двух видов: от реализации тиража и от рекламы. Но в любом случае для получения заработка издание должно быть отпечатано. Другое дело, каким тиражом. Для получения доходов от рекламы не всегда нужно печатать максимальный тираж. В этой

связи тиражи периодики оптимизируются.

■ Необязательный вид продукции — это в первую очередь продукция рекламного характера, самые разные ее виды: от серьезных пафосных годовых отчетов до простейшей листовки для раскладывания в почтовые ящики. На бизнес компаний,

которые их заказывают, эти рекламные материалы прямого и явного эффекта не оказывают. Скорее всего, какой-то эффект есть, но не прямой и тем более напрямую не просчитываемый. Так что, скорее всего, при первой возможности этот вид продукции либо сокращают в объеме, либо вообще перестают заказывать.

# станции смешения офсетных красок: цвета и оттенки на любой вкус

[www.hostmann-steinberg.ru](http://www.hostmann-steinberg.ru)

Москва  
+7 (495) 789-8081

Санкт-Петербург  
+7 (812) 313-7448

Новосибирск  
+7 (383) 230-2798



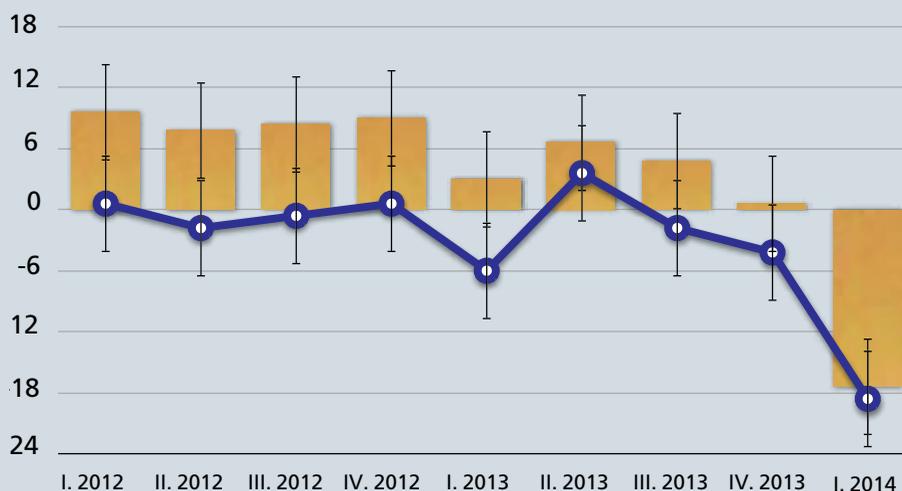


График роста числа заказов по кварталам в процентах от аналогичного периода прошлого года (оранжевые столбики). Можно заметить, что в последние пару лет из квартала в квартал объем заказов прирастал, хотя и с разной скоростью. И только в первом квартале текущего года обозначился резкий спад. Синяя линия на графике показывает темп (ускорение) роста числа заказов. Ускорение может как увеличиваться, так и уменьшаться, а также быть нулевым (рост заказов идет с той же скоростью, что и раньше). График ускорения иногда позволяет предсказать поведение исследуемого параметра при повторяющихся факторах (объем заказов в полиграфии подвержен циклическим изменениям, привязанным к календарю). В нашем случае заметное изменение темпов роста числа заказов было отмечено в первом квартале 2013 г., резонно предполагать, что оно повторится и в начале 2014 г. А с учетом того, что темп роста числа заказов в конце 2013 г. был отрицательным, можно предположить, что в начале 2014 г. произойдет падение, что мы и наблюдаем. Правда, падение оказалось заметно больше того, которое можно было бы предположить по анализу графиков. Виной тому, по всей видимости, внешние факторы, в том числе и политические

Ситуация, которая сложилась в нашей стране в первом квартале, говорит о том, что, судя по всему, мы имеем две важные тенденции. Существенное сокращение заказов связано в первую очередь с тем, что большая доля необязательных заказов просто не состоялась. И в общем-то, для того, чтобы это понять, никаких серьезных подсчетов не требуется. Рекламной продукции стало меньше. И, по нашему мнению, причина этого не в «переходе рекламы в Интернет» или «умирании полиграфии как отрасли», а в том, что многие компании просто притормозили выпуск рекламной продукции по чисто экономическим причинам: «Непонятно, что будет в ближайшее время, и если есть возможность сэкономить на рекламных материалах, мы это сделаем». Аналогичная ситуация и с различными корпоративными изданиями и проектами. Нам известны как минимум два случая приостановки в начале этого года выпуска корпоративных изданий крупных российских компаний, которые ранее вкладывали в эти проекты немалых средств и сил.

## «Периодические» проблемы

В статье упоминается, что у периодики возникли существенные проблемы с распространением. Причем причины этих проблем «внешние», то есть они возникли не из-за нежелания получать или приобретать средства массовой информации, а из-за искусственно вводимых государством барьеров. Считается, например, что «Почта России» — убыточная организация, и государство дотирует распространение периодики. Кстати, с середины лета оно прекращает это делать, и по предварительным прогнозам тарифы на почтовые услуги по доставке периодики возрастут как минимум вдвое. При этом есть любопытные факты. Существующий почтовый тариф на простейшее письмо у «Почты России» — 18 руб., у почты США при пересылке через всю страну (из Нью-Йорка в Сан-Франциско) — 0,48 долл., что по текущему курсу составляет 16 руб. При этом почта США дает гарантию доставки в течение 4 суток, у «Почты России» гарантии доставки вообще нет; если хотите гарантии — письмо должно быть заказным, и оно уже стоит 38 руб., то есть больше 1 долл. При этом почта США — высокорентабельное прибыльное предприятие, на котором работают несколько сотен тысяч сотрудников, и они получают достойную зарплату. А «Почта России» — предприятие убыточное, и зарплата у ее сотрудников так себе (по долгу службы приходится регулярно общаться с почтовой службой). Как так получается, понять нельзя. Теперь предлагается еще больше увеличить тарифы на почтовые перевозки, чтобы предприятие стало прибыльным. Похоже, тут дело не в попытке

улучшения работы почтовой службы, а в очередном «относительно честном отъеме денег у населения».

Это подтверждает и другой факт: кому-то сильно помешали газетные киоски. За последние пару лет их число сократилось в разы (по разным источникам, принудительно закрыто более 2000 киосков, еще примерно столько же закрылись сами, не выдержав новых «тендерных условий на размещение киоска», разработанных, судя по всему, в интересах кого-то конкретного). Раньше по дороге к метро можно было насчитать несколько разных киосков от разных дистрибьюторов прессы, теперь остался один, и в не очень удобном месте. По дороге газету или журнал уже не купишь, нужно специально делать крюк. Кому это выгодно, на первый взгляд и не поймешь. Но с учетом того, что собирается сделать «Почта России», становится, наверное, понятно. Тех, кто хочет читать журнал или газету, нужно «подсадить» на подписку. При новых ценах на доставку почты львиная доля затрат граждан на подписку будет идти на «покрытие убытков «Почты России». По крайней мере, в стоимости журнала «Курсив», который распространяется по подписке, доля «Почты России» более 70%, более того, мы должны платить несколько десятков тысяч рублей за «включение в каталог подписки». Получается, почтовая служба и стоящие за ней решили нажиться на прессе... Проблема только в том, что если корову все время доить и совсем не кормить, она, скорее всего, быстро сдохнет. Впрочем, другой «Почты России» в России нет...

Вторая тенденция также понятна, и именно с ней связано падение тиражей в ролевой печати. Даже серьезные крупные издательства начинают активно следить за тиражами и не печатать лишнего, точнее, тиражи печатаются «по необходимому минимуму». Сокращение тиражей периодики для многих издателей — это вынужденная мера. Распространять издания становится все сложнее. Почтовые тарифы растут «просто так», количество киосков по продаже прессы сильно сократилось. Что любопытно, это никак не связано с политической ситуацией и ростом курса. Эта тенденция началась еще в прошлом году, когда все было относительно спокойно. В первую очередь проблема коснулась часто выходящих недорогих изданий, то есть газет. Разумеется, печатать газеты или журналы, которые будут лежать на складе, нет никакого смысла.

Но в листовой печати мы отметили рост, хотя и небольшой. Частично его обеспечивает прирост объемов упаковки, которой печатают все больше и больше. В этой связи рост курса мировых валют играет даже некоторую положительную роль. В российских супермаркетах все меньше приобретают импортной продукции. Импорт-замещение пусть медленно, но идет, причем не только в пищевой промышленности, но и в фармацевтике, парфюмерии, товарах народного потребления. На момент написания этой статьи курс евро к рублю вырос по сравнению с концом 2013 г. примерно на 15%. Торговые компании, страхуя риски, увеличивают курс пересчета еще на 2–3%. Таким образом, товары, ввозимые из еврозоны, автоматически подорожали для россиян на 15–20%. И хотя отечественные продукты также дорожают «вслед за евро», тем не менее темп роста меньше, и при выборе товара отечественному, что и создает повышенный объем производства упаковки в этом году. Косвенно эти выводы подтверждаются и тем фактом, что, помимо офсетной листовой, растет и флексографская печать, с увеличением объема в первом квартале примерно на 3%. Флексографская печать в нашей стране — это почти на 100% печать гибкой упаковки или этикетки. Прочие виды флексографии (такие как печать обоев или периодики) в нашей стране мало развиты, так что можно смело говорить, что объем печати упаковки в нашей стране растет. А отмеченное ранее увеличение объема потребления отделочных красок и лаков говорит о том, что упаковка все больше и больше усложняется, так что в этом плане все относительно неплохо.

Вторая причина роста объемов печати листовой продукции частично связана с тем, что некоторое количество периодических изданий в связи с изменением тиражей мигрировало с рулонной печати на лист. И хотя это не такой большой объем изданий, чтобы говорить об устоявшейся тенденции, тем не менее даже несколько проектов, ушедших с ротации на лист, уже создают определенный объем.

Ну и еще один фактор небольшого увеличения объемов листовой печати — это возвращение в Россию ряда изданий, печатавшихся на Украине. На Украине есть несколько достаточно крупных типографий, которые печатали для России немалый объем полиграфической продукции, особенно журналов. Когда в конце прошлого года в стране началась «революция» (или «беспорядки» — в зависимости от политического угла зрения), печатать свою продукцию в стране, где вот-вот могут

# SHIFT TO PROCESS FREE

20 лет назад типографии начали переходить на СТР. Теперь пришло время следующей перемены технологий: отказа от обработки пластин. История повторяется, и скоро беспроцессные пластины станут такой же нормой, как СТР.

## ЭТАПЫ ПЕРЕХОДА НА БЕСПРОЦЕССНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

2014

в продаже пластины KODAK SONORA. С беспроцессными пластинами Kodak работают свыше 2000 типографий.

ЭТАПЫ ПЕРЕХОДА НА СТР

2014

75% пластин в мире выводятся на СТР

### ПРЕИМУЩЕСТВА СТР ПЕРЕД ВЫВОДОМ ПЛЕНОК

- Снижение издержек
- Улучшенный контроль
- Ускоренная печать тиража
- Меньше оборудования
- Лучше рабочие условия
- Ниже влияние на экологию

Пластины SONORA совместимы с действующими СТР (и опциями автоматизации), не требуют специальных красок, растворов, приладки.

### Особенности перехода на беспроцессные пластины:

до появления пластин SONORA были налицо ограничения по тиражестойкости и печатным характеристикам

2012

С пластинами THERMAL DIRECT работают более 1500 типографий

### ПРЕИМУЩЕСТВА БЕСПРОЦЕССНЫХ ПЛАСТИН ПЕРЕД ПЛАСТИНАМИ, ТРЕБУЮЩИМИ ОБРАБОТКИ

- Снижение издержек
- Улучшенный контроль
- Ускоренная печать тиража
- Меньше оборудования
- Лучше рабочие условия
- Ниже влияние на экологию

1995

Первая термальная система и пластины от Kodak и Creo

1994

Появление серийных СТР с источниками видимого спектра

### Сложности перехода на СТР:

- Капиталовложения
  - Сложность системы и ПО
  - Дорогие пластины
- Но преимуществ оказалось достаточно, чтобы индустрия перешла на СТР-системы.

2008

Kodak анонсирует пластину THERMAL DIRECT

Для «бесхимических» пластин нужно оборудование, химия (вымывной раствор) и дополнительный производственный этап. Они не обладают таким набором преимуществ, как беспроцессные пластины.

### ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕЧАТИ

Первая аналоговая офсетная пластина Kodak

1959

### ПРЕИМУЩЕСТВА ПИСЬМА

Экономия, контроль и производительность — беспроцессные пластины вполне оправдывают несколько более высокую цену и отлично окупаются. По характеристикам пластины SONORA сравнимы с наиболее распространенными обычными, поэтому индустрия уже готова к переходу на беспроцессные пластины.

**Kodak**  
Sonora XP  
Process Free Plates

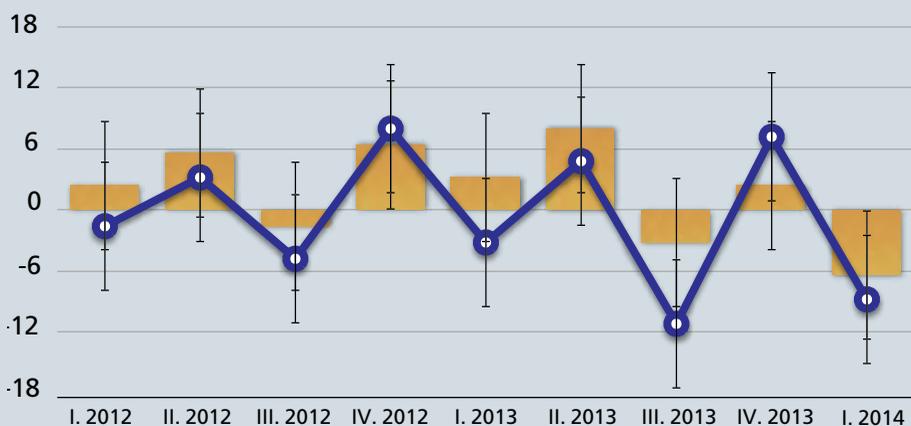


График роста тиражей продукции, отпечатанной на рулонных машинах (в подавляющем большинстве это периодические издания). Поведение этой функции от квартала к кварталу разнонаправленное. Два прошедших года показывают, что тиражи то растут, то падают, то опять немного прибавляют. В целом суммарная прибавка за это время незначительна, но с учетом того, что раньше мы имели существенные снижения тиражей, в целом тенденция сохраняется. Усиливающаяся «пила» графика ускорения говорит о том, что тенденция будет продолжаться, и, скорее всего, даже если в следующем квартале будет зафиксирован рост, в последующих кварталах мы будем констатировать еще большее падение

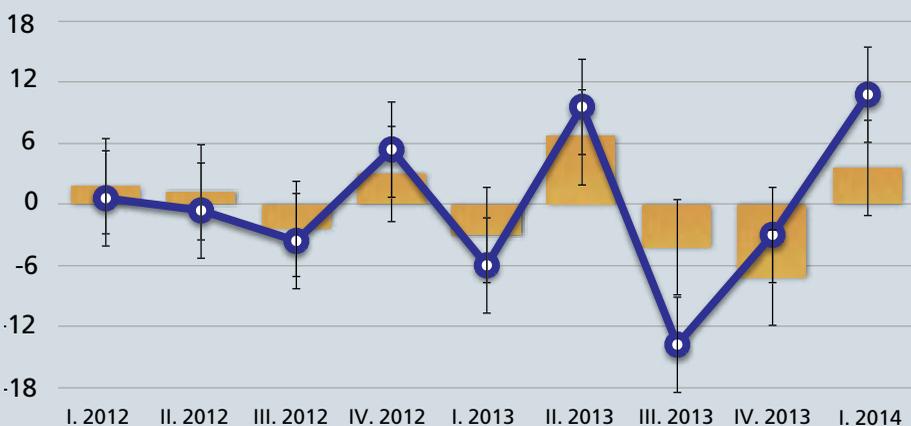


График роста тиражей продукции, отпечатанной на листовых машинах (в большинстве своем это упаковка и рекламная продукция). После стабильного слабого снижения тиражей в 2012 г. начались активные колебания исследуемого параметра, после чего, несмотря на продолжающееся падение тиражей, наметилась тенденция к слабому росту, что мы и увидели в первом квартале 2014 г. Впрочем, график ускорения говорит о том, что в следующем квартале мы должны заметить небольшое падение, которое может быть будет скомпенсировано в плюс частично за счет отложенного спроса (случившегося по политическим причинам), частично за счет того, что товарному рынку требуется усиление в области рекламной активности

начаться боевые действия, не так много кто был готов. И хотя те, кто привык печататься «не в России», скорее всего, нашли себе возможность печататься где-то еще (в конце концов, Польша, Финляндия или Литва не намного дальше Украины), отдельные факты «возврата из-за рубежа» были отмечены.

Вот примерно такая картина нарисовалась по результатам анализа первого квартала сего года. А поскольку делался этот анализ уже в середине второго квартала, наверное, можно попытаться спрогнозировать, как ситуация будет развиваться дальше. В конце концов, не так интересно, что было, гораздо интереснее, что будет. С одной стороны, строить прогнозы — занятие не очень благодарное, но когда прогноз базируется на

более-менее объективных данных, его достоверность можно считать более высокой.

Первое, что очевидно, — это дальнейшее ухудшение ситуации с часто выходящей периодикой, в первую очередь газетами. Поскольку уже со второй половины этого года дотации на перевозку почты будут отменены, почтовая служба постарается «добрать» недостающие средства за счет увеличения цены подписки, что еще больше отпугнет и так не очень большую армию подписчиков. С журналами, особенно гляцевыми, ситуация будет не столько драматичной, поскольку те, кто их подписывает или покупает, возможно, даже и не очень заметят увеличение цены. Но для дешевых журналов и газет повышение тарифов будет крайне болезненным. И хотя это увеличение тарифов пока не вступило в силу, многие издатели готовятся к этому событию и проводят оптимизацию тиража уже сейчас. По результатам второго квартала мы это, скорее всего, увидим.

А вот падение объема заказов, по нашему мнению, приостановится, поскольку первоначальный испуг от ситуации в мире и в стране постепенно проходит, и по крайней мере часть приостановленных проектов будут возвращены. Это первое. Следующее, что должно повлиять на рост объема заказов, в первую очередь в области рекламы, — это сокращение покупательского спроса. Союз автомобильных дилеров уже несколько раз пересматривал прогнозы по продажам автомобилей в 2014 г., и каждый раз в негативном аспекте. То же самое касается и других дорогих товаров, объектов недвижимости и т. д. Для стимулирования продаж нужны активные действия, и реклама, в том числе бумажная, — одно из них.

Писать про упаковку большого смысла нет, она будет медленно прирастать по причинам, уже указанным выше. Ее будут все больше печатать в России. Прирост на 1,5–2,0% в год, как мы писали в прошлом номере, сохранится.

Получившийся в начале этого года провал по объему заказов будет постепенно сходить на нет, и если по результатам второго квартала он составит не более 7–10%, это будет означать, что он был продиктован ситуацией политической, а значит, будет постепенно нивелироваться, если, конечно, не произойдет нового политического кризиса. Результаты второго квартала будут у нас в конце июля, так что мы уже скоро все узнаем...



## ПЕРЕХОДИМ НА РОССИЙСКИЕ ОБОРОТЫ

Теперь качественная мелованная бумага производится в России. В 2013 лидер российской ЦБП Группа «Илим» в своем филиале в Архангельской области запустила самую современную бумагоделательную машину в стране, начав производство офсетной и офисной бумаги. А завершив строительство меловальной установки, «Илим» начал выпуск первой в России чистоцеллюлозной мелованной бумаги «Омега». Мы верим в перспективы российского полиграфического рынка и убеждены, что Россия должна использовать свой лесной потенциал, выпуская качественную продукцию глубокой переработки для полиграфии. И мы испытываем гордость от того, что наши проекты способствуют этому. Пора переходить на российские обороты!



# Уникальная печатная машина как форма развития семейного бизнеса



**Михаил Коротков,**  
владелец,  
«Типография СТД РФ»  
[ Москва ]

офсетной машины с лакировальной секцией Heidelberg Speedmaster SX 52-5+L Anicolor. По этому поводу компания «Гейдельберг-СНГ» провела презентацию, на которой мы пообщались с директором типографии Михаилом Коротковым.

Эта типография существует уже достаточно давно. Одной из важных задач типографии всегда была печать афиш, в первую очередь театральных. Но, как часто бывает с типографиями подобного рода, в сложные годы перехода социалистической экономики в капиталистическую предприятие не смогло перестроиться на рыночные отношения и практически закрылось. Тогда его и приобрели нынешние владельцы:

«По сути, мы купили только часть помещения и название компании. Оборудование, которое тогда было в типографии, приспособить к нормальной работе было невозможно, и мы его вынуждены были сдавать в металлолом, да еще и за вывоз пришлось платить. Затем сделали ремонт в помещении и пробрили первое оборудование: бывший в употреблении Dominant, ризограф и Romayor. С этого и начался наш путь вверх. Это был типичный малый семейный бизнес: сами искали заказы, сами работали на машинах. Уже тогда мне активно помогал сын Константин, который еще был школьником. Постепенно стало появляться и более серьезное оборудование,

**П**ерспективы развития малых типографий в нашей стране обсуждаются регулярно. Время от времени можно услышать, что малый офсет вот-вот должен уйти «со сцены», его заменяет более успешная цифровая печать. Но на практике получается иначе. Более того, мы уже не раз писали, что новые разработки в области офсетной печати порой очень успешно конкурируют с цифровой печатью даже в малом формате и даже на малых тиражах. Одно из очередных подтверждений тому — «Типография СТД РФ». Здесь недавно закончился монтаж первой и пока единственной в России пятикрасочной листовой



Heidelberg Printmaster 74-4 работает в типографии уже несколько лет



Новое приобретение типографии — печатная машина Heidelberg Speedmaster SX 52-5+L Anicolor



и тогда же произошло первое знакомство с компанией Heidelberg — была установлена машина Heidelberg GTO. С этого серьезного шага и началось сотрудничество типографии с компанией «Гейдельберг-СНГ».

Некоторое время спустя при помощи компании «Элемент Лизинг» в типографии уже появилась четырехкрасочная модель Heidelberg Speedmaster 52-4, которая была производительнее, чем все имеющиеся в типографии машины: «Мы перестали работать — все имеющиеся заказы печатали за один день, а остальные дни недели ждали, когда появятся новые». Постепенно эта проблема была решена, и машина была загружена.

Еще один этап развития типографии связан с приобретением машины полулистного формата: «Афиши мы печатали на старенькой машине Dominant. Но она постепенно изнашивалась, и в какой-то момент стало понятно, что на ней не получается печатать даже простые афиши. И мы вновь с помощью «Гейдельберг СНГ» и нашего финансового партнера решились на приобретение машины Heidelberg Printmaster 74-4 для печати афиш, но не только».

Как это часто бывает в типографиях, замена одного оборудования быстро выявляет технологические проблемы на других этапах процесса производства печатной продукции. Ранее формы для печатных машин на предприятии выводились на стороне, и если для простых афиш этого хватало, то при работе на высококачественной печатной машине стало заметно, что качество печатных форм порой не отвечает потребностям: «В этот момент нас убедили приобрести собственное устройство CtP, и, как выяснилось, очень вовремя. У нас появился собственный формный участок, при этом лизинговые платежи за него практически равнялись той разнице в деньгах, которую мы получили, выводя формы у себя, а не на других производствах».

Не так давно в типографии начали задумываться о следующем этапе роста. Существовавший на тот момент Speedmaster 52 был эксплуатации достаточно давно, его пора было продавать, а вот что покупать взамен, было не до конца понятно. В этот момент появилась возможность приобрести машину нового поколения Speedmaster SX с красочным аппаратом Anicolor, причем в пятикрасочном исполнении и с секцией лакирования. Михаил пояснил, что заказы с дополнительным цветом Pantone в послед-



Вовремя приобретенное собственное устройство CtP (Heidelberg SupraSetter A 75) позволило не только оперативно получать качественные печатные формы, но и экономить на выводе форм

## ОТКРЫТЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС ПЕЧАТИ

# « С А Н А Т »



приглашает российские  
и зарубежные газетные  
предприятия и издательства  
принять участие в сезоне  
2014 года

### Номинации:

- «Лучшая цветная газета»
- «Лучшая городская или районная газета» **NEW**
- «Единый макет» **NEW**
- «Лучшая газетная продукция, отпечатанная на мелованной бумаге»
- «Лучшая комбинированная продукция»
- «Лучшая печатная продукция формата А4/А5»
- «Лучший дизайн газеты» **NEW**
- «Приз издательских симпатий» **NEW**

Подача печатной продукции на Конкурс-2014 начинается с **1 июля** и завершается **5 сентября в 18:00**

Финал Открытого профессионального конкурса печати «Санат» состоится в г. Сочи **8 октября 2014 года**

### Подробная информация и бланк заявки на сайте конкурса: [www.sanat.pro](http://www.sanat.pro)

- ✉ Отправить заявку необходимо на e-mail: [sanat@vmg.ru](mailto:sanat@vmg.ru) с обязательным уведомлением Организатора
- ☎ Консультации по телефону: (495) 229 0401 Анастасия Кузьмина
- 📍 Адрес Организатора для отправки конкурсных работ: ЗАО «Внешмалтиграф» 127247, г. Москва, Дмитровское шоссе, д.100

Организатор:



При участии:



Партнеры:





На презентации машины Speedmaster SX 52 Anicolor присутствовало много гостей



Вручение сертификата «Гейдельберг Предприятие-партнер». Слева направо: соучредитель и исполнительный директор «Типографии СТД РФ», финансовый директор «Гейдельберг СНГ» Владимир Антохин, учредитель типографии Михаил Коротков

нее время появляются все чаще, а печатать их на четырехкрасочной машине неудобно и невыгодно. «Поскольку это заказы от постоянного клиента, их все равно приходится печатать, так что решение о приобретении новой машины было принято относительно быстро, хотя и тяжело».

Надо отметить, что преимущества новой печатной машины в типографии оценили практически с первого заказа. Машина позволяет работать очень оперативно и экономично. Приладка на всех секциях проводится за 5 минут, причем конструкция машины не требует заниматься регулировкой зональной подачи краски. На всю приладку обычно уходит не более 20 листов бумаги, вне зависимости от сложности сюжета, хотя раньше на сложных заказах на машине такого же формата уходило до нескольких сотен, а при двухпрогонной печати (если нужно было положить цвет Pantone) и того больше. Как

рассказал Михаил, вскоре после установки машины в типографию пришел заказ на многополосный журнал, который нужно было отпечатать буквально за один день. Раньше с этой задачей не справились бы, но на Speedmaster SX-5+L Anicolor все получилось легко, причем наличие лакировальной секции позволило сразу в процессе печати положить на оттиск защитный лак, что сильно сократило время сушки листов перед послепечатной обработкой.

Вообще наличие лакировальной секции в новой машине позволило типографии расширить свои возможности. Сейчас можно проводить как сплошное лакирование, так и выборочное, используя технологию drip-off. Именно такой заказ отпечатали в «Типографии СТД РФ» в присутствии гостей на презентации, а затем — для демонстрации оперативности работы — отпечатали еще один заказ, на котором была размещена групповая фотография всех гостей мероприятия.

Казалось бы, малотиражные заказы, выполняемые в короткий срок, — это прерогатива цифровой печати. По сути дела, это так и есть, спорить с этим бессмысленно. Но пример печатной машины Speedmaster SX Anicolor в «Типографии СТД РФ» также вполне убедителен. С использованием этой машины печатать коротких тиражей становится выгодной и на офсете, но в отличие от цифровой печати, на машине с красочным



Одна из приобретенных в прежние годы машин Adast Dominant пока еще в строю, в настоящее время она используется для печати несложной продукции в одну-две краски



*Комплект послепечатного оборудования типичен для небольшой типографии, но позволяет изготавливать практически все типовые виды полиграфической продукции*

аппарат Anicolor можно вполне успешно печатать и средние тиражи, что на «цифре» делать уже сложновато. Новый виток развития офсета наступил, и вопросы экономики полиграфического производства еще не до конца освещены. Более того, в начале 2014 г. года компания Heidelberg запустила в серийное производство машины формата B2 Speedmaster XL 75 Anicolor, что позволит еще более экономично печатать и другие типы заказов...

В заключение мероприятия представители компании «Гейдельберг-СНГ», учитывая длительный опыт сотрудничества, присвоили «Типографии СТД РФ» статус «Гейдельберг Предприятие-партнер» и вручили соответствующий сертификат.

:Jeti Titan X  
:Jeti Titan S/HS



от € 245 000

указана цена без НДС

Новое семейство широкоформатных  
планшетных УФ-принтеров.  
Лучшие скорость и качество печати.  
Шесть цветов и кроющий белый.

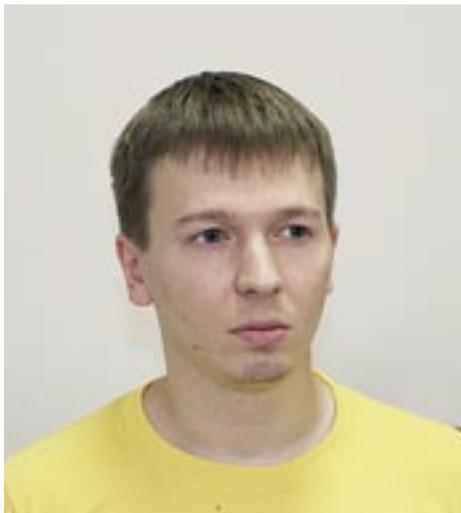
Загляните в будущее  
вместе с Agfa Graphics

[www.agfa.com/graphics](http://www.agfa.com/graphics)

**AGFA**   
STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

115477, Москва  
ул.Кантемировская, 58  
тел.: (495) 234-21-04  
факс: (495) 234-21-11

# Все под контролем, или IT-технологии в полиграфии



**Сергей Антипин,**  
генеральный директор,  
типография «ФС-Принт»  
[ Москва ]

**В** последнее время производители полиграфического оборудования уделяют все больше внимания различным аспектам автоматизации. Речь идет и об автоматизации собственно процесса печати или любого другого технологического процесса, в том числе работы типографии в целом, включая управление производством, общение с заказчиками, внутренний учет и т. д. В итоге в типографиях все больше приходится использовать нетипичные IT-технологии. И предприятия, специализирующиеся в том числе на цифровых технологиях, оказываются к этим новым технологиям ближе, чем традиционные офсетные.

Недавно нам удалось познакомиться с очень интересной типографией, где IT-технологии очень развиты и приносят большую пользу. Наш визит в нее был связан с установкой новой цифровой печатной машины Konica Minolta bizhub PRESS C8000e, о чем нам рассказал директор «ФС-Принт» Сергей Антипин.

История типографии еще относительно короткая и типичная для большого количества небольших универсальных полиграфических предприятий. Ее основатель, Сергей, ранее занимался рекламным бизнесом, что время от времени влекло за собой необходимость что-то печатать.

Заказы размещались в разных типографиях и, по его словам, с таким же разным результатом. Как правило, подводили по срокам, и приходилось нервничать, оправдываться перед заказчиками... В определенный момент было решено хотя бы часть работ печатать самостоятельно и в 2003 г. был приобретен первый комплект оборудования. Это была очень популярная в то время цифровая печатная машина Xerox DC12, а также широкоформатный и режущий плоттеры, кое-что из послепечатного оборудования. С этого и началось собственное производство «ФС-Принт».

Дальнейший процесс развития компании связан с практически не-



Парк офсетной печатной техники в типографии «ФС-Принт» весьма разнообразен — машины разных производителей и разных годов выпуска. Флагманская модель — четырехкрасочная Shinohara полулиственного формата. В «ФС-Принт» умеют автоматически подбирать наиболее оптимальные заказы для каждой печатной машины



*Парк цифрового оборудования KonicaMinolta в типографии формировался постепенно. Самое свежее приобретение – флагманская модель линейки Konica Minolta – цифровая печатная машина bizhub PPRESS C8000e (вверху)*



*В типографии установлено высокопроизводительное устройство CtP Kodak Trendsetter 800 с форматом пластин более 70x100 см*

прерывными инвестициями. Проработав некоторое время на цифровом оборудовании, руководство пришло к выводу, что для дальнейшего успешного развития необходимо приобретать офсетное. В результате была приобретена небольшая офсетная типография с печатной машиной (двухкрасочная Ryobi формата В3), вырубным прессом, резакром и послепечатными устройствами «по мелочи». Цифровую машину к тому моменту уже заменили на модель следующего поколения.

С таким парком оборудования предприятие проработало еще некоторое время, после чего была приобретена еще одна небольшая типография, где работали две двухкрасочные машины Heidelberg, опять же с послепечатным оборудованием.

В результате в «ФС-Принт» оказалось три печатных машины, что повлекло за собой приобретение собственного устройства для вывода печатных форм. «Три машины – довольно приличный объем потребления пластин, особенно если учесть, что мы – предприятие, ориентированное на быстрое изготовление небольших заказов», – говорит Сергей. Так в типографии появилось CtP-устройство Kodak Trendsetter Quantum 800, на то время по возможностям существенно превосходящее нужды типографии, но купленное, так сказать, «на вырост».

Примерно в то же время, около трех лет назад, состоялось и первое знакомство с оборудованием Konica Minolta. Несмотря на инвестиции в офсетное оборудование и «скупку типографий», в компании всегда активно использовали цифровую печать. Когда настала пора в очередной раз менять цифровую машину на более современную, в типографии была установлена машина Konica Minolta bizhub PRO C5501, покупка которой оказалась выгоднее и по начальным инвестициям, и по «стоимости печати». Помимо этого, машина позволяет печатать «длинные оттиски»: при стандартной ширине печати длина оттиска может намного превышать типовые 450 мм и, если нужно, достигать до метра и более. Этой возможностью машины пользуются и сейчас, хотя уже установлены и новые офсетные машины, и новые цифровые.



Как в любой универсальной типографии, в «ФС-Принт» много вспомогательного и отделочного оборудования, в том числе для вырубки (в частности, разверток упаковки) и трафарета для декорирования оттисков как с офсетных, так и с цифровых машин

Следующий этап развития типографии был связан с приобретением очередной офсетной печатной машины, на этот раз четырехкрасочной. Так в типографии появилась почти новая полуформатная машина Shinohara, приобретенная в лизинговой компании с минимальным пробегом. Это позволило выйти на новый уровень и производительности, и качества печати. Производительность стала такой, что возникла задача не только привлечь заказчиков «из интернета», но и делать их постоянными: «У нас было некоторое число кли-

ентов, которые только время от времени размещали заказы на офсетную печать. С появлением хорошей четырехкрасочной машины мы добились того, что они весь свой объем заказов начали переводить к нам, становясь постоянными клиентами».

Соответственно, под новый уровень качества и производительности нужно было подтягивать и отдел цифровой печати: «Когда возник вопрос о приобретении новой профессиональной цифровой печатной машины, мы уже четко понимали, что нам нужно, и начали



Печатные машины Konica Minolta могут успешно печатать на сложных материалах, например кальках и дизайнерских бумагах, что позволяет изготавливать вот такую продукцию



Сочетание цифровой и офсетной печати, различных видов отделки (фигурная вырубка, трафаретное лакирование) и использование дизайнерских бумаг позволяют типографии изготавливать престижные каталоги и проспекты, в частности элитных объектов недвижимости



В типографии изготавливают достаточно много различной упаковки, в первую очередь событийной или сувенирной, для чего и используется цифровая печать.



Это подарочная упаковка выполнена с использованием цифровой печати. Этикетка на самоклеящейся бумаге и коробка отпечатаны на цифровой машине Konica Minolta. Коробка заламинирована, вырублена и склеена вручную

чтобы проект был успешным и высоко rentable, печатать нужно около 120 тыс. отт. в месяц. На прежних цифровых машинах такого, конечно, не получалось, да и подобной загрузки не было. И вот теперь, спустя примерно три месяца после установки bizhub PRESS C8000e, можно констатировать, что желаемый объем достигнут: «Так получилось, что мы довольно быстро загрузили машину, и сейчас на ней уже отпечатано почти 320 тыс. отт. Машина успешно печатает, в том числе и на картоне. Мы на ней уже выполнили несколько интересных «паковочных заказов».

Что примечательно, чтобы быстро загрузить новое оборудование и привлечь новых клиентов, в компании очень большое внимание уделяется автоматизации работы менеджеров с клиентами и ее упрощению для максимальной производительности и эффективности.

собственная система управления всеми этапами работы.

Надо сказать, что такого раньше видеть не доводилось. Как известно, большую часть работы менеджера занимают телефонные переговоры и переписка с текущими и потенциальными клиентами. При этом такая работа обычно никак не учитывается и отдельно не поощряется. В подавляющем большинстве типографий работа менеджера оценивается по объему заказов, которые он обеспечил, и исходя из него менеджер получает бонусы к окладу. «Вроде бы все это правильно. Но ведь когда менеджер работает над перспективным или совсем новым клиентом, он также тратит время, причем порой больше, чем при работе с постоянным заказчиком. При типовой системе оплаты менеджеру не очень выгодно заниматься поисками новых перспективных клиентов, выгоднее поддерживать отношения с существующими. В результате

тестировать устройства, предлагающиеся на рынке. Одна из задач, которую мы ставили перед нашей новой машиной, — возможность печати на картоне, поскольку все чаще и чаще нам приходится изготавливать картонную упаковку. Протестировав несколько моделей Xerox и Konica Minolta, мы выбрали bizhub PRESS C8000e, поскольку она не только лучше других справилась с нашими тестами на картоне, но и оказалась наиболее приемлемой в финансовом плане. В компании Konica Minolta нам предоставили хорошие условия по финансированию сделки, а также выгодные условия «клик-контракта». В апреле этого года машина была установлена».

Когда покупка только обдумывалась, при подсчетах получалось, что для экономической целесообразности сделки и приемлемого срока окупаемости машина должна печатать не менее 60 тыс. отт. в месяц. А для того,



Поездемплярная упаковка «резинотехнических изделий» — она же реклама протекторов — выполнена с использованием цифровой печати на плотном картоне с последующей ручной сборкой



клиентская база не растет. Мы разработали систему, которая автоматически регистрирует все телефонные звонки менеджеров, их продолжительность, учитывает все отправленные и принятые по электронной почте сообщения и т. д. За каждое подобное действие менеджеру начисляются деньги, причем это происходит в открытую, каждый сотрудник видит свой текущий счет и то, как каждое совершенное действие этот счет увеличивает. Все понимают, что для привлечения нового клиента нужно сделать множество звонков и написать массу электронных писем. При такой системе, как у нас, менеджеру это делать выгодно», — рассказывает Сергей.

Разумеется, в системе автоматически регистрируются все сделки и заказы, и текущий счет менеджера меняется. Это очень наглядный стимул: больше сделал — больше получил. Еще одна важная часть системы — мощный калькулятор заказов, который не просто быстро просчитывает любой заказ, но еще имеет возможность выдавать варианты его изготовления на разном оборудовании, с разной скоростью исполнения и, разумеется, по разной цене. Более того, этот калькулятор подсказывает менеджеру самый экономичный вариант изготовления заказа. Если это не оговаривается отдельно, система сама подскажет, какой заказ лучше выполнять на цифровом оборудовании, а

какой на офсетном. При этом, как пояснил Сергей: «В типографии не бывает такого, что при разных просчетах одного и того же заказа (например, разными менеджерами или в разное время) получается разная стоимость его изготовления, что бывает сплошь и рядом. У нас все одинаково, и в заказчиков это вселяет уверенность, что их не водят за нос. В других типографиях мы не раз сталкивались с такой проблемой, когда пытались переразмещать какие-то заказы, которые сами не могли сделать».

Кроме того, для облегчения работы менеджера вся бумажная работа максимально автоматизирована. Буквально одним нажатием кнопки выписывается счет и отправляется заказчику по электронной почте, автоматически генерируются договоры, счета-фактуры, накладные и т. д. «Эта работа необходима, но менеджеры не должны тратить на нее время, поэтому у нас все максимально автоматизировано. Более того, сделать документы для любого заказчика может очень быстро любой менеджер. И клиенту не нужно объяснять, что его менеджера нет на месте, «поэтому попробуйте позвонить завтра». Ну и, наконец, чтобы перевести случайного заказчика в постоянные, в системе имеется масса возможностей по поддержанию контактов: различные напоминания, контроль их исполнения и даже учет реакции клиента.

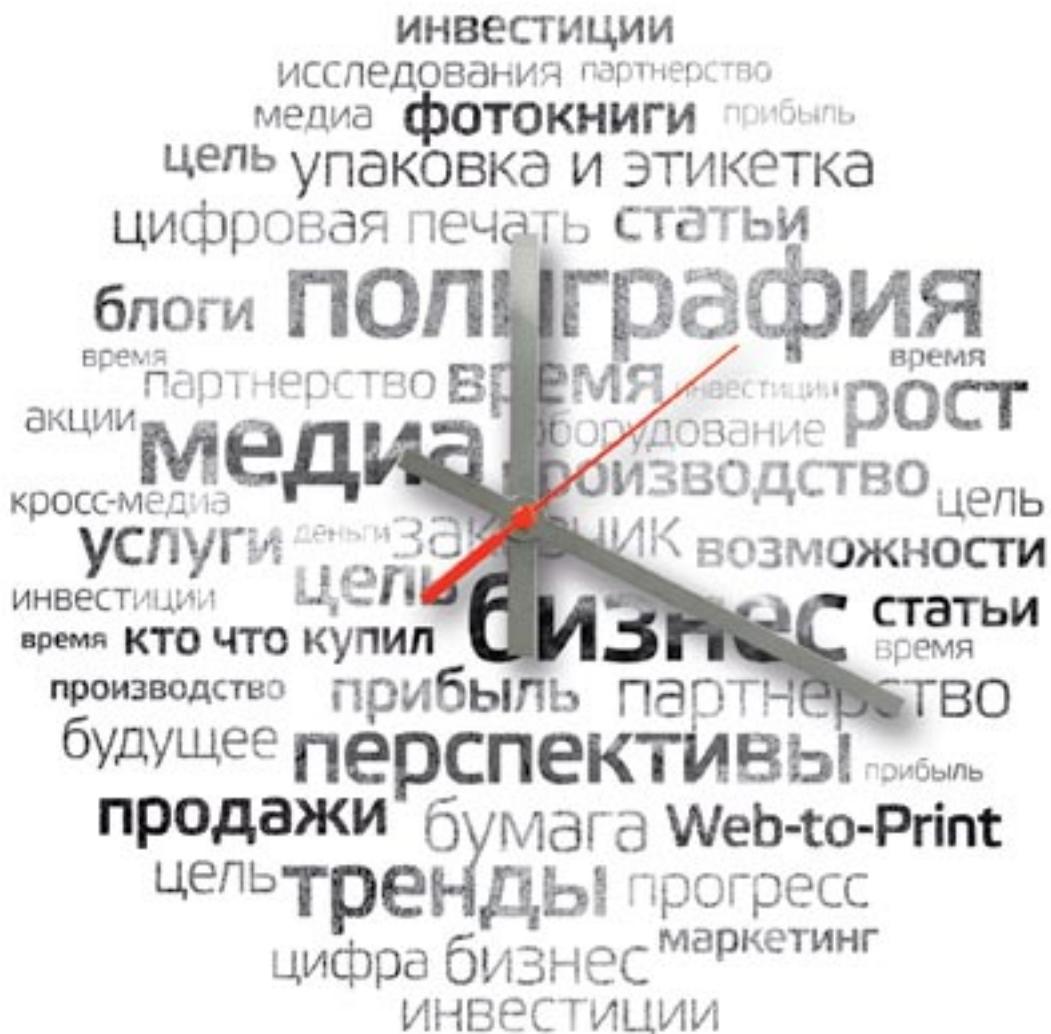
*Существенный объем заказов типографии составляют бумажные пакеты, которые в зависимости от тиража и формата могут печататься как на цифровых, так и на офсетных машинах*



*В «ФС-Принт» успешно печатают и типичные «цифровые» заказы, например открытки. Причем широкие возможности типографии по отделке позволяют делать сложные открытки с большой добавленной стоимостью*

После выполнения заказа специальный сотрудник связывается с клиентом и интересуется качеством сервиса и степенью удовлетворенности работой с типографией. Это также отражается в системе». Разумеется, вся база клиентов используется и для рассылки уведомлений, например, об установке новой цифровой машины и т. д.

Сергей с большим энтузиазмом рассказывал о возможностях системы, поскольку сам является ее разработчиком. Естественно, помимо собственно программных продуктов, здесь используются самые современные коммуникационные, компьютерные и IT-технологии. Чтобы всем этим заниматься, нужно быть человеком увлеченным, но, судя по достигнутым результатам, все эти электронные технологии реально помогают продавать полиграфические услуги, в том числе и услуги цифровой печати. ■



Информационно-аналитический портал  
для тех, кто принимает решения

**Print Daily.ru**

## Как заработать в полиграфии?

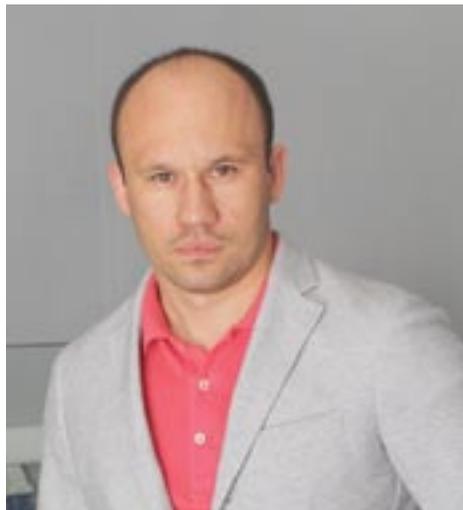
УЗНАЙТЕ:

- 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»



# Название обязывает, или Люксовый сегмент упаковки



**Александр Леонов,**  
генеральный директор,  
типография «ЛюксУпак»  
[ Тверь ]

влекательная для многих типографий. Но процесс развития происходит и в них, и за этим очень интересно наблюдать. Не так давно мы посетили еще одну упаковочную типографию в Твери — «ЛюксУпак». О ее специализации рассказал генеральный директор типографии Александр Леонов.

В полиграфический бизнес Александр попал более 15 лет назад в качестве сотрудника одной из типографий, которая печатала несложную картонную упаковку. Спустя некоторое время с коллегами решил создать собственную компанию. Первым, что купили, был стоп-цилиндровый пресс для высечки и кое-какое вспомогательное оборудование. Таким образом определилось направление работы — производство упаковки. Типография постепенно развивалась, оборудование менялось на более совершенное и производительное. И разумеется, упаковка становилась более качественной и сложной.

Следующим этапом развития стало создание новой компании, получившей название «ЛюксУпак», что и определило тенденцию развития бизнеса: «После стоп-цилиндровых прессов мы начали приобретать более совершенное оборудование, в первую очередь, конечно, печатное. У нас постепенно были установлены машины серии Planeta, что позволило начать работу над качественной цветной упаковкой. Потом понадобился серьезный вырубной пресс, фальцесклеивающее оборудование, машина для нанесения УФ-отверждаемого лака и т. д.» Постепенно относительно небольшая компания стала довольно крупным производителем картонной упаковки с широкой географией поставок: «В основном, конечно, мы работаем с местными пищевыми производствами, но при этом у нас много заказчиков и из Москвы, Санкт-Петербурга и ряда крупных областных центров: Белгород, Орел и т. д. Мы видим очень высокую потребность в упаковке.

**П**ечать картонной упаковки составляет большой процент всего объема российской полиграфии. На первый взгляд, это достаточно несложная технология, а потому при-



Во время нашего визита в типографию там велся монтаж пятикрасочной гибридной машины с лакировальной секцией KVA Rapida 105. В честь этого события директор по рекламе ББА РУС Анна Перова вручила Александру Леонову почетный диплом



*Не так давно в «ЛюксУпак» смонтирован первый в России допечатный комплекс на базе выводного устройства Kodak Achieve. Вывод форм в типографии ведется на беспроцессные пластины Kodak Sonora*

Приходится работать очень оперативно, как пожарным, и это позволяет нам оставаться привлекательными для заказчиков».

Несколько лет назад закончился этап развития компании — она стала заметной фигурой на рынке картонной упаковки, в связи с чем был сформирован новый план развития, который подразумевает выход ее на новый уровень: «В свое время компанию было решено назвать именно «ЛюксУпак» — упаковка класса люкс. Изначально целью было производить упаковку высочайшего качества со всеми вариантами отделки. Мы к этому стремимся, модернизируем оборудование, развиваемся. Я уверен, что в скором времени мы достигнем поставленной цели. Не случайно говорится: «Как вы яхту назовете, так она и поплывет». Первые шаги в этом направлении уже сделаны: в компании установлены две самые современные единицы оборудования, которые позволят перейти на новый уровень производительности и качества продукции.

Первой покупкой стал современный допечатный комплекс Kodak Achieve, причем он сознательно был приобретен без проявочной машины, что предполагает использование беспроцессных пластин Sonora. И выводной комплекс, и пластины в типографию поставила компания «НЦ Лоджистик» — официальный дистрибьютор компании Kodak на территории РФ. «Еще в то время, когда я задумывался о приобретении CtP, разумеется, я анализировал различные другие предложения альтернативных производителей данного оборудования. У меня всегда была идея иметь в производстве готовую цифровую форму и сразу использовать ее на печатной машине. Мои мысли, как мне кажется, услышали в компании Kodak и изобрели такую технологию. В итоге у нас первый в России Kodak Achieve. Это не самая старшая модель в линейке, но для таких производств, как наше, она подходит идеально. У нее не максимальная производительность, но нам сейчас нужно 3–5 комплектов пластин в день, с чем оборудование справляется легко, а при необходимости можно намного больше. У этой модели ручная загрузка, но нам ее достаточно. У нас небольшая загрузка по допечатным процессам, со всем легко справляется один оператор. В типографии нет лишних производственных площадей, поэтому мы сознательно выбрали вывод без проявочной маши-

ны. И с пластинами Sonora все отлично получается. Во-первых, мы сэкономили немалую сумму на проявочном процессоре, во-вторых, не нужно приобретать химию для обработки пластин, а это также дополнительные затраты. В-третьих, не нужно утилизировать химию или сливать ее в канализацию. И в-четвертых, мы имеем стабильный, по сути, «двоичный» формный процесс, при котором пластины всегда получаются как надо. Раньше мы использовали аналоговый процесс изготовления форм с использованием фотопленок, но после установки комплекса Kodak Achieve поняли: можно работать совсем на другом уровне. Персонал воспринял эту установку на ура, обучение прошло молниеносно. Во многом это произошло потому, что все очень доступно, просто и современно, а значит, не может вызывать никаких сложностей. На устройстве всего две кнопки: красная и синяя, форму поставил — форма готова. Оборудование Achieve гораздо проще в использовании, чем любой другой традиционный способ изготовления пластин».

Другой важнейшей инвестицией в развитие компании стала установка новой печатной пятикрасочной машины KBA Rapida 105 с секцией лакирования. Машина в интересной конфигурации с возможностью печати как масляными, так и УФ-отверждаемыми красками. Лакирование также возможно как водными, так и УФ-отверждаемыми лаками, а благодаря пятой секции возможно использование и двойных лаковых эффектов, например drip-off. Весь монтаж в типографии проводят инженеры КБА РУС, с соответствующим уровнем качества сервисных работ и послемонтажного обслуживания. Александр пояснил: «Сюжеты становятся все более сложными, а требования заказчиков к качеству упаковки все время растут. Они все более пристально следят и за цветопередачей, и за разнотоном внутри тиража. Да и производительность у предыдущих машин невелика, а объемы производства все время растут, причем как за счет повышения объемов печати каждого заказчика в отдельности, так и за счет постоянного прихода новых».

В результате после продолжительных поисков была найдена машина в очень интересной конфигурации, которая как раз подходит для печати люксовой упаковки. УФ-технология позволит печатать и на металлизированных



Еще одна специализация типографии – малоформатная упаковка, в первую очередь косметическая и фармацевтическая

картонах, и на невпитывающих или слабовпитывающих материалах, а возможности лакирования в линию позволят сразу проводить отделку оттиска.

«Мы сознательно выбрали машины концерна КВА. Хороший контакт с представителями КБА РУС у нас был и до приобретения машины, да и по опыту других типографий мы знали, что многие успешно печатают упаковку именно на машинах этого производителя. После введения в строй Rapida 105 будем постепенно продавать «Планеты», поскольку по нашим расчетам получается, что одна новая машина успешно заменит две имеющиеся у нас, да еще и запас производительности останется. Также мы надеемся, что на новом оборудовании получим более низкую себестоимость продукции, это очень важно в настоящее время. Допечатный участок у нас уже стал более экономичным, теперь очередь за печатным. Новая машина позволит производить за тот же период времени больший объем продукции, чем раньше, а значит, себестоимость снизится. В условиях достаточно жесткой конкуренции на рынке это наше преимущество.

Кроме того, мы поглядываем в сторону такой продукции, как инструкции, листовки, буклеты, которые сопутствуют нашей основной работе.

Это обусловлено тем, что мы работаем с компаниями, заказчиками, которые заинтересованы получать от нас полиграфическую продукцию в комплексе. Взять, например, фармацевтов или тех, кто делает парфюмерию. Там, помимо упаковки, идут вкладыши, листовки, различные рекламные буклеты. Клиентам удобнее получать все из одних рук в хорошем, надлежащем качестве от производителя, которому клиент доверяет. Я думаю, что в скором времени мы именно так и будем работать, расширим свой ассортимент продукции и будем дальше двигаться в этом направлении».

Но, конечно, главная задача – переход в дорогой сегмент упаковки. Новые инвестиции позволят типографии все глубже погружаться в процесс производства именно дорогой и престижной упаковки с высокой добавленной стоимостью, предназначенной для товаров ведущих мировых торговых марок: «Мы и дальше будем развивать производство именно в области престижной упаковки. Планируем установить линию для трафаретной отделки оттисков, новый пресс для вырубки и конгревного тиснения, пресс для тиснения фольгой, новую, более производительную фальцесклепку с возможностью сборки более сложных коробок. Планы у нас очень большие!»



В настоящее время основу производственной программы типографии составляет относительно несложная упаковка, в основном пищевая

**«Мы впечатлены знаниями КБА в области упаковочной печати и рады, что нашли такого хорошего партнера с точки зрения сервиса»**

**Сергей Сим, генеральный директор типографии «Аполинария» в Армавире (Краснодарский край) доволен своей машиной Rapida большого формата**

# Feeling Good

with  **KBA**

Такие довольные клиенты, как Сергей Сим, являются большим стимулом в нашей работе и наградой за наши труды. Мы придаем большое значение персональной работе с каждым клиентом, а также качеству сервисного обслуживания. Мы хотим, чтобы наши клиенты чувствовали себя на высоте и достигали поставленных целей. А мы будем поддерживать их в этом с помощью индивидуальных решений, важных для отрасли инноваций и печатных машин, работающих с использованием уникальных технологий. Вот уже 200 лет наша компания надежный партнер типографий по всему миру.

Убедитесь в этом сами.

Наша команда будет рада ответить на любые Ваши вопросы.

**ООО «КБА РУС»**

119313 Москва, Ленинский проспект, 95а

Тел. (495) 782-13-77, факс (495) 937-52-45,

E-mail: [kba@kba-print.ru](mailto:kba@kba-print.ru), Internet: [www.kba-print.ru](http://www.kba-print.ru)

**Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:**

Тел./факс: (812) 320-92-03, 320-92-04, E-mail: [spb@kba-print.ru](mailto:spb@kba-print.ru)

**Представительство в Южном Федеральном округе:**

Тел.: (919) 871-59-99, E-mail: [rostov@kba-print.ru](mailto:rostov@kba-print.ru)

# «Поддержка малого бизнеса, особенно в полиграфии, необходима»



**Ольга Гребенюк,**  
генеральный директор,  
«Артезаинк-М»

**Государственная поддержка представителей полиграфического бизнеса в нашей стране, оказывается, есть. Работает она через систему специально созданного фонда поддержки. Относительно небольшая компания «Артезаинк-М», специализирующаяся на поставке красок из Южной Кореи, убедилась в этом на собственном опыте**

**У**же все давно привыкли к тому, что полиграфический бизнес и государственная поддержка — вещи мало совместимые. Во всяком случае, по нашему опыту, получается, что случаи государственной поддержки компаний, работающих на полиграфическом рынке, можно пересчитать по пальцам. Тем не менее, такое все же бывает. Об одном таком факте нам недавно рассказала Ольга Гребенюк — генеральный директор компании «Артезаинк-М», и мы выяснили, насколько выгодно пользоваться услугами государственной поддержки.

**Ф:** Ольга, каким образом удалось получить поддержку от государственных структур?

**ОГ:** Некоторое время назад наша компания стала членом «Фонда поддержки предпринимательских инициатив» — ФППИ, через который и ведется работа по поддержке малого бизнеса. Этот фонд создан по инициативе группы депутатов

Государственной Думы Российской Федерации, представителей деловых кругов, руководителей ведущих предприятий России и зарубежья. ФППИ занимается поддержкой и реализацией значимых проектов в области предпринимательской деятельности. Его цели и задачи: поддержка предпринимательских инициатив, увеличение численности занятых в предпринимательстве и повышение эффективности деятельности субъектов предпринимательства. По сути, задачи этого фонда — повышение эффективности работы компаний — членов фонда.

**Ф:** И что дало вашей компании участие в этом фонде?

**ОГ:** Пожалуй, самое главное, что члены фонда получают возможность льготного кредитования. Фонд выступает гарантом перед банками своих членов, и это дает возможность получать кредиты на условиях, которые заметно отличаются от тех, что

можно получить, просто обратившись в банк «с улицы». Нам это очень помогает. Наш бизнес связан с продажей печатных красок и других расходных материалов, а значит, надо решить простые задачи: товар купить, привезти, складировать, потом распродать и получить оплату (порой пустя существенное время). На начальном этапе мы пытались кредитовать своих клиентов «через себя», но по мере роста бизнеса это стало просто невозможно. Маржинальность в нашем бизнесе невелика, а для работы с большим объемом товара нужны оборотные средства, и вот их мы и получаем благодаря поддержке ФППИ.

**Ф:** То есть для вас услуги фонда — финансовая помощь?

**ОГ:** Не только. Так получилось, что фонд помимо финансовой поддержки оказывает, если можно так выразиться, моральную. Он регулярно проводит конкурсы среди своих членов и ежегодно присуждает ряд наград. Получили такие награды и мы: в своем сегменте бизнеса стали



Вот такие награды получила компания «Артезаинк-М»



Диплоны, вручаемые лауреатам конкурса «Надежный Бизнес-Партнер» и «Национальный Управленческий Резерв»

«Компанией №1» и получили специальный сертификат «Надежный Бизнес-Партнер» и соответствующий приз, а лично мне как руководителю компании был вручен диплом «Лучший Руководитель». Надо сказать, сотрудники фонда принимают решения по награждению

лауреатов, исходя из оценки всей деятельности компании и добросовестного исполнения обязанностей.

**Ф:** А есть какая-то практическая польза от этих призов, помимо морального удовлетворения?

**ОГ:** Ну, как от любой награды пользы в

явном виде, наверное, нет, но есть ряд косвенных моментов, которые помогают в работе с некоторыми клиентами. В частности, мы время от времени участвуем в тендере на поставку материалов для типографий, относящихся к государственному или ведомственному сектору экономики. Так вот там сертификат «Надежный Бизнес-Партнер» является одним из аргументов при выборе поставщика. Так что с этой точки зрения и от наград есть польза.

Кстати, помимо этого, мы ощутили и пользу в работе с нашими зарубежными партнерами. После того, как мы получили награду «Компания №1», нам стало несколько проще договариваться с нашими корейскими партнерами — они стали относиться с существенно большим уважением.

**Ф:** Ольга, а участие в этом фонде платное?

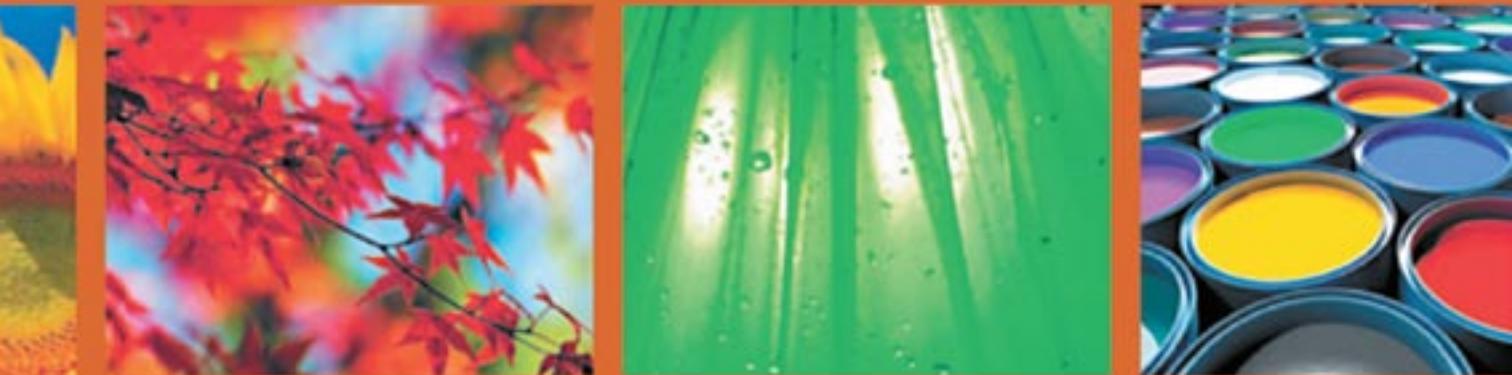
**ОГ:** Да, нужно заплатить определенный вступительный взнос, но могу сказать, что эта сумма уже давно окупилась.



**ARTEZAINK**

**ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПРОДАВЕЦ ARONON-T**

Тел.: +7 (495) 762-2655  
Тел./Факс: +7 (495) 727-3990  
[www.artezaink.ru](http://www.artezaink.ru)



**ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ  
ПРОИЗВОДСТВА ЮЖНОЙ КОРЕИ**

**КРАСКИ СЕРТИФИЦИРОВАНЫ  
ДЛЯ ПЕЧАТИ ПИЩЕВОЙ УПАКОВКИ**

# Выбор поставщика predetermined, или От дилера до клиента один шаг!



**Павел Николаевич Поляков,**  
генеральный директор,  
«Компания Мега Графикс»  
[ Новосибирск ]

**К**омпания «Мега-Графикс» работает на рынке полиграфических услуг Новосибирска уже практически 20 лет. Начав с предоставления копировально-множительных услуг, со временем она стала типографией полного цикла с развитыми направлениями цифровой и офсетной печати. В спектре предлагаемых услуг — изготовление рекламно-акцидентной продукции, широкоформатная печать, копирование и т.д.

«Компанию Мега-Графикс» можно называть лидером в своем регионе по нескольким причинам. В самом начале своей деятельности она начала развивать бизнес, построенный на прогрессивном подходе. Будучи в то время дилером Херох, она открыла демозал. Но создание демонстрационного зала для продажи оборудования и перевод его постепенно в самостоятельное подразделение зарабатывающее деньги на предоставлении услуг, — сути двойная выгода. И демозал в состоянии показывать как работает техника в реальных производственных условиях и при этом еще и приносит прибыль. Сейчас это кажется нормальным, но когда начинали (а было это в 1991 г.), это было в новинку не только в Сибири, но и во всей России.

Сейчас производственный парк компании постоянно пополняется новыми моделями оборудования, соответственно, постоянно расширяется и спектр предлагаемых услуг. Точнее, наоборот: видя определенные перспективы в развитии

рынка в том или ином направлении здесь принимают решение о новых инвестициях. В частности, новейшие инвестиции компании — широкоформатное печатное устройство Xerox IJP 2000 и промышленная высокопроизводительная цифровая печатная машина Xerox Color 800.

Основной акцент в компании делается на использовании новейшего оборудования для реализации широкого круга задач своих заказчиков: «Рынок требует, чтобы печатное производство было максимально экономичным, поэтому мы выбрали путь сокращения времени и затрат с помощью оборудования лидера рынка цифровой печати — компании Xerox».

Надо сказать, что развитие компании шло постепенно. Первый копировальный салон, который был открыт в Новосибирске, предполагал работу с клиентами «с улицы». Разумеется, продукция у таких клиентов чаще всего относительно несложная, и выполнить ее можно на оборудовании среднего или даже младшего класса. Поэтому и оборудование, которое появлялось в демонстрационном зале, относилось именно к этой категории. Но по мере усиления рыночной активности «Компании Мега-Графикс» стали появляться и более крупные заказы, для которых цифровой копи-

ровальный салон уже не подходил, и тогда решили открыть офсетную типографию. Было это еще в середине 90-х гг., и тогда говорить о серьезной полиграфической продукции можно было только с позиции офсета. Так, в течение довольно длительного времени в компании параллельно развивались два направления: офсетное и цифровое. Впрочем, по мере выхода на корпоративный сегмент стало очевидным, что необходимо иметь и еще один вид услуг — широкоформатную печать, в первую очередь для инженерной графики. «...Мы оказываем нашим клиентам услуги оперативной цифровой, традиционной офсетной и широкоформатной печати используя самое разное копировальное и печатное оборудование высокой и средней производительности от Xerox. И до недавнего времени нам этого хватало. Но мы постоянно следим за тем, что происходит на рынке, и исходя из этого, делаем новые инвестиции. Не так давно стало понятно, что на рынке цифровой печати ситуация вновь немного изменилась. Появление машин серии Xerox Color 800/1000 показало, что цифра уже может печатать не просто «с качеством офсета», а непосредственно на уровне хорошего офсета, и даже специалисты не всегда сразу заметят разницу. А значит, имея такое устройство мож-



Широкоформатный цветной струйный принтер Xerox IJP 2000

но очень гибко управлять заказами уже не с точки зрения «сможем напечатать или не сможем», а с позиции экономики: по какой технологии данный заказ будет печатать выгоднее: «Выбор последней покупки — Xerox Color 800 — был определен, в первую очередь, высоким, практически фотографическим качеством печати, возможностью печати пятым прозрачным тонером (это позволяет воплощать в жизнь самые необычные дизайнерские идеи) и большим ассортиментом запечатываемых материалов, что, с одной стороны, сулит новые возможности на рынке рекламной и фотопечати, а с другой — существенно упрощает работу с заказами. Высокое качество этого устройства уже успели оценить профессионалы нашего рекламного рынка, ведущие фотографы и дизайнеры. Оно в полной мере отвечает поставленным нами задачам».

Приобретение новой печатной машины позволит не только повысить качество печати, но и выйти на новый уровень клиентского сервиса. В частности, в компании хотят начать работу на рынке фотокниг — одном из самых активно растущих рынков в настоящее время. В дополнение к новой машине уже закуплено пооперационное брошюровочно-переплетное оборудование для изготовления книг в том числе и в твердом переплете.

«У нас всегда было очень трепетное отношение к качеству печати, и можно даже сказать, что у нас особый подход. Каждый из наших цифровых печатных салонов, не говоря уже об офсетной типографии, оснащен современными денситометрами X-Rite для оперативного измерения и контроля цветопередачи, в том числе и в on-line режиме с печатными машинами. Возможно, для цифровых печатников это очень типично, но мы считаем, что качество — это именно то, что ждут от нас клиенты, разумеется, если работа выполняется еще и быстро. Оборудование Xerox позволяет нам осуществлять услуги оперативной полиграфии быстро, недорого, качественно. Эти печатные системы отлично подходят для выполнения срочных заказов исключительного качества в самые сжатые сроки».

ЦПМ Xerox Color 800 предназначена для изготовления высококачественной полиграфической продукции на широком диапазоне материалов плотностью от 55 до 350 г/м<sup>2</sup> (включая текстурированные бумаги, прозрачные пленки, наклейки и синтетические материалы) с постоянной скоростью 80 страниц в минуту. Благодаря высокопроизводительному контроллеру EFI для управления цветом и разрешению 2400x2400 dpi ЦПМ позволяет достичь идеальной резкости и фотографического качества изображений, однородности заливок и плавности линий. При этом эмульсионно-агрегационный (EA) тонер с низкой температурой плавления гарантирует безупречную цветопередачу. Печатная машина оснащается четырьмя секциями СМУК и пятой секцией для сплошного или выборочного покрытия прозрачным тонером — это одно из ее ключевых преимуществ.

Выход на серьезных корпоративных заказчиков требует наличия возможности выпуска «продукции премиум-класса» в большинстве случаев не такой, какая требуется заказчикам с улицы. Поэтому в компании используют разную технику для «уличных» печатных салонов и для типографии, ориентированной на бизнес-клиентуру. В данном случае новая цифровая



## ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ



Сделано в Японии  
Яркие цвета  
Быстрое закрепление  
Высокий глянец  
Хорошие цены

# VMG

trade

127247, г.Москва, Дмитровское шоссе  
дом 100, 6-й этаж  
Тел/факс: +7 (495) 229 04 01  
+7 (495) 780 01 83  
[www.toyoink.ru](http://www.toyoink.ru)



Xerox Color 800

машина предназначена как раз для этого, в том числе для развития новых направлений, среди которых работа с издательствами (печать ограниченных тиражей качественных книг), а также упоминавшиеся ранее фотокниги.

Еще одной новинкой, установленной в компании «Мега-Графикс», стал первый в России широкоформатный цветной струйный принтер Xerox IJP 2000, работающий по технологии Memjet. «Основная загрузка этого устройства приходится на печать проектно-строительной документации, на которой также специализируется наш копировальный центр. Приобретением мы довольны — со своей задачей устройство справляется отлично».

различных рекламных конструкций, например, ростовых фигур. «Xerox IJP 2000 обладает фантастической производительностью. Тираж, на изготовление которого у нас раньше уходило два или три часа, этот принтер печатает всего за 25 минут, — комментирует Павел. — В будущем мы планируем активно использовать потенциал новой машины, чтобы осваивать смежные рынки и привлекать больше клиентов со сложными заказами».

Именно возможность изготовления нестандартных, сложных и нетипичных заказов в ближайшее время станет тем направлением работы, который позволит успешно развиваться компаниям, предлагающим услуги по тиражированию. Простую листовку могут теперь печатать многие и, как следствие, прибыль от ее изготовления все время сокращается. Другое дело продукция с «добавленной стоимостью», например малотиражная листовка с выборочным лаком. На простой цифровой машине это уже не напечатать, в результате конкуренция существенным образом сокращается и уровень прибыли можно держать более высоким.

«Но сама по себе печатная техника — только часть успеха. Техника должна полноценно функционировать и не простаивать. В этом нам активно помогает компания Xerox. В Новосибирске давно работает представительство Xerox с высококлассными инженерами, складом запчастей и расходных материалов. Инсталляция и обучение на новую технику прошло безукоризненно, как и всегда. Сервисные возможности Xerox в Новосибирске проверены временем! У нас в этом большой опыт. За время работы в наших салонах побывало практически все, что поставляет компания Xerox в Россию, пожалуй, только за исключением машины iGen».

# ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ

# МЫ

**VIVASTAR**  
ТИПОГРАФИЯ EXPRESS

Типография ООО «Вива-Стар»  
[www.vivastar.ru](http://www.vivastar.ru)

Москва, Электrozаводская, 20  
(495) 780 67 05

## Apple Juice (Краснодар и Ростов-на-Дону)

Год рождения: 2012

Оборудование:

Xerox 700 (2 шт, с 2012)

Xerox Color 800 (с 2012)

Xerox Color 800 (с 2014)



Типография развивается по четырем направлениям: цифровой, офсетной, широкоформатной и флексографической печати. В штате более 150 человек, 20 из которых работают в цифровом отделе. С оборудованием Xerox познакомилась 4 года назад, когда в южном регионе остро встал вопрос о качественной цифровой печати. Лучшее на наш взгляд соотношение цены и качества оказалось именно у оборудования Xerox. Так и купили свой первый 800-й. Оборудование показывает оптимальную надежность, отвечает всем нашим запросам и требованиям наших заказчиков. Работать с Xerox — удобно.

Генеральный директор **Никогосян Артур Львович**

## Типография Mint Print (Екатеринбург)

Год рождения: 2013

Оборудование: Xerox Color 800 Press (с 2013)



Директор  
**Алексей Кузнецов**

Типографию Mint Print мы создавали «с нуля». Мы тщательно подбирали оборудование, которое могло бы ежедневно обрабатывать как десятки малотиражных заданий, так и изготавливать большие заказы в короткие сроки. В итоге нашим выбором стала полноцветная ЦПМ Xerox Color 800.

Инсталляция, обучение — на высоком уровне. Оборудование работает бесперебойно. Контрактная система сервисного обслуживания Xerox удобна и выгодна.

Реальный опыт работы показал, что оборудование обеспечивает ощутимое конкурентное преимущество за счет качества, широкого спектра запечатываемых материалов и печати прозрачным тоном. Именно поэтому основу нашей клиентской базы составляют профессионалы — ведущие РА Екатеринбурга, фотостудии и типографии.

Можно сказать, что мы на практике ощутили потребность в качественной «цифре» и, благодаря Xerox Color 800, чувствуем себя уверенно и динамично развиваемся.

## Компания Мега-Графикс (Новосибирск)

Год рождения: 1996

Оборудование: Xerox DC50 (с 1999), Xerox 6030 (с 2004), Xerox 6050 (с 2004), Xerox 4110 (с 2007), Xerox DC7000 (с 2007), Xerox 4127 (с 2009), Xerox IJP2000 (с 2014), Xerox Color 800 (с 2014)

Наше предприятие оказывает комплексные услуги на рынке оперативной и традиционной офсетной полиграфии. По количеству персонала, чуть более 20-и человек, мы относимся к малому бизнесу. С оборудованием Xerox знакомы с мая 1991 г. За прошедшее время мы научились хорошо понимать эти машины и справляемся со всеми возникающими вопросами. Сервис — вполне адекватный.

В этом году мы приобрели новый высокоскоростной широкоформатный цветной струйный принтер Xerox IJP2000, работающий по технологии Memjet. Около 70% его загрузки — проектно-строительная документация, на которой специализируется наш копияльный центр. С этой задачей устройство справляется отлично. Также планируем использовать его для рекламной широкоформатной печати.

Директор **Поляков Павел Николаевич**



## Печатный двор (Томск) iPrint (Новосибирск)

Год рождения: 2004

Оборудование: Xerox WC35 (с 2004), Xerox WC45 (с 2008), Xerox WC55 (с 2008), Xerox DC5252 (с 2008), Xerox DC8080 (с 2012 и с 2013), Xerox 700i pro (с 2013), Xerox WC35, Xerox WC45, Xerox WC55, Xerox WC5655 (с 2013)

Мы начали полиграфический бизнес с открытия в 2004 г. в Томске копияльного центра «Перекресток», где был установлен копир Xerox WC35pro. В ноябре 2005 г. купили первый DC5252 и превратились в цифровую типографию «Печатный двор». В ноябре 2008 г. запустили вторую DC5252. В сентябре 2012 г. сдали в трейдин одну из DC5252 и поставили первую в Томске и вторую в Сибири DC8080. В июле 2013 г. открыли новый офис в Новосибирске и поставили DC700i и ч/б аппарат 5655. В ноябре 2013 г. установили DC8080 в новосибирском офисе.

Мы остановили выбор на оборудовании Xerox потому, что в нашем регионе этой компанией организованы достаточный сервис и бесперебойная поставка расходных материалов. Оборудование обеспечивает ожидаемое и понятное качество, приемлемую себестоимость.

На сегодняшний день в двух офисах в Томске и Новосибирске работают около 20 человек. Наша специализация — цифровая и офсетная печать, изготовление рекламы.

Директор **Савастьянов Павел Николаевич**



# «СН.Принт: безупречное качество и гибкий подход»



**Андрей Алексеев,**  
учредитель,  
типография «СН.ПРИНТ»  
[ Москва ]

**К**огда около полутора лет назад стало известно, что компания «ВИП-Системы» стала занимать продвижением на рынок России и ряда соседних стран оборудования manroland, у многих были опасения, поскольку репутация у этой марки на тот момент была не самая лучшая: компания пережила процедуру банкротства с последующей реструктуризацией, да и предыдущий дистрибьютор уходил с рынка некорректно. Но вскоре стало понятно, что никаких опасений насчет будущего компании manroland уже нет: после реорганизации она продолжает успешно работать. Новый российский дистрибьютор взялся за дело всерьез, впрочем, здесь важна прежде всего реакция рынка. А значит, нужно было дожидаться первых реальных установок машин manroland уже нового периода, последовавшего после реструктуризации. О первой установке в России пятикрасочной печатной машины manroland 200 в московской типографии «СН.Принт» нам рассказал один из учредителей этой типографии Андрей Алексеев.

Компания работает на рынке полиграфии и рекламы с 1991 г. Начав с небольшого дизайн-бюро, за несколько лет она выросла в рекламно-производственную фир-

му полного цикла. В ее составе работает дизайн-бюро, отдел допечатной подготовки и препресса, цех офсетной печати, цех широкоформатной печати и наружной рекламы.

История типографии типична для многих небольших рекламных полиграфических предприятий: «Начиналось все еще в 90-е годы, когда, будучи журналистом-международником, я издавал газеты, которые печатались в типографии издательства «Правда», — что удивительно, практически в том же цехе, где мы сейчас находимся. Параллельно мы с коллегами начали создавать информационное агентство, но сравнительно скоро поняли, что на одной информации денег не заработаешь, и начали смещаться в область рекламы, создали еще и рекламное агентство, которое оказалось успешным».

Как пояснил Андрей, агентство уделяло много внимания качеству своих услуг. В штате были собственные художники, причем высокого класса. Это позволило компании начать активное развитие. Клиенты становились все более серьезными, заказы — все более сложными. Эти заказы переразмещались в разных типографиях, но, как всегда в таких случаях, надежность схемы была не очень высокой. Более того, «начал точить червь сомнения: мы находим клиента, делаем для него серьезную работу по дизайну, зарабатывая на этом условные 100 руб., после чего

еще 100 руб. нужно отнести в типографию, чтобы наши разработки воплотить в готовую продукцию. Тогда полиграфические услуги стоили дорого, не то что сейчас. Порой после цепочки посредников цена, которая доходила до типографии, все равно была очень привлекательной. Можно смело говорить о том, что в те годы тираж листовки 4+4 формата А4 мог стоить до 1 тыс. долл., сейчас за такой тираж удастся получить хорошо если 150 долл. В какой-то момент решили, что это неправильно, и начали приобретать собственное оборудование. Так и появилась наша типография. Первая площадка располагалась в «Экспериментальной типографии» на Цветном бульваре. С самого начала полиграфической деятельности мы следили за тем, чтобы обеспечивать максимальное качество продукции, много над этим работали, набирались опыта».

Типография начала специализироваться на изготовлении продукции элитного качества для самых крупных компаний России. В частности, среди ее клиентов была нефтяная компания «ЮКОС», ряд крупных банков (например, «Альфа-Банк») и т. д. Разумеется, требования к качеству у них были соответствующие, да и нужно было всегда что-то уникальное, в первую очередь по дизайну, конструкции, отделке и т. д. Собственно объемы печати были небольшие, и приобретенные тогда машины высокого класса,



Парк печатной техники в типографии «СН.Принт»: к имевшейся ранее малоформатной четырехкрасочной печатной машине Heidelberg Speedmaster 52 с лакировальной секцией добавился полуформатный пятикрасочный roland 200

но формата А3 типографию в то время вполне устраивали, даже для печати многостраничной продукции, хотя и приходилось работать в три смены без выходных.

Но постепенно жизнь начала меняться, особенно после кризиса 2008 г.: «Вопросы качества перестали интересовать заказчика, даже серьезного. Все стали говорить только о цене. Всем нужно было дешевле и через тендеры. Конечно, сейчас рынок стал печатать лучше, чем в 90-е, но все равно далеко не все обеспечивают тот уровень качества, который должен соответствовать уровню клиентов. И хотя нам, в общем, удалось сохранить клиентскую базу, даже пережив переезд на новую площадку, мы начали постепенно задумываться о том, чтобы приобрести новую полуформатную печатную машину».

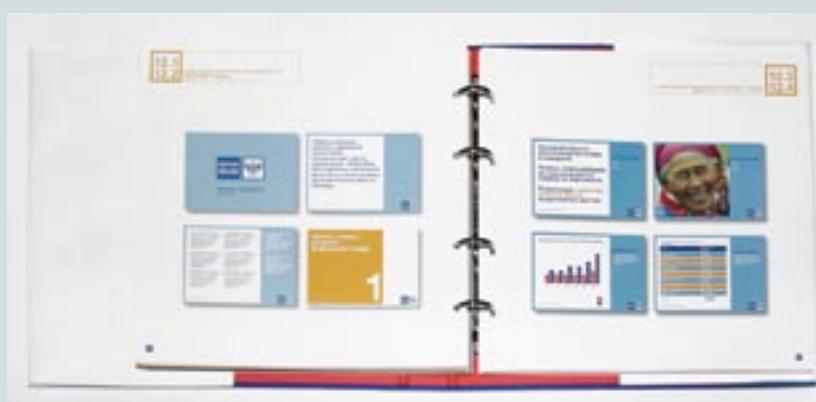
По словам Андрея, выбирали долго, пересмотрели много разного оборудования: «Как раз в момент выбора мы познакомились с компанией «ВИП-Системы», которая, в свою очередь, предложила оборудование manroland. Мы



Heidelberg Speedmaster 52



Оснащение «СШ.Принт» типично для небольшой рекламной типографии. Есть все необходимое оборудование. Особенно полезно в этой связи оказалась трафаретная печать и возможность сложного тиснения. Допечатные процессы пока еще аналоговые (избавиться от фотонабора не позволяет трафарет)



*Исторически типография печатает продукцию для самых серьезных компаний, например «Российских Железных Дорог»*



приобрести машину на очень выгодных условиях. И базовая цена была хорошей, и кредит получился льготный. В существующих условиях борьбы за цену и себестоимость это очень важно».

Надо сказать, никаких опасений при покупке машины manroland у руководства типографии не было: «На самом деле всем известно, что оборудование manroland — это элита полиграфического машиностроения. Та процедура, которую прошла компания, — по сути, смена владельца и оптимизация бизнеса. Оптимизацию, наверное, нужно было бы проводить раньше, но тут уж так получилось. А завод тот же, машины хорошие, с компанией-дистрибьютором у нас сложились хорошие партнерские отношения. Машина доставлена вовремя, смонтирована и успешно работает».

Листовая офсетная печатная машина Roland 200 с интегрированной приемкой требует

посетили завод, пообщались с руководством manroland, затем с немецким руководством компании «ВИП-Системы», и получили гарантии обеспечения сервисной поддержки. Последнее очень для нас важно. Собственно, машина manroland 200 нас полностью устроила, и мы ее в итоге приобрели. Причем на довольно интересных условиях».

Типографии «СН.Принт» удалось получить льготный кредит в одном из российских банков, которые финансируют покупку оборудования для малого бизнеса. Это оказалось очень выгодно, поскольку проценты по кредиту здесь чуть ли не вдвое ниже, чем в среднем при кредитовании в коммерческих банках (да и государственных тоже): «Для меня самого такая ситуация была удивительной, но тем не менее оказалось, что это работает. Нам удалось



*Упаковку в типографии печатают очень редко и только сложную, с большим объемом отделки*



## Великолепная приводка, даже после 500 млн оттисков

manroland sheetfed GmbH — мировой лидер в конструировании и изготовлении печатных машин, автор революционных технологий в печатной индустрии. Сегодня он фокусируется на инновационных решениях в технологиях листовой печати и предлагает все, что Вы можете ожидать от печатной машины made in Germany.

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

**Не все печатные машины одинаковые...**  
**Не все печатные машины manroland...**



«ВИП-СИСТЕМЫ»  
117638, Москва, ул. Азовская, 6, к. 3.  
Тел. +7 495 258 67 03, Факс +7 495 318 11 55  
[www.vipsys.ru](http://www.vipsys.ru), e-mail: [vipsys@vipsys.ru](mailto:vipsys@vipsys.ru)



**manroland**  
sheetfed

**WE ARE PRINT.®**



Дистанционное управление осевой, окружной и диагональной приводкой, автоматизированная смена форм, полностью автоматическая система смывки офсетных полотен и предварительная настройка подачи краски сокращают время переналадки, а специальное покрытие упрощает процесс очистки. А опция, автоматически снижающая скорость накатного увлажняющего валика во время печати, позволит выполнить качественную печать без марашек на картонах и бумагах самого плохого качества.

Приобретение машины полулистного формата в пятикрасочной конфигурации позволило типографии оптимизировать производственные затраты. Как сказал Андрей, «теперь мы может участвовать в сложных тендерах на изготовление полиграфической продукции, и если тендер честный, то мы его, как правило, выигрываем. Производственная загрузка у нас есть, и вполне приличная, хотя производительность с приобретением новой машины выросла значительно. Впрочем, мы стали замечать, что и самой рекламной продукции становится больше. Было время, когда многие крупные заказчики рекламной продукции (те же банки) решили переносить рекламу в интернет: это и проще, и дешевле, и якобы эффективнее. Но в последнее время мы замечаем, что они постепенно возвращают большие объемы бумажной рекламы, так что полиграфия пока умирать не собирается. И нам, наверное, пора подумать о дальнейшем расширении производства».



Одна из основных специализаций типографии «СН.Принт» — продукция для крупных и известных банков. Целый ряд банков заказывает здесь весь комплект «рабочей полиграфии» (листочки, приглашения, раздаточный материал, упаковку для банковских карточек и т.д.), а также представительскую продукцию: годовые отчеты, упаковку корпоративных подарков и т.д.

то же количество места, что и машины малого формата, но имеет при этом в два раза большую производительность. Система дистанционного управления подачей краски, встроенная в приемно-выводное устройство

печатной машины, совместно с автоматической настройкой сокращает время переналадки до минимума. Коррекция цвета и приводка могут быть легко выполнены прямо во время печати.

чаем, что они постепенно возвращают большие объемы бумажной рекламы, так что полиграфия пока умирать не собирается. И нам, наверное, пора подумать о дальнейшем расширении производства».