

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№5, Июль, 2018

ЦЕНОВАЯ БОРЬБА ЗАКОНЧЕНА!



ИЛИ ЕЩЕ НЕТ?

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №5 (127)-2018

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Высшая математика: пределы и интегралы в полиграфии. 2

ИНТЕРВЬЮ

Олег Красноборов, Татьяна Климова, hubergroup Rus и Федор Смирнов, «КБА Рус»
Полиграфический альянс, или Международный статус партнерства 6
Константин Клейн, «Рико Рус» и Стефан Валуцкий, «Терра Системы»
«Партнерские взаимоотношения — крайне важная составляющая бизнеса» . . 8

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография Livonia Print
«Печать любого издания по требованию становится нормой» 12
Типография «Купол»
Плата за срочность, или «Цифра» как способ улучшить сервис 16
«Любимая Типография»
Потенциал «цифровых» возможностей, или Как расширить пакет услуг . . . 22

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография Forte Press
«Высокореактивная» печать:
миграция в упаковку или параллельный бизнес? 26
Типография «Премиум Пресс»
Эксперимент с «цифрой», или Открытие резервных возможностей 30

Реклама в номере:	
Агфа	17
Альфа-Дизайн	1
ВИП-Системы	клапан, 11
ВМГ-Трейд	5
Илим	3-я обл.
ОктоПринт Сервис	клапан
Ситипринт	вкладка
Смарт-НН	29
Терра Системы	клапан, 9
Фабрика офсетной печати	вкладка
Bobst	35
Canon	15
Heidelberg	клапан, 33
hubergroup	3
Koenig&Bauer	21
Konica Minolta	19
Lamstore	31
NCL	клапан, 2-обл.
Ricoh	25
Viva-Star	36
YAM International	4-я обл.

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

Журнал «Формат»:

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

Адрес редакции:

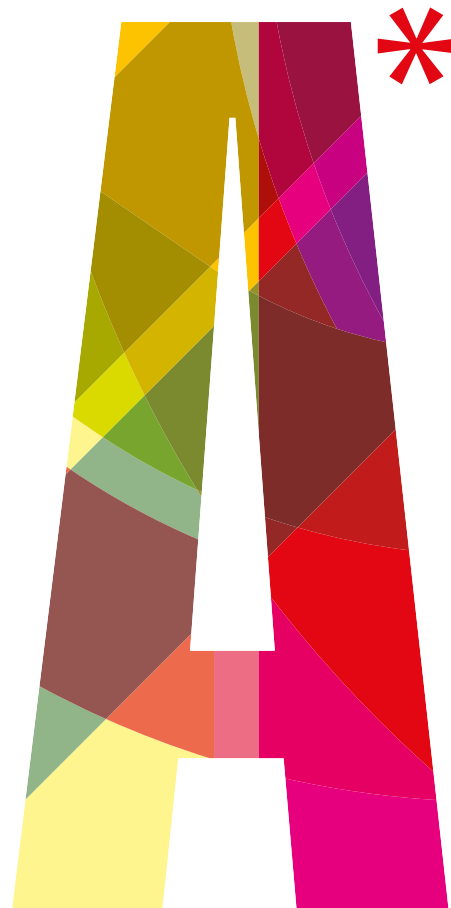
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© Издательство «Курсив»

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

ВНИМАНИЕ!

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



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

Красочно.

Полиграфия

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

Переплетно.

Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;

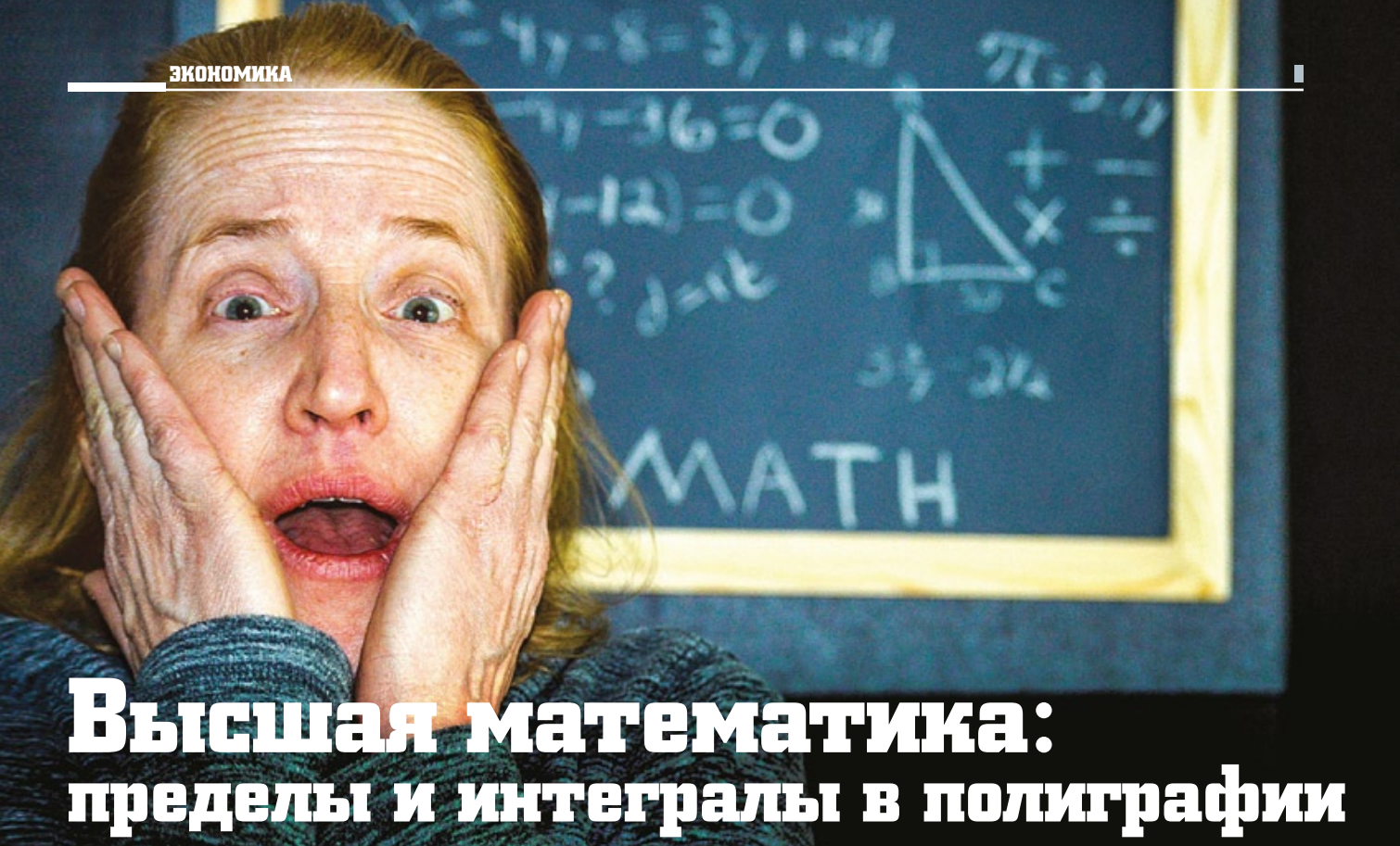
Фальцовка—«оконый фальц», микрокассеты;

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.





Высшая математика: пределы и интегралы в полиграфии

Как формируются цены на полиграфические работы? Сколько стоит производство того или иного заказа? Это те вопросы, которые каждый раз решают типографии, рассчитывая изготовление тиража. А можно ли снизить стоимость полиграфических услуг — это уже вопрос, актуальный для заказчиков печатной продукции. На этот раз мы постараемся разобраться — существует ли предельная минимальная цена на выполнение полиграфических работ и есть ли возможность ее реально получить?

Ценовое давление

Общаясь с представителями индустрии, зачастую приходится слышать о том, что ценовое давление на типографии постоянно растет и вынуждает снижать стоимость услуг по производству того или иного вида продукции, а то и интегрально всей продукции в целом. Мы еще хорошо помним времена, когда один комплект цветоделенных форм для одной страницы журнала стоил около 50 долл., а весь комплект форм для 64-страничного издания (например, нашего журнала «Курсив») — около 3 тыс. долл. Сейчас соизмеримых денег стоит все производство журнала. И таких примеров можно привести много. Были времена, когда за одну предвыборную кампанию типография окупала приобретенное для производства оборудование (а это вполне серьезные многокрасочные печатные машины с комплектом послепечатной техники). Сейчас времена другие, и стоимость полиграфической продукции стала совсем иной. Другое дело, что, по мнению заказчиков полиграфической продукции, она все равно «очень высокая».

Особенно ярко это проявляется в сегменте печати упаковки, где ценовые войны идут наиболее активно. Объяснение этому вполне понятно. Для товаропроизводителя упаковка — это затраты. И чем серьезнее товаропроизводитель, тем

Многие заказчики полиграфической продукции считают, что стоимость ее производства слишком высокая и требуют от типографий снижать цены на свои услуги. Попробуем разобраться, насколько реально можно снизить цену заказа и какие существуют механизмы, позволяющие типографиям работать с меньшей себестоимостью

объемы заказов упаковки больше и на производство тратятся более крупные суммы. Таким образом, объяснимо желание заказчиков

сэкономить средства на изготовлении упаковки, поэтому на каждом новом заказе предпринимается попытка еще немного «прогнать» типографию и еще немного снизить цены. В качестве аргумента приводятся предложение от конкурента или результаты тендера, где цена меньше. И типографии приходится цены снижать, иначе хороший клиент с большим объемом заказов может переключиться к конкуренту.

В этой связи часто возникают вопросы: насколько реально предложение конкурента и можно ли этому вообще верить? Насколько может падать цена и есть ли предел такому падению? А если есть, то как этот предел определить и высчитать, чтобы быть к нему готовым? При обсуждении случаев, когда типографии берутся печатать за меньшую цену, мелькают фразы — «ворованная бумага», «неуплата налогов» или «неумение считать» и «скорое банкротство». Следует отметить, что подобным разговорам уже лет 15, но рынок до сих пор существует. Более того, даже работают некоторые типографии, которых когда-то обвиняли в «самоубийственном демпинге». Значит, есть механизмы, которые позволяют работать с меньшей себестоимостью, чтобы иметь возможность предоставить заказчику более низкую цену.

Стоимость листопргона

Попробуем разобраться в таком вопросе, как стоимость листопргона. Это наиболее универсальное понятие в качестве общей оценки типографий. С листопргонами сталкиваются все, кто печатает тиражи, отличные от штучных, — и упаковочные типографии, и производители периодики, рекламных изданий и каталожной продукции. Речь идет о листопргоме типового формата В1 (70х100 см) в офсетной цвет-репрасочной печати. В те времена, когда в постсоветской России стали появляться первые серьезные полноцветные печатные машины, листопргон при средних или больших тиражах стоил заказчику примерно 6–8 центов (одна сторона в четыре краски). По мере распространения печатных машин цена быстро снизилась до 3,5–4 центов и на какое-то время стабилизировалась (тогда доллар стоил 30–35 руб.). То есть при том курсе стоимость листопргона составляла примерно 1 руб. Однако и сегодня ряд заказчиков настаивает на том, что листопргон должен стоить 1 руб. (и это при курсе доллара — 65 руб.!). Получается, что в долларовом эквиваленте один листопргон за последние несколько лет подешевел в два с лишним раза! При этом полиграфия в России сплошь импорто-зависима: оборудование, расходные материалы нужно покупать за валюту. Разве что зарплата и аренда помещений у типографий привязаны к рублю. В этой связи возникло желание понять, насколько реально работать при уменьшении цены в два раза и насколько еще цена может быть снижена под давлением заказчика? Конечно, это будет очень приближенная оценка, но она даст понимание того, возможно ли снижение цен в принципе или мы уже находимся на ценовом дне.

Варианты отступных

Для оценки примем, что типография печатает простую упаковку на машине формата 70х100 см. Средний тираж составляет около 10 тыс. листопргонов. На машине работает бригада из двух человек с месячной зарплатой 150 тыс. руб. (с учетом налогов). Для круглосуточной работы нужно минимум три бригады. Поме-

щение типографии (минимум 500 м²) будет стоить в месяц около 250–300 тыс. руб. (все зависит от региона, но возьмем среднее значение). Еще столько же будет стоить инфраструктура типографии (оплата труда менеджеров, бухгалтера, вспомогательных рабочих и т. д.). Печатная машина приобретена в кредит за 1 млн евро (сроком на 5 лет, ставка по кредиту 15%). Помимо машины, потребуется еще устройство для изготовления печатных форм (100 тыс. евро, кредит на 5 лет). Машина должна принести владельцу прибыль минимум 300–400 тыс. руб. в месяц, иначе это для него не имеет большого смысла. Ко всему прочему нужно еще добавить НДС и другие налоги.

Таким образом, общий объем денег, который минимально должна зарабатывать типография в месяц, составляют: оплата труда — 750 тыс., аренда цеха — 300 тыс., доход владельца — 400 тыс. и платежи за оборудование — 1,7 млн руб. Всего типография должна заработать минимум 3,3 млн руб. Эту сумму стоит увеличить еще примерно на 500 тыс., чтобы учесть непредвиденные расходы и дополнительные материалы, которые потребуются в процессе работы (пластины, краска, химия и т. д.). Следует также добавить и расходы на электричество, воду, освещение и т. д. — около 200 тыс. руб. Важно понимать, что все это — не оборот типографии, это те деньги, кото-



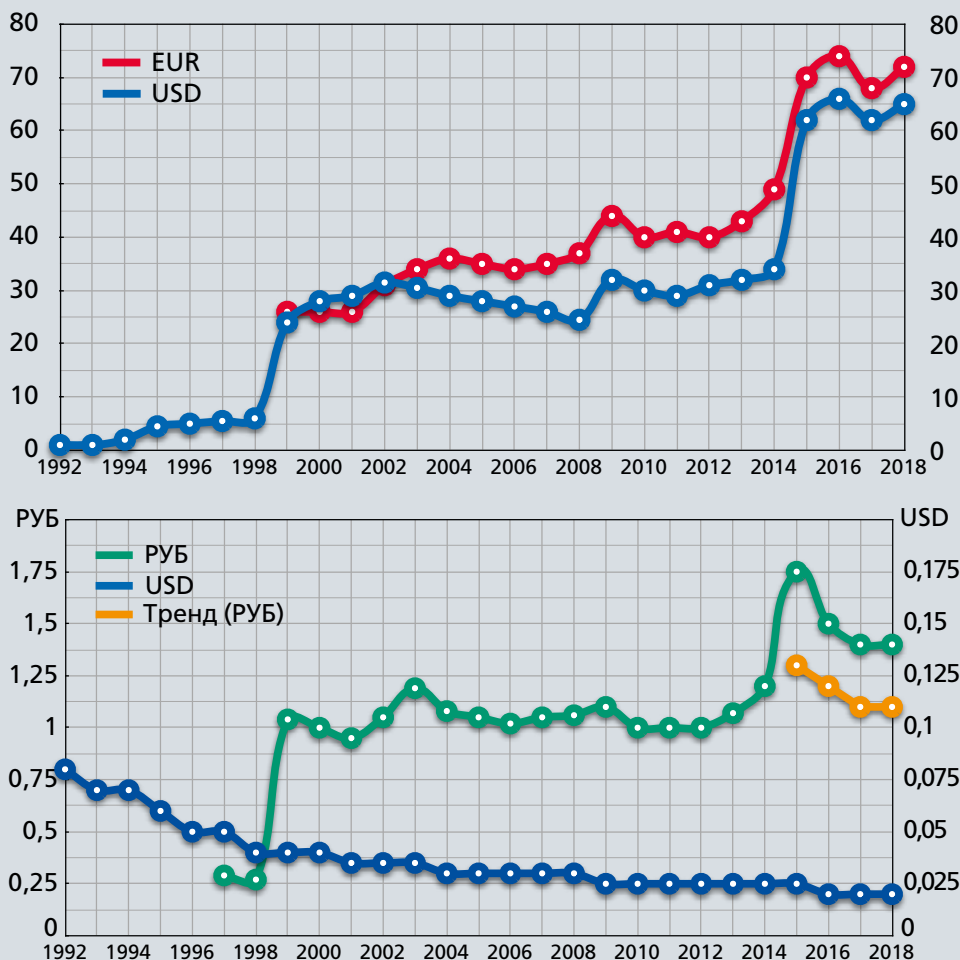
huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

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



На двух графиках показана зависимость стоимости листопрогона в рублях в России от различных внешнеэкономических факторов. Верхний график показывает изменение курса основных валют (доллара США и евро) к российскому рублю по годам (с момента развития капиталистической экономики в России и с учетом деноминации 1998 г.). На верхнем графике хорошо видны все кризисы, которые переживала Россия за эти годы. Кризисы всегда отражались резким ростом курсов основных валют. Нижний график показывает среднерыночную цену условного листопрогона в долларах США (синий график) и рублях (зеленый график). Средняя цена листопрогона в долларах постоянно плавно снижается, цена в рублях старается двигаться за курсом. Впрочем, следует отметить тот факт, что в 2009 г. рост цен в рублях практически не произошел, а затем даже продолжил падать. В 2015 г. сделать это было уже невозможно, и цена листопрогона должна была пойти за курсом. Впрочем, довольно быстро сформировался новый тренд (оранжевый график), возвращающий цену листопрогона к ставшей уже привычной за почти 20 лет цене в 1 руб. Но с учетом текущего курса это означает снижение цены еще на 15–20%

рые она должна получить за свои услуги. В частности, здесь не учитываются траты на бумагу и картон, которые увеличат сумму в несколько раз. Но для простоты примем, что на «перепродаже» картона типография не наживается (хотя в реальности это возможно).

Общую сумму в 4 млн руб. типография должна заработать при помощи печати типовых тиражей, указанных выше. Машина среднего уровня автоматизации (в России таких достаточно) будет работать на скорости 10–12 тыс. листов/ч и на приладку потратит около 40 мин. Таким образом, один типовый заказ будет изготавливаться примерно 1 ч 50 мин (добавлено время на вынужденные остановки в процессе печати, которые практически неизбежны). За рабочую 12-часовую смену типография сделает

6 типовых заказов. Таким образом, за месяц при круглосуточной работе предприятие сможет изготовить максимум 350 заказов.

Исходя из полученных результатов, можно сделать простой подсчет, который покажет, что один типовый заказ должен стоить 11000 руб., чтобы получить нужный объем денег. На самом деле теоретическое число заказов нужно сократить примерно до 300, чтобы учесть профилактику оборудования, сбои и непредвиденные остановки, которые неизбежно возникают в любой работе. В результате стоимость одного заказа должна составить около 13500 руб.

Если отбросить стоимость приладки, что бывает при длинных тиражах, то получается, что на среднестатистической машине стоимость листопрогона должна составлять не

менее 1,3 руб., или при текущем курсе доллара — 2 цента. При этом следует отметить, что редко кому удается работать непрерывно 24 ч круглый год на рабочей скорости машины. Как правило, такого плавного поступления заказов в типографии не бывает. Случаются и простои, и неполная загрузка, и сложные заказы, на печать которых приезжает заказчик, и тогда приладка вместо 40 мин длится 2 ч и больше. Так что стоимость типового заказа нужно увеличить еще на 20%. Тогда получатся более реальные цифры.

Как же в таких условиях можно выйти на стоимость листопрогона в 1 руб.? Здесь есть два пути. Первый — это серьезное расширение производства. Например, если в типографии будет не одна, а две печатные машины, то суммарные затраты не возрастут вдвое. Площадь цеха практически не изменится, бригад нужно не шесть (три на каждую машину), а достаточно пяти, выводного устройства также хватит одного, а затраты на административный аппарат вообще не изменятся. Расходников также потребуется покупать несколько меньше. Применяв простейшую арифметику, получим стоимость типового заказа уже около 9–10 тыс. руб., что больше похоже на искомое. Конечно, достичь такого будет сложно, но более-менее реально.

Другой путь в последнее время выбирают предприятия в Европе. Это, без сомнения, наиболее эффективный вариант работы и снижения себестоимости типовых заказов. В Европе приобретают машины последнего поколения, где время переналадки сокращено до 10–15 мин, а рабочая скорость составляет 16–18 тыс. отт./ч. Причем уровень автоматизации машины позволяет эксплуатировать ее на полной скорости одним оператором или тремя операторами на две машины. Нам доводилось бывать в типографиях Гер-



А если наоборот

Попробуем посчитать обратную ситуацию, когда вместо одной современной машины типография приобретет пару машин 15–20-летнего возраста. Подобные приобретения время от времени происходят, тем более что в Европе можно найти такие машины в хорошем состоянии и с небольшим пробегом. Они позволят успешно работать на скорости 9–10 тыс. отт/ч и делать приладку приблизительно за час–полтора. Возраст машины будет, конечно, сказываться, и ловить приводку окажется непросто, да и раскат краски придется долго подстраивать. Получится, что две такие машины смогут произвести 9–10 заказов в смену. Для работы на них потребуется шесть бригад печатников, а общая стоимость двух машин составит в зависимости от состояния 0,9–1,3 млн евро. Причем чем дешевле машина, тем хуже ее состояние и тем чаще она будет нуждаться в ремонтах и профилактике. Более того, чем хуже состояние машины, тем дольше на ней делается приладка и тем меньше типовых заказов в день можно будет выполнять.

Исходя их предварительных данных, можно предположить, что типовой заказ может оказаться в ценовом диапазоне 10–12 тыс. руб. с постепенным увеличением его цены по мере износа машин. То есть невысокая стоимость оборудования в принципе может пока позволить находиться на уровне рынка и даже конкурировать на нем, но дальнейшее движение вниз в ценах уже невозможно, и в перспективе типография не будет выдерживать конкуренции.

мании и Голландии, где такой подход является единственным, чтобы оставаться прибыльными в сложившихся условиях.

Такая машина, конечно, дороже той, о которой мы говорили выше. Она обойдется примерно в 1,5 млн евро. Но она более чем вдвое производительнее типовой машины. На ней в смену можно будет делать 12–13 типовых заказов, что позволит снизить стоимость заказа примерно до 7–8 тыс. руб., оставаясь при этом в прибыли. Конечно, нужно обеспечить бесперебойный приток заказов, но это во многом решается само собой — благодаря низкой цене заказчики придут сами. А если при себестоимости в 7–8 тыс. руб. установить цену за заказ в 9–10 тыс. руб., то у типографии появится еще и дополнительная прибыль.

Дальнейшее снижение цены заказа возможно при удвоении или утроении производственных мощностей. И по этому пути идут некоторые типографии, в том числе и в России. Предвидим резонный вопрос: где пределы снижения цены типового заказа и, как следствие, цены листопогона? Из сказанного можно сделать вывод, что 1 руб. — это не предел. По мере появления современных машин в нашей стране стоимость листопогона может еще снизиться. Из сделанных нами расчетов получается, что стоимость листопогона реально уменьшить до 70 коп., а в перспективе, когда появится несколько типографий с самыми современными машинами, и до 60 коп. Важно при этом понимать, что речь идет не о простом демпинге, а о продуманной ценовой политике, построенной на четком понимании своих интегральных затрат на производство. В настоящий момент таких предпосылок, на наш взгляд, еще нет. Стоимость в 1 руб., наверное, уже реальность, но вниз цена пока идти не должна. Если предположить, что в России появится много суперсовременных автоматизированных машин, то предел снижения цены листопогона видится в районе 60–65 коп. за лист формата В1. Впрочем, когда это случится и случится ли вообще — сказать сейчас сложно.

TOYOINK

Visible Science for Life



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ ФЛЕКСОПЕЧАТИ
ВЫСОКОРЕАКТИВНЫЕ УФ КРАСКИ

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



VMG

trade

Тел./факс: +7 (495) 780 01 83
www.toyoink.ru
www.vmg-trade.ru

Полиграфический альянс, или Международный статус партнерства



Олег Красноборов,
генеральный директор,
hubergroup Rus



Татьяна Климова,
технический директор,
hubergroup Rus



Федор Смирнов,
генеральный директор,
«КБА РУС»

Организация альянсов двух или нескольких компаний — довольно частое явление в мире бизнеса. Как правило, такие объединения формируются из компаний, которые не конкурируют между собой напрямую, а в идеале нуждаются в услугах или продуктах друг друга, помогая таким образом в развитии бизнеса каждой из компаний в отдельности. В полиграфии подобные стратегические партнерства не редкость. Несколько месяцев назад производитель печатных машин концерн Koenig&Bauer подписал партнерское соглашение с производителем красок и химии для печатных процессов компанией hubergroup, заменив тем самым свой бывший альянс с FlintGroup. Любопытно, что в России дочерние компании двух производителей — «КБА РУС» и hubergroup Rus — сотрудничают уже несколько лет, опередив подписание официального соглашения о партнерстве на мировом уровне. О том, как компании пришли к сотрудничеству и что им дает такое взаимодействие, мы поговорили с генеральным директором «КБА РУС» Федором Смирновым и руководителями hubergroup Rus Олегом Красноборовым и Татьяной Климовой (которые также являются руководителями компании «ОктоПринт Сервис», известным в нашей стране поставщиком расходных материалов для полиграфии).

Ф: Расскажите, как вы пришли к взаимному сотрудничеству и сколько лет вы уже работаете вместе?

ФС: Нашему партнерству с компанией hubergroup Rus уже почти три года. Состоялось оно в связи с тем, что нам как поставщику печатного оборудования нужен был надежный партнер, который бы мог обеспечивать нас и наших

клиентов необходимыми расходными материалами надлежащего качества. Дело в том, что для каждого запуска новой печатной машины, которая монтируется на производстве нашего заказчика, в обязательном порядке нужен комплект расходных материалов, чтобы провести пробную печать и показать, что машина работает как положено. Сама компания «КБА РУС» расходными материалами не занимается. Поэтому, чтобы успешно выполнить запуск оборудования, нам необходима поддержка поставщика полиграфических материалов для печати, которую мы нашли в лице компании «ОктоПринт Сервис»/hubergroup Rus.

ОК: Мы, разумеется, были рады, когда компания «КБА РУС» обратилась к нам с предложением поставлять стартовые комплекты материалов для запуска печатных машин. У нас обширная линейка расходных материалов. Все, что может теоретически понадобиться клиенту для запуска новой машины (краски, лаки, химия, резина, смывки и т. д.), — у нас всегда есть на складе в нужном ассортименте. Более того, мы хорошо знаем, как с этими материалами работать.

Ф: А в чем суть мирового контракта Koenig&Bauer и hubergroup?

ТК: Контракт предполагает, что расходные материалы hubergroup становятся рекомендуемыми для работы на машинах Koenig&Bauer. Их использова-

Компании Koenig&Bauer и hubergroup договорились о международном стратегическом сотрудничестве по традиционным листовым офсетным краскам. Это означает, что концерн Koenig&Bauer рекомендует владельцам своих машин использовать краски производства hubergroup, что позволит типографиям получить печатный продукт стабильно высокого качества

ние гарантирует получение наилучших результатов. Материалы **hubergroup** раньше были в списке «возможных» к использованию, то есть владелец печатной машины Koenig&Bauer мог их выбрать для применения на своем оборудовании. Теперь расходные материалы **hubergroup** приобрели статус «рекомендуемых».

ФС: Теперь в демо-центре компании Koenig&Bauer тестовая печать проводится с использованием именно этих материалов. Не так давно в Радебойле был день открытых дверей, где все демонстрационные работы печатались красками **hubergroup** с низкой миграцией, предназначенными для контакта с пищевыми продуктами. В том числе были выполнены работы по печати продукции с широким цветовым охватом в семь красок.

ТК: Это довольно любопытная разработка, построенная на процессе цветоделения от компании Esco. Имея машину с семью печатными секциями и семь базовых красок, можно печатать продукцию с цветами Pantone без смывки машины и без использования специальных цветов. Можно даже собрать на одном листе продукцию с разными цветами Pantone и печатать их все сразу. Подавляющее число цветов Pantone при таком семицветном синтезе успешно воспроизводятся. Это очень удобно для печати упаковки сборными тиражами. У **hubergroup** есть краски для такого способа печати. И в Радебойле демонстрировали подобные возможности.

ФС: Как строится взаимодействие Koenig&Bauer и **hubergroup** в России?

ФС: Когда мы начинали работать с **hubergroup**, то, по сути, шли «не в русле» самого концерна. На тот момент действовал контракт с FlintGroup, и мы должны были бы работать с ними. Но когда поняли преимущества сотрудничества с **hubergroup**, решили «пойти своим путем». Нам пришлось выдерживать давление и со стороны руководства концерна, и со стороны FlintGroup. Но наше непосредственное начальство понимало особенности работы в России, и нам «разрешали» работать «по-своему», что, как мне кажется, дало определенный результат.

ОК: Так получилось, что мы, можно сказать, угадали направление развития бизнеса обеих компаний. На мировом уровне наше сотрудничество пока ограничивается материалами для традиционной (масляной) печати, а, например, для УФ-печати у Koenig&Bauer — другие партнеры. В России наши отношения намного шире и покрывают не только УФ-печать, но и все расходные

материалы, которыми мы занимаемся. К альянсу мы пришли на три года раньше, чем головные компании, и взаимодействие по многим продуктам нами уже налажено. Более того, мы одинаково смотрим на работу на рынке. Наша совместная активность уже давно переросла простые поставки «стартовых комплектов». Мы вместе проводим семинары по всей стране, являемся организаторами общероссийского полиграфического форума и всячески стараемся помогать друг другу...

ТК: В частности, нашу технологическую поддержку иногда привлекают на запуски оборудования, и даже были случаи, когда потенциальные клиенты Koenig&Bauer приглашали наших технологов на демонстрационную печать в Радебойль, чтобы понять и учесть все особенности сложных тестов, которые там проводились, и затем полноценно воспроизвести их в России. Такое тесное сотрудничество получается выгодным всем вовлеченным сторонам.

Российскому партнерству двух компаний уже почти три года и оно распространяется на весь ассортимент расходных материалов hubergroup

ФС: То есть и на этапе запуска машин, и даже на уровне принятия решения об их покупке уже можно получить консультацию профессиональных технологов?

ФС: У нас есть определенный алгоритм сдачи машины заказчику. Для этого на ней печатаются тесты, которые должны соответствовать нормам, прописанным, например, в стандарте Fogra. И наша сервисная служба, и наши демонстрационные печатники это обеспечивают. Но очень часто бывает так, что заказчик хочет печатать более сложные сюжеты, выходит за рамки простого соответствия нормативам Fogra. Тогда мы приглашаем профессиональных технологов из «ОктоПринт Сервис» и стараемся этот вопрос урегулировать совместно.

ТК: Для нас, в свою очередь, такая совместная работа — это серьезный задел на будущее. Когда заказчик видит, что мы совместными усилиями можем обеспечить ему тот результат, который он хочет получить, у нас появляется реальный шанс стать для него поставщиком материалов, что является нашим основным бизнесом. Сейчас на рынке немало компаний, которые готовы поставлять расходные материалы для по-

лиграфии. Мы отличаемся от многих из них именно тем, что можем обеспечить необходимый заказчику результат, а не просто «поставить партию краски подешевле». Это дает нам также возможность «входа» к тем клиентам, которые ранее не готовы были с нами работать. Многие наши материалы «работают сами на себя». Их качество таково, что, попробовав их использовать, типографии переходят на них потому, что нравится... Но нужно иметь аргумент, чтобы попробовать в первый раз.

ОК: Совместная работа в альянсе позволяет к тому же исключить перекладывание ответственности. Довольно часто встречается ситуация, когда если что-то идет не так, то либо печатная машина оказывается плохая, либо материалы нехорошие. У нас с «КБА РУС» таких случаев не бывает, мы несем совместную ответственность перед клиентом.

ФС: Получается, что вы помогаете друг другу продавать?

ФС: В какой-то степени да. Мы, конечно, знаем многие типографии на рынке, но далеко не все. Порой на совместных семинарах мы встречаемся с новыми для нас полиграфическими компаниями, и, возможно, они когда-то станут нашими клиентами. Мы хотим развить и углубить эти взаимоотношения. Ни для кого не секрет, что материалы типографии покупают регулярно, а печатные машины довольно редко. Поэтому мы не всегда хорошо знаем, что происходит у той или иной типографии, в каком она состоянии, как развивается. «ОктоПринт Сервис» как поставщик расходных материалов глубже знаком с рынком и чаще всего знает ситуацию изнутри. И это позволяет нам более детально изучать рынок и стремления типографий.

ТК: Для нас важен тот факт, что рекомендации «КБА РУС» по выбору расходников являются аргументом для многих типографий в пользу применения наших материалов. Более того, теперь непосредственно в системе управления печатной машиной появилась возможность отсканировать штрих-код с банки краски, которую зарядили в машину, и в системе сохранится не только название краски, но и номер партии. Для нас это очень важно, поскольку, если возникнет рекламация по краске, то заводу эта информация весьма пригодится. Так что наше взаимодействие выгодно каждой стороне. Особенно теперь, когда оно приобрело официальный международный статус.

ОК: Российский прецедент получил международное развитие. Такого еще не было...

«Партнерские взаимоотношения — крайне важная составляющая бизнеса»



Константин Клейн,
генеральный директор,
«Рико Рус»
[Москва]



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

Во время проведения выставки Printech 2018 компании Ricoh и «Терра Системы» объявили о подписании соглашения о стратегическом партнерстве, на основании которого «Терра Системы» получает все права в области продвижения, продаж и сервисной поддержки цифровых печатных машин Ricoh серии PRO на всей территории Российской Федерации. Здесь нужно отметить, что подобное соглашение (между производителем цифрового печатного оборудования и успешно работающей на рынке компанией-поставщиком полиграфических решений) — не первое в нашей стране, что дает право говорить о тенденции. Если учесть, что у компании Ricoh есть мировое стратегическое партнерство с Heidelberg, которое распространяется и на Россию, то заведомо возникает ряд вопросов, которые мы решили задать генеральному директору «Рико Рус» Константину Клейну и генеральному директору компании «Терра Системы» Стефану Валуйскому.

Ф: Как нам известно, у компании «Рико Рус» уже есть ряд партнеров в России, в том числе и тех, которые работают на полиграфическом рынке. Почему решили завести еще одного?

КК: Партнеров может быть много, но хороших партнеров никогда много не бывает. Подписание соглашения с

компанией «Терра Системы» — это как раз тот случай. Я очень надеюсь, что мы станем хорошими партнерами, которых так всегда не хватает. На самом

Компания «Терра Системы» в результате подписания соглашения о стратегическом партнерстве с компанией Ricoh получает все права в области продвижения, продаж и сервисной поддержки цифровых печатных машин Ricoh серии PRO на всей территории Российской Федерации. В результате клиенты обеих компаний получают интегрированные решения как для офсетного, так и цифрового бизнеса

деле могу отметить два очень важных для нас момента в выборе партнера. Во-первых, на полиграфическом рынке большое значение имеет репутация

компании, которая нарабатывается годами, и «Терра Системы» находится на хорошем счету. Во-вторых, из предварительного общения стало понятно, что на многие вещи в плане ведения бизнеса мы смотрим одинаково. И это позволяет надеяться на то, что у нас многое может получиться.

Ф: Что положительного в данном партнерстве можно отметить для компании «Терра Системы»?

СВ: До любого партнерства, конечно, нужно дорасти. Когда наша компания только начинала свои шаги на рынке, нам приходилось прикладывать большие усилия для того, чтобы на нас обратили внимание. Сегодня «Терра Системы» является одним из серьезных игроков на полиграфическом рынке, у нас есть понимание «своих клиентов», существует много клиентов, которые нам доверяют и готовы с нами работать. Кроме того, мы следим за теми событиями и тенденциями, которые происходят на полиграфическом рынке, и пониманием, что значение цифровой печати возрастает, и многим нашим клиентам «цифра» нужна. Теперь мы можем ее предложить своим заказчикам.

Ф: Стефан, ваша компания работает на рынке традиционной офсетной печати. Насколько все же вашим клиентам будет актуальна «цифра»?

СВ: На самом деле тенденция уже некоторое время хорошо прослеживается. Сейчас у наших офсетных клиентов потребность в цифровой печати высока. И не только для того, чтобы изготавливать простые заказы вроде визиток. Как правило, все серьезные типографии очень внимательно считают свои затраты, стремятся оптимизировать бизнес. И цифровая печать здесь очень хорошо помогает. Не имея возможности предлагать клиентам решения в области цифровой печати, мы начинаем их упускать, так как не можем полностью покрыть существующие потребности в полиграфических решениях, что я считаю очень неправильным. Поэтому мы думали о выходе на рынок решений в области цифровой печати и стали искать варианты сотрудничества с компанией, цифровые решения которой нам покажутся более перспективными.

Ф: Константин, насколько мы знаем, ГК «Терра Принт» некоторое время

работала с Ricoh, но в лице другой компании — «Терра Принт Про». Почему вы решили перевести всю работу на «Терра Системы»?

КК: Да, мы действительно уже некоторое время работали с компанией «Терра Принт Про», но так получилось, что на ведение бизнеса мы смотрим немного по-разному. В связи с этим мы с владельцами ГК «Терра Принт» начали задумываться о способах усовершенствования нашей работы. В итоге нами был найден тот вариант, о котором мы сейчас говорим и который мне очень импонирует. Я рад, что так получилось.

Ф: А в чем вы видите разницу в сотрудничестве?

КК: В прежней форме сотрудничества компания «Терра Принт Про» являлась, с моей точки зрения, дистрибьютором нашего оборудования. Сама по себе дистрибьюторская схема была разработана для компаний, которых можно условно назвать «продавцами коробок». У компании Ricoh такой бизнес тоже есть, и мы в нем очень заинтересованы, но на полиграфическом рынке, мне кажется, так невозможно добиться успеха. Нужно очень глубоко погружаться во все аспекты жизни типографий и постоянно искать пути совершенствования нашего совместного бизнеса. Здесь как раз нужно

говорить о том, что у нас с типографиями действительно совместный бизнес. Чем больше они печатают, тем больше зарабатывают, но и мы тоже от этого больше зарабатываем. Поэтому нам нужен партнер, который не просто продаст очередную единицу техники, а будет очень глубоко погружен в бизнес типографии. Продавать нужно не оборудование, а решения. В первую очередь, решения по зарабатыванию денег, по созданию бизнеса. И в лице компании «Терра Системы» мы такого партнера нашли. На мой взгляд, у них есть все необходимые для такой работы компетенции. При этом я бы хотел поблагодарить компанию «Терра Принт Про» за плодотворное сотрудничество, проделанный ими объем работы и достаточно заметное количество успешных инсталляций цифрового оборудования Ricoh в России.

Ф: Стефан, вы также смотрите на свои задачи в плане продвижения Ricoh?

СВ: Компания «Терра Системы» и была создана по такой схеме, о которой говорит Константин. В нашем ассортименте множество продуктов, которые невозможно продавать как «коробку». Например, наши решения в области УФ-печати высокорезактивными красками — это целый комплекс товаров и услуг, которые очень точно привязаны и

адаптированы под задачи конкретной типографии. Что касается оборудования Ricoh, то наши коллеги из компании «Терра Принт Про» сделали, на самом деле, очень много в плане его продвижения на российском рынке. Были успехи, причем серьезные, на мой взгляд. Но просто общий подход к бизнесу «как дистрибьютор», видимо, сдерживал потенциал, которым обладает бренд Ricoh, и именно поэтому было принято общее решение изменить подход к работе.

Ф: Правильно ли мы понимаем, что компания «Терра Системы» становится не только продавцом, но и сервисным партнером Ricoh?

СВ: Да, причем мы хотим стать заметным сервисным игроком на этом рынке. Мы сейчас активно начинаем заниматься данным вопросом. Но нам кажется важным, чтобы понятие «сервис» воспринималось шире, чем просто «ремонт оборудования». Мы хотим, чтобы к нам обращались за решениями. Решениями самыми разными, по самым разным видам полиграфической продукции, причем как в области цифровой печати, так и в области интеграции офсета и «цифры».

КК: Сервис действительно можно воспринимать по-разному. Но для начала хочу поговорить о сервисе в понима-



ECO LED-UV

Светодиодные сушки из Китая

520 mm

от 35 000\$

750 mm

от 42 500\$

920 mm

от 47 500\$

1050 mm

от 55 000\$

T

TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин

+7 (495) 120-27-82





Генеральный директор «Терра Системы» Стефан Валуйский и генеральный директор Ricoh Константин Клейн подписали соглашение о стратегическом партнерстве

нии «ремонт». Мы очень много вкладываем в это направление, и могу сказать, что у нас очень хороший сервис в России, возможно, лучший. Во всяком случае ряд партнеров, которые имеют опыт работы с нашими конкурентами, говорят об этом явно. Мы стремимся к тому, чтобы у потенциального покупателя цифровой печатной машины одним из аргументов был следующий: «Мы хотим купить машину Ricoh, потому что у них самый лучший сервис». В отношении же партнеров у нас очень открытая позиция. Если партнер готов развивать сервис постепенно (поначалу брать на себя только часть сервисных функций), то мы всегда его поддержим и поможем. Главное для нас, чтобы пользователь машин Ricoh был доволен. Если партнер хочет развивать сервис активно, то и тут мы можем обучить инженеров, обеспечить склад запасных частей и т. д. Наша задача — максимально помогать и способствовать развитию, но при этом и контролировать результаты. Нельзя допустить ситуацию, что сервис будет плохим, потому что партнер не справился. Впрочем, и обратная ситуация тоже возможна, когда наш партнер контролирует наш сервис. А вот что касается сервиса в более широком смысле, то мы стремимся к тому, чтобы создать вокруг заказчика некую «среду», способствующую развитию его бизнеса. И вот в этом нам очень нужна помощь партнеров, которые сами глубоко погружены в полиграфический бизнес и имеют здесь наработанный опыт.

Ф: Стефан, а кого вы видите своим клиентом на цифровую печать? Может быть, есть уже какие-то проекты?

СВ: Начнем с того, что у нас сейчас есть ряд проектов, которые перешли к нам из компании «Терра Принт Про» и по которым мы уже ведем активную работу, но если говорить стратегически, то в данный момент мы также готовим программу в области продвижения промышленных решений от Ricoh на российском рынке. Причем наша активность будет отличаться в зависимости от того, к какому клиенту мы идем: у офсетных типографий — свой интерес к цифровой печати, у цифровых типографий — совсем другой. Нельзя ко всем подходить с одним единым решением. Более того, совместно с Ricoh мы планируем проводить мероприятия и бизнес-туры, которые будут способствовать продвижению и офсетных решений, и наших совместных цифровых. Ближайшее, кстати, такое мероприятие уже намечено в октябре.

КК: Есть еще ряд аспектов бизнеса, которые пока в начальной стадии. Например, цифровая рулонная печать. У Ricoh есть соответствующее оборудование, и весьма неплохое. Но мы

понимаем, что прежде чем всерьез начать его продвигать в России, нам нужно себя еще серьезно «прокачать». Мы этим занимаемся, но пока не готовы выходить на рынок и заявлять, что мы — серьезные игроки на рынке рулонной цифровой печати. В этом плане наличие у нас партнера в лице компании «Терра Системы» будет способствовать тому, что совместными усилиями мы сможем сдвинуться в данном направлении.

Ф: В продолжение темы следует вспомнить, что у Ricoh есть и другие решения и технологии: печать по текстилю, широкоформатная печать и т. д. Будет ли «Терра Системы» заниматься этими направлениями?

СВ: Когда мы подписывали соглашение о партнерстве, то в первую очередь имели в виду популярные решения в области листовой печати. Нельзя сразу браться за все, на мой взгляд. Даже рулонная печать пришла на ум чуть позже, с пониманием того, что нам это может быть интересно. В перспективе мы, безусловно, хотели бы расширить поле нашего сотрудничества. И я очень надеюсь, что со временем мы к этому придем.

КК: Мы в этом тоже заинтересованы. У нас много примеров, когда наши партнеры, начав работать с одним из наших направлений, через некоторое время осознают, что им интересны и другие продукты Ricoh. В результате мы совместно принимаем решение о расширении сотрудничества. Прецеденты такие есть.

Ф: У компании Ricoh в мире и в России есть серьезный полиграфический партнер — компания Heidelberg. Не осложнит ли появление нового партнера отношения Ricoh и Heidelberg в России?

КК: Я в этой связи готов сделать программное заявление: для компании Ricoh партнерские взаимоотношения — крайне важная составляющая бизнеса. Успехи партнеров для нас — первостепенная задача. И я как руководитель Ricoh в России буду всячески защищать клиентов одного партнера от другого. Но мне кажется, что у Heidelberg и у «Терра Системы» партнеры в России немного разные, и они не всегда пересекаются. В России достаточно много типографий и других печатающих организаций, поэтому я не думаю, что наши партнеры будут часто пересекаться на одном и том же клиенте. Но если это все же произойдет, я буду оперативно решать этот вопрос. При этом могу сказать, что мы очень дорожим партнерством с Heidelberg. Эта компания помогла и помогает нам активно двигаться именно в полиграфическом направлении. Когда в Японии я общался с разработчиками наших печатных машин, мне рассказали, «как много крови выпил у них Heidelberg», требуя обеспечить качество печати, достойное лучших офсетных типографий. Зато теперь на наших машинах можно успешно печатать самую сложную полиграфическую продукцию. Мы очень серьезно относимся к партнерским взаимодействиям. Я считаю, что партнерство — это не статичное состояние. Объединив существующие ресурсы двух компаний, это лишь малая часть того, что может вырасти из совместного развития. Сейчас мы с «Терра Системы» находимся в самом начале пути. Объединить наши возможности сразу непросто, как и смешать воду и масло. Но в ближайшей перспективе мы хотим вместе приходить к клиентам с целым комплексом решений в области как печати, так и послепечатных технологий, и программных средств, и, возможно, еще чего-то, что может родиться в совместном развитии...

Ф: Заметим, что полиграфия — это как раз про смешивание воды и масла. На этом она и строится. Начало работы многообещающее...

КК: Попробуем вернуться к этой теме через год–полтора... ■



ProServ 360°: Максимальная производительность

Объедините печатную машину Roland 700 *EVOLUTION* с сервисным пакетом ProServ 360° и получите максимальную эффективность печати и гарантию работоспособности машины с высочайшей производительностью. Это обеспечит самый быстрый возврат инвестиций.

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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



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



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

«Печать любого издания по требованию становится нормой»



Марк Фрайтаг,
директор
по развитию направления
цифровой печати,
типография Livonia Print
[Латвия, Рига]

В последних числах мая группа российских издателей и полиграфистов отправилась в Ригу, чтобы посетить типографию Livonia Print, которую хорошо знают книгоиздатели и полиграфисты не только в Латвии, но и далеко за ее пределами. Для кого-то она надежный полиграфический партнер, для кого-то — неудобный конкурент, отбирающий заказы на печать книжной продукции.

Мощное производство

«Мы не самая дешевая книжная типография в Европе, — пожимал плечами директор по развитию направления цифровой печати Livonia Print Марк Фрайтаг (Marc Freitag), когда гости спросили его, чем компания заслужила такую репутацию. — Просто мы стремимся обеспечивать хороший сервис каждому заказчику, а он, в свою очередь, становится постоянным клиентом и делится положительным опытом совместной работы с коллегами, что обеспечивает нам приток новых заказов».

Увидев масштабы производства Livonia Print, начинаешь думать, что Марк не преувеличивает. Стартовав с чистого листа 10 лет назад, владель-

цы предприятия выстроили мощное офсетное производство, укомплектованное несколькими многокрасочными машинами Heidelberg (более 50 печатных секций, в том числе VLF-формата), а также впечатляющим количеством финишных линий Muller Martini. За 2017 г. оно выпустило более 40 млн книг (из них 70% в твердом переплете), которые были отправлены заказчикам не только из Латвии, но и из Дании, Финляндии, Германии и других стран северной части Европы.

Цифровое подразделение

«Несмотря на хорошую загрузку в прошлом году в структуре Livonia Print заработало подразделение цифровой



Российская делегация возле входа на производство Livonia Print



В прошлом году в структуре типографии Livonia Print появилось цифровое подразделение для производства малотиражной продукции. Цех оснащен цифровыми печатными машинами Canon. На фото: две ЦПМ VarioPrint i300 с технологией праймирования материала ColorGrip, а также новыми чернилами iQuarius MX для печати на мелованных бумагах. Для гостей типографии была проведена демонстрация конструктивных возможностей оборудования



Листовая тонерная машина Canon imagePRESS C10000VP

печати. «Все поменялось, — объяснял Марк. — Раньше издатели принимали решения на основе своего опыта и прогнозов сбыта и тратили значительные средства на печать и хранение больших тиражей, часть которых (до 30% по отдельным изданиям) регулярно возвращалась непроданной и подлежала утилизации. Теперь решения принимаются на основе данных в режиме реального времени, а это значит, что в производство уходит минимально необходимый тираж, который почти гарантированно продается — затраты издателя при этом минимально необходимые. Печать любого издания по требованию становится нормой. Это минимизирует риски издателей и других участников цепочки, но при этом ведет к серьезной перестройке производственной части на стороне типографии».

Для работы в новых реалиях Livonia Print требовался цех цифровой печати, который был запущен в апреле 2017 г. Как и офсетное производство, он обслуживает исключительно издательства, предлагая им услуги по оперативному изготовлению малотиражной продукции. Для нового направления руководство компании выбрало оборудование компании Canon. На отдельной площадке установлена рулонная струйная цифровая печатная машина Océ ColorStream 6500 (1+1), две новейшие листовые струйные ЦПМ Océ VarioPrint i300, листовая тонерная машина Canon imagePRESS C10000VP, а также линейка послепечатной техники Heidelberg, Muller Martini и Hunkeler. За время, прошедшее с момента запуска, здесь было отпечатано более 200 тыс. книг. Это немного — стартовали все-таки с нуля всего год назад, но сейчас загрузка растет и в компании уже думают об установке третьей VarioPrint i300 — на этих машинах здесь печатаются полноцветные книги тиражами 500–700 экз.

Критерии выбора

VarioPrint i300 — достаточно большая машина, при том, что максимальный формат листа равен 500x353 мм. В этой связи был задан логичный вопрос о причинах выбора именно этой модели, а не более компактных и дешевых тонерных машин формата SRA3. Отвечая на него, Марк объяснил, что основными техническими аргументами в пользу данной модели стали технология праймирования материала ColorGrip, а также новые чернила iQuarius MX, которые позволили печатать с расширенным цветовым охватом на более чем 600 видах мелованных бумаг плотностью до 300 г/м² со скоростью до 300 А4/мин. На практике это означает, что Livonia Print может печатать книгу как на цифровых, так и на офсетных машинах, используя одну и ту же бумагу и получая идентичное качество. Это важно в случае опера-



На рулонной струйной цифровой печатной машине Océ ColorStream 6500 печатают блоки черно-белых изданий тиражами до 1200 экз. Машина интегрирована в линию с послепечатным оборудованием Hunkeler

тивного изготовления пилотной партии основного тиража, при допечатке, а также при выпуске репринтов, которые обязательно должны быть отпечатаны на той же бумаге, что и основной, офсетный тираж.

Второй не менее важный аргумент — финансовый. Марк Фрайтаг утверждает, что себестоимость печати на машине VarioPrint i300 более чем в три раза ниже, чем на тонерном оборудовании сравнимого класса. Очевидная выгода здесь — возможность предложить издателям более конкурентные цены на изготовление книжной продукции.

Руководитель отдела коммерческой печати российского подразделения компании Canon Максим Метленко отметил, что с момента старта продаж VarioPrint i300 в 2016 г. в мире было установлено более 140 машин, из которых 65 — в регионе EMEA. В среднем, каждая машина печатает 2 млн листов/мес., максимальный зарегистрированный результат — 8,5 млн, хотя по расчетам можно делать до 10 млн. При этом uptime машины превышает 92%, что является очень хорошим показателем.

В России VarioPrint i300 уже продается, причем Canon ориентирует машину, главным образом, на рынок печати рекламно-представительской полиграфии. Потенциальный покупатель сможет выбрать конфигурацию с прежними чернилами iQuarius MP для печати на немелованных материалах или с новыми iQuarius MX — для «меловки». Напомним, что подробный обзор данной модели был опубликован в журнале «Курсив» №2-2018.

Что касается рулонной машины Océ ColorStream 6500, то в Livonia Print на ней печатают блоки черно-белых изданий тиражами до 1200 экз. Это, кстати, одна из самых популярных моделей в портфолио рулонных машин Océ — в мире установлено



Производственная площадка Livonia Print оснащена впечатляющим количеством финишных линий Muller Martini и линией послепечатной техники Heidelberg



более 1400 машин серии ColorStream, из которых 550 работает в ЕМЕА. Одна из них в конце 2017 г. была запущена в московской типографии «Паблит» (см. журнал «Курсив» №3-2018).

Издательская IT-платформа

«Самый большой вызов в сегменте малотиражной цифровой печати книг — это настройка эффективного администрирования большого количества маленьких заказов, — отметил Марк Фрайтаг. — В офсетном производстве 20% времени тратится на администрирование заказа (просчет, прием, проверка и т. д.), а остальное — на производство, но в «цифре» ситуация диаметрально противоположная. Мы понимали, что для эффективной работы нам потребуется создать мощную IT-платформу, а также организовать умное производство с высокой степенью автоматизации, что позволит издателям заказывать книги экономически эффективно вне зависимости от продукта, размера заказа или времени доставки».

Разработке собственной издательской IT-платформы в Livonia Print уделили самое пристальное внимание. Величину затрат Марк Фрайтаг не назвал, отметив лишь, что для выполнения работ была нанята молодая команда разработчиков, которая сегодня продолжает совершенствовать и развивать платформу, получившую название The Publisher PORTAL. Вместо шаблонов (template based approach) платформа использует объектно-ориентированный подход. Объектом в данном случае выступает книга. Для ее производства нужно решить ряд «задач» — это делает оборудование. При оформлении заказа клиент указывает его параметры, в результате чего автоматически формируется техническое описание заказа. Далее загружается pdf-файл (весь контент хранится в облаке), который автоматически проверяется, после чего система дает заказчику обратную связь. Марк называет это обучающим аспектом и уверяет, что он очень важен, так как клиент всегда должен понимать, что он сделал не так и как это исправить. После успешной загрузки указывается тираж, а также способы и условия доставки готового заказа. Возможность выбора технологии печати, статьи, клиенту не предоставляется. «Издатели требуют, чтобы качество «цифровой» и «офсетной» книги было идентичным. Мы это обеспечили, поэтому в выборе просто нет смысла», — пояснил Марк.

Новые принципы работы

Цифровая модель работы предполагает полный отказ от телефона. Это непривычно — приходится ломать устоявшиеся принципы работы — но необходимо для автоматизации процесса. Главная цель, которую преследуют на цифровом участке Livonia Print — это эффективное производство полностью готовой книги из одного pdf-файла без каких-то ограничений и остановок технологического процесса. Чтобы такая схема заработала, кроме платформы по приему заказов, типографии необходимо полностью интегрировать имеющееся оборудование в интеллектуальную систему управления рабочим процессом, поэтому сейчас, в дополнение к порталу, программисты разрабатывают новую информационно-управляющую систему (MIS).

«Цифровизация всех процессов подразумевает 100%-е переосмысление всего, что было сделано в прошлом, — убежден Марк Фрайтаг. — И здесь нет волшебной формулы или готового рецепта (готового коробочного продукта — прим. ред.). Нужно искать и/или разрабатывать решения, интегрировать их и т. д. И это постоянный процесс, в течение которого вы будете непрерывно анализировать, исследовать и улучшать свой продукт».

БОЛЬШЕ СКОРОСТЬ, ЛУЧШЕ КАЧЕСТВО, ВЫШЕ ПРИБЫЛЬ

VarioPrint — листовые печатные машины, которые обеспечивают лидирующую на рынке скорость монохромной печати, создают отпечатки впечатляющего качества и используют инновационные технологии, минимально воздействующие на окружающую среду.

- Стабильная скорость печати от 117 до 330 стр/мин*
- Межсервисный интервал — от 1,5 млн оттисков
- Идентичные оттиски во всем тираже
- Точное совмещение изображения при двухсторонней печати
- Плавные градиенты
- Качественная печать на мелованных и текстурных носителях
- Печать без выделения озона
- Отсутствие потерь в виде отработанного тонера



Canon

* Скорость печати зависит от модели.

www.canon.ru/varioprint

8 800 700 28 19

Плата за срочность, или «Цифра» как способ улучшить сервис



Александр Середин,
совладелец
типографии «Купол»
[Тверь]

На полиграфическом рынке бытует мнение, что цифровая печать заменит собой малоформатный офсет. Однако пример типографии «Купол» говорит о том, что речь идет не о замене, а об успешном сосуществовании двух видов печати. О том, как выстраиваются бизнес-процессы в типографии, работающей на рынке уже 15 лет, нам рассказал совладелец типографии Александр Середин.

«Бумажная» компания

Бизнес будущего предприятия «Купол» начался в 2003 г., причем довольно оригинально. «На первых порах мы были «бумажной» компанией, — рассказывает Александр. — Считали, впрочем, тогда, что идем в этот бизнес ненадолго... Мы скупали на полиграфических предприятиях отходы бумаги (остатки на рулонах, срывы, отбраковку), нарезали ее на офисные и цифровые форматы (в основном А4 и А3) и продавали небольшим полиграфическим предприятиям. В нашем городе существовало немало крупных полиграфкомбиатов, где можно было приобрести достаточное количество отходов бумаги, и в то же время работало большое число мелких типографий, в первую очередь с печатными машинами Romyag, куда можно было сбывать нарезанную бумагу. В то время документооборот на всех предпри-

ях был еще бумажный, и требовалось множество бланков, которые эти типографии и печатали. Постепенно мы стали скупать отходы бумаги в типографиях других городов».

Малотиражная полиграфия

Что интересно, бизнес оказался довольно успешным. Через некоторое время объемы нарезанной бумаги, готовой к отгрузке, стали настолько большими, что типографии в городе уже не могли потребить ее всю. «Тогда мы решили купить Romyag и начать печатать те же бланки и другую похожую продукцию. Процесс пошел активно, заказов было много. Спустя время в

нашей типографии появились еще машины Romyag и послепечатное оборудование», — говорит Александр. По мере развития бизнеса типография начала переходить на более серьезное печатное оборудование. На производстве появилась двухкрасочная машина Heidelberg, которую впоследствии заменили на четырехкрасочную Heidelberg Speedmaster 52, работающую по сегодняшний день.

«Мы достаточно быстро поняли, что хорошей эффективности бизнеса можно добиться, работая с небольшими тиражами продукции, поэтому малоформатная машина нам отлично подходит, — отмечает Александр. —



Цех цифровой печати типографии «Купол» представлен печатными машинами Konica Minolta: bizhub PRESS C8000 и AccurioPress C6085 для промышленного производства продукции в сжатые сроки



В типографии самым оптимальным образом сочетают возможности офсетной и цифровой печати. Для изготовления печатных форм используется StP-устройство Heidelberg и пластины Agfa



Впрочем, бывают у нас и тиражи около 25 тыс. листов малого формата, что для нас очень хороший объем. Но наибольшая рентабельность получается при тиражах менее 5 тыс. листов. И мы стараемся работать именно в этом сегменте.

Александр пояснил, что типография «Купол» не имеет строгой специализации. Здесь вполне успешно печатают и типовую рекламную продукцию (проспекты и буклеты, в первую очередь многостраничные), и малоформатную упаковку, в том числе ка-



Термальные пластины нового поколения:

- беспрецедентная тиражестойкость без обжига
- для листового и рулонного офсета
- для печати традиционными и УФ-красками



AGFA 
WE EMBODY PRINT

115477, Москва
ул. Кантемировская, 58
тел.: (495) 234-21-04
факс: (495) 234-21-11
www.agfa.com/graphics



Комплекс послепечатного оборудования используется для обработки как цифровых, так и офсетных заказов

более успешно печатать продукцию малыми тиражами и с небольшой общей стоимостью. Однако сразу инвестировать в довольно дорогую цифровую машину мы опасались. И тут нам на помощь пришла компания Konica Minolta. Менеджер компании-поставщика поступил достаточно профессионально. Вместо того, чтобы предложить нам купить простую недорогую цифровую машину офисного типа, он предложил приобрести машину старшей серии, но бывшую в употреблении (один из клиентов Konica Minolta менял печатную технику и высвобождалась

серьезная цифровая печатная машина). Цена оказалась подъемной. Таким образом, два года назад у нас появилась своя цифровая машина Konica Minolta bizhub PRESS C8000. Оборудование предложили с покликовой системой оплаты. Для традиционной офсетной типографии — это не очень привычный формат взаимоотношений, но по мере работы мы оценили его преимущества».

Александр рассказал, что сама по себе машина серии 8000 очень хорошая, но ее возраст сказывался, и время от времени в ней что-то ломалось. В данной ситуации сервисная служба Konica Minolta проявила себя наилучшим образом. «Во-первых, радует тот факт, что инженер приезжает к нам на следующий день после вызова. Все-таки мы находимся не в Москве, и на дорогу нужно потратить много времени. Приезжает с нужными запчастями, и машина снова работает. Во-вторых, используя покликовую систему оплаты, у нас не болит голова о том, сколько стоят расходные мате-

шированную на микрогофрокартон. Есть и продукция, которую типография сама разрабатывает, производит и продает (например, пазлы для детей).

Выход в «цифру»

Около двух-трех лет назад стало понятно, что тиражи продукции постепенно снижаются. «Наш средний чек уменьшился до 10 тыс. руб., — говорит Александр. — Размышляя о том, как развиваться дальше, мы пришли к мнению о необходимости покупки цифровой печатной машины, на которой можно было бы



В числе заказов типографии — многополосные издания (журналы, каталоги, брошюры, книги в мягкой обложке) с разными способами скрепления



KONICA MINOLTA

ВЫ

ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ
ОТ ПЕЧАТИ
МАКСИМАЛЬНУЮ
ОТДАЧУ?

МЫ

ДЕЛАЕМ
ПРОИЗВОДСТВО
ЭФФЕКТИВНЫМ

ПРОСТО ЭФФЕКТИВНЫЙ Серия AccurioPress C6100

Вы часто замечаете простои в работе своего производства, вызванные рутинными процессами по подготовке к печати и настройке системы? Новые ЦПМ AccurioPress C6085/C6100 оснащены самыми современными системами для автоматического контроля качества и управления процессом печати. Вы сможете расширить спектр предлагаемой продукции и автоматизировать основные производственные процессы. Больше работы за меньшее время!

Пусть AccurioPress C6085/C6100 работает за вас.
От задания к заданию. День за днём.



Узнайте
подробности:
<http://simplyefficient.konicaminolta.ru>

Giving Shape to Ideas





Одним из направлений работы типографии «Купол» является производство самых разных видов упаковки — для пищевых продуктов, корпоративных нужд и т. д.



Рекламно-коммерческая полиграфия требует оперативности производства, с чем успешно справляются в типографии благодаря «цифре»

риалы и запасные части: все входит в цену клика. В результате через некоторое время получилось так, что в нашей машине инженеры заменили на новые практически все узлы. На обновленном оборудовании мы по-прежнему вполне успешно работаем».

Понимание бизнеса

Как отметил Александр, на понимание бизнеса цифровой печати в типографии ушел примерно год. Спустя это время здесь четко поняли, на чем можно зарабатывать, используя цифровую печать. Вопреки сложившемуся мнению это не «работа с уличными заказами». «Мы типография строго для b2b. В городе немало документ-центров, где можно распечатать несколько экземпляров простой продукции или изготовить комплект визитных карточек. Такие заказы — не к нам. Для нас цифровая печать стала способом улучшить сервис, в первую очередь по срокам. На офсете, как

ни старайся, но сделать продукцию за пару часов невозможно. Как минимум, краске нужно дать время высохнуть. А у нас немало клиентов, которым нужна оперативная печать. И цифровые машины позволяют выдерживать короткие сроки изготовления тиражей. По кликовому контракту позволяет четко понимать наши затраты и оперативно реагировать на запросы клиентов, которым нужна срочная печать. Конечно, за срочность клиенты готовы доплачивать», — поясняет Александр.

Интересно отметить, что есть типографии, которые сознательно используют цифровую машину для печати коротких тиражей, а офсетную — для более длинных. В типографии «Купол» такого четкого деления нет. Бывает, что и на «цифре» печатается довольно длинный тираж. Общая тенденция понятна, но вопросы добавленной стоимости играют свою роль. А срочная печать — это печать с добавленной стоимостью.

Основы развития

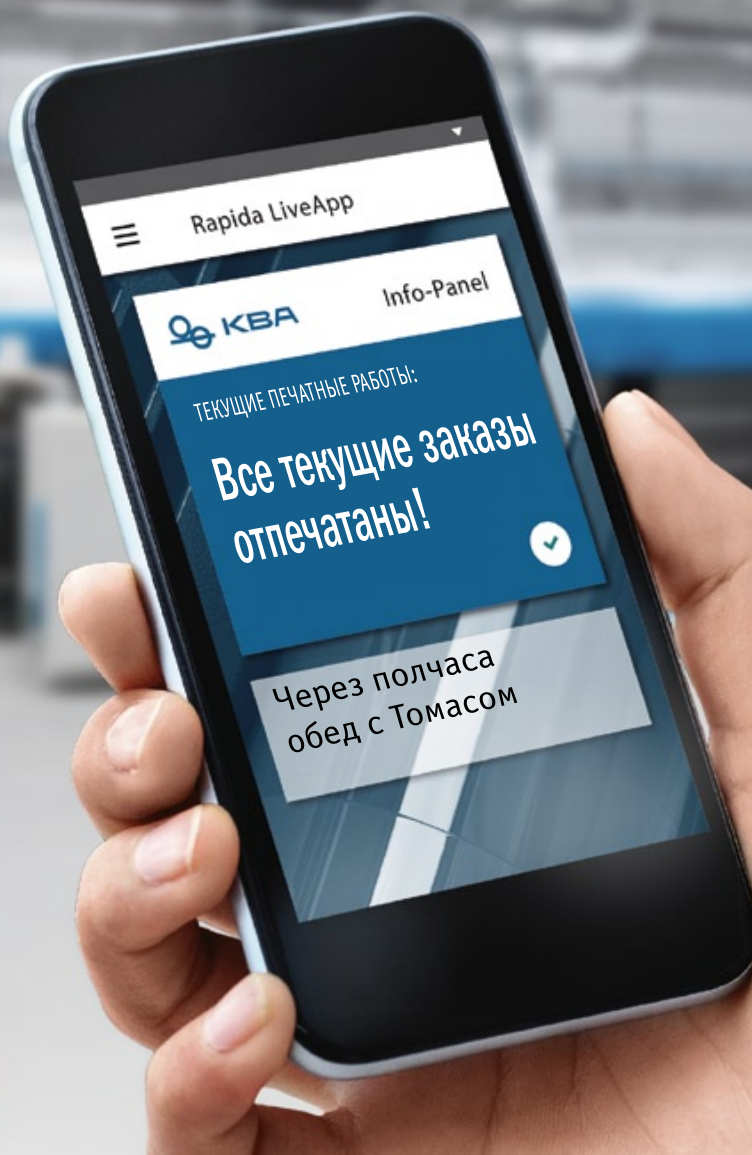
Развитию бизнеса типографии «Купол», по мнению Александра, способствует доступность сервисов по доставке товаров по стране: «Это позволяет нам оперативно работать не только в нашем городе, но и в целом ряде регионов Центральной России. Доставка обычного полиграфического заказа в Москву стала стоить вменяемых денег и осуществляется к следующему утру. Теперь уже не так важно, где находится типография. И мы этим активно пользуемся».

В результате своего дальнейшего развития в типографии «Купол» весной этого года была установлена цифровая промышленная печатная машина нового поколения AccurioPress C6085. Как пояснил Александр, в типографии хорошо поняли, как можно зарабатывать на цифровой печати (точнее на совместном использовании «цифры» и офсета). Konica Minolta хорошо себя зарекомендовала, и выбор новой машины был предопределен. «Мы, конечно, рассматривали возможность поставки цифровой машины других производителей, но в процессе переговоров нам никто не был готов гарантировать те сервисные условия, которые у нас есть сейчас. А нам они очень удобны. Поэтому новая машина у нас от Konica Minolta», — заключил Александр.

www.kupol-print.ru



Такую продукцию для детей типография «Купол» разрабатывает самостоятельно



Автономная печать с AutoRun

Благодаря AutoRun мы предлагаем Вам технологию будущего. Ваши машины КБА могут самостоятельно переналаживаться и переходить с тиража на тираж полностью автоматически. Таким образом, Вы оптимизируете производственное время и высвобождаете ресурсы для дополнительных заказов. Ориентированное на пользователей использование данных, включая объединение типографии в единую сеть, — является основным принципом всех цифровых сервисов КБА 4.0. Узнайте, как сделать вашу типографию цифровой и увеличить за счет этого вашу прибыльность.

Более подробная информация: www.kba.com/trends/autorun



ООО «КБА РУС»
Тел: +7 495 7821377, kba@kba-print.ru
www.kba-print.ru

1 8 1 7
200 years
Koenig & Bauer
0 1
2

Потенциал «цифровых» возможностей, или Как расширить пакет услуг



Сергей Шинкарев,
генеральный директор,
«Любимая Типография»
[Москва]

Есть типографии хорошие, а есть любимые. Какой она должна быть для заказчика печатной продукции? Любимая типография должна уметь делать все и очень срочно. На таких принципах и строится работа одной из московских полиграфических компаний, которая к тому же и называется — «Любимая Типография». Не делая акцент на какой-либо специализации, типография выполняет заказы на печать рекламной продукции всех видов, размеров и назначений, используя для этого все возможные виды печати — цифровую, офсетную, трафаретную, широкофор-

матную. Ее возможности гораздо шире стандартного изготовления печатной продукции. Здесь можно заказать и брендинг сувениров, и печать по пластику. Генеральный директор «Любимой Типографии» Сергей Шинкарев рассказал о том, как компании удается поддерживать статус столь многообещающего названия.

«Без специализации»

Компания появилась на полиграфическом рынке в 2005 г. Это было время активного роста полиграфических предприятий разного уровня в нашей стране. Впрочем, «Любимая Типография» начинала с достаточно серьезной цифровой печатной машины Xerox DocuColor 2045 и резака. На первых по-

рах этого хватало. Сергей в то время еще учился в МГУ Печати и подрабатывал в этой типографии. «У нас не было четкой специализации, — отмечает Сергей. — Брели любой заказ, который могли получить. Заказов на рынке было немало, и это позволило нам активно развиваться. Я в этой типографии с самого ее основания. Поначалу подрабатывал там во время учебы, а потом пришел на постоянную работу, трудился на разных должностях и вот теперь являюсь ее директором». Как сказал Сергей, типография ориентирована на выполнении срочных тиражей: «К нам обычно приходят тогда, когда все сроки уже прошли. Если нужно сделать быстро и качественно, то это к нам».



В марте этого года в «Любимой Типографии» инсталлирована промышленная цифровая печатная машина Ricoh Pro C7110SX с дополнительной пятой секцией



Подразделение цифровой печати типографии изначально строилось на оборудовании Xerox. Здесь работает машина для полноцветной печати Xerox DocuColor 7000, а также монохромная машина Xerox 4110



Оборудование для широкоформатной печати. На этих устройствах в типографии изготавливают самоклеящиеся этикетки и рекламные стикеры (причем сразу с надсечкой), а также выставочный и интерьерный декор

Возможности послепечатки

Для изготовления полиграфической продукции типография постепенно обрела самыми разными видами послепечатной техники, а также специальным оборудованием, например, для изготовления пластиковых карт (со сваркой пакетов и вырубкой), устройством лазерной резки (как для бумаги и картона, так и для дерева, пластика, комбинированных материалов). Появилась трафаретная печать, устройство для шитья проволокой, пресс для тиснения, вырубной пресс, машина для бесшвейного скрепления, несколько устройств широкоформатной печати и т. д. Практика «Любимой Типографии» показывает, что для компании, выполняющей рекламные заказы, ассортимент послепечатного оборудования действительно становится важным. Именно он определяет широту возможностей, которая в этом случае очень актуальна. Сергей пояснил, что типография охотно берет и совсем простую продукцию, но с большим интересом производит сложные конструкции, оригинальные, а порой и «замороженные» изделия, причем, что важно, в короткие сроки.

«Впрочем, сами конструкции мы не разрабатываем, у нас такого креативного подразделения нет. Но очень часто заказчики привозят или присылают фотографии образцов со словами: «Сделайте что-то похожее». Тогда мы создаем те конструкции, которые можем изготовить на собственном оборудовании. За годы работы накопилось немало образцов — и разработанных, и выполненных конструкций, которые мы иногда показываем заказчикам для выбора».

Печатный парк

Постепенно в типографии происходила замена печатного оборудования на более современное. Xerox DocuColor 2045 давно продали, вместо него приобрели более серьезный Xerox DocuColor 7000, а также черно-белый Xerox 4110. Появились и струйные широкоформатные принтеры, заказы на которые сегодня очень востребованы. В частности, на этих устройствах здесь изготавливают самоклеящиеся этикетки и рекламные стикеры. На плоттере выполняется печать и сразу же вырезка и надсечка этикеток. На этом же устройстве можно делать выставочный и интерьерный декор, который в последнее время набирает популярность.

Сергей пояснил, что с ростом компании и появлением нескольких печатных машин пришлось приобрести резальную машину большого формата, чтобы иметь возможность самостоятельно раскраивать бумагу: «Покупать малоформатную «цифровую» бумагу не очень выгодно, особенно когда растут объемы печати. Сейчас мы покупаем бумагу в полиграфических



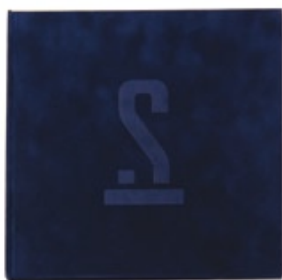
В типографии стараются использовать самые разные виды оборудования, в том числе и специализированные. На фото оборудование для лазерной гравировки



УФ-плоттер для печати на различных поверхностях. Используется для брендинга сувенирной продукции



Пресс для спекания пластиковых карт



Подарочный футляр для карточки платного телевидения. Выполнен из плотного картона, оклеенного дизайнерской бумагой. Печать велась на ЦПМ Ricoh. С внешней стороны — флокированный материал с блинтовым тиснением. Внутри, помимо карточки, располагается буклет в специальном ложементе



Продукция, выполненная на тонированной бумаге с нанесением белил из дополнительной пятой секции на печатном оборудовании Ricoh Pro C7110SX

Корпоративная упаковка, презентационная продукция из дизайнерских материалов. Для их изготовления требуется и печать белилами, и другая декоративная отделка

форматах и сами раскраиваем ее под свои заказы. Экономить необходимо, без этого трудно, рынок-то непростой».

Новый уровень «цифры»

Некоторое время назад в типографии возникла необходимость в покупке еще одной цифровой печатной машины. Ей стала Ricoh Pro C7110SX для промышленной полноцветной печати. Машина оснащена пятью красочными секциями, а также сканирующим и копирующим устройством.

«Надо сказать, что к Ricoh мы пришли случайно, — говорит Сергей. — Мы искали еще одну цветную печатную машину. Один из коллег-полиграфистов посоветовал пригласить к машинам Ricoh. Они на рынке менее известны

чем, например, Хероx, но мы решили съездить посмотреть. Нам показали машину Ricoh Pro C7110SX, и она нам понравилась. Во-первых, машина хорошо печатает простую цветную продукцию. Цветопередача оказалась очень качественной. Во-вторых, она способна печатать на фактурных бумагах, что для нас важно, поскольку зачастую приходится изготавливать нетипичную продукцию, и мы часто используем не совсем обычные для цифровой печати материалы. Конечно же, нам понравилась и возможность использовать белый тонер. Мы и до этого много работали с тонированными бумагами, но печатали все трафаретом, а это медленно и довольно дорого. А тут похожий результат можно получить сразу из печатной машины, что, безусловно, подкупает... В результате в начале марта мы смонтировали машину Ricoh Pro C7110SX».

С момента запуска прошло 4 месяца, оборудование успешно эксплуатируется, в том числе изготавливается большое количество продукции с использованием белого тонера. К машине прилагались еще и другие дополнительные цвета тонеров. Но, как пояснил Сергей, с другими тонерами дело пока дальше тестов не пошло. «С белым цветом на тонированных бумагах мы работаем давно, и появление белого в цифровой печати только усовершенствовало бизнес. А другие цвета для наших клиентов пока новинка, и мы только начинаем им предлагать новые необычные решения...» Тем не менее в целом машиной в типографии весьма довольны. На ней можно выполнять как обычную полноцветную печать, так и печать с дополнительными возможностями, что в свою очередь обеспечивает оригинальность и привлекательность полиграфического изделия. «Мы совершенно точно не прогадали с покупкой. Возможности нашей типографии во многом расширились, а экономика на некоторых заказах улучшилась. Мы очень довольны тем, что можем предложить нашим клиентам еще более интересные решения по печати и обладаем необходимым потенциалом для расширения пакета наших услуг», — подытожил Сергей.



Рекламная продукция требует зачастую коротких сроков изготовления. Эти задачи решаются с помощью «цифры»

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

«Высокорективная» печать: миграция в упаковку или параллельный бизнес?



Седат Мутлу,
генеральный директор,
типография Forte Press
[Москва]

Частный полиграфический бизнес в нашей стране появился не так уж давно. Самым «старым» частным полиграфическим предприятиям России сейчас около 30 лет. Каждая из типографий — это своя любопытная история, свой уникальный путь. Всегда интересен вопрос, как люди приходят к созданию полиграфического бизнеса, как строится его развитие. Много интересного в этой связи нам рассказал генеральный директор московской типографии Forte Press Седат Мутлу.

Путь к типографии

«На российский полиграфический рынок мы вышли в 2003 г., — расска-

зывает Седат. — Начинали с того, что привозили из Турции (по национальности я турок) фольгу для тиснения и реализовывали ее в России. Бизнес был вполне успешным, но все же существенного роста у него не ощущалось. Тогда мы решили двинуться дальше и стали предлагать услуги по тиснению фольгой, установив для этого на предприятии стоп-цилиндры для тиснения фольгой и конгрева. Надо сказать, что интерес к этой услуге оказался невысокий. Конечные клиенты были не готовы к тому, чтобы разрывать процесс производства между предприятиями (на одном — печатать, на другом — заказывать тиснение), а типографии во многом стремились весь производственный процесс выполнять самостоятельно. Да и объем заказов, требующих тиснения, был в то время невелик, особенно в коммерческом сегменте. Тогда мы решили, что печатать нужно самим. И приобрели первую офсетную печатную машину. Тогда типография называлась «ФойлПринт», поскольку предполагалось, что существенной частью нашего бизнеса будет тиснение фольгой».

Этапы развития

Первым печатным оборудованием стала малоформатная однокрасочная машина Heidelberg GTO, которая позволила изготавливать серьезную продукцию. Впрочем, довольно быстро появилась двухкрасочная машина,

а затем полуформатная пятикрасочная... В дальнейшем, как это часто бывает, учредители (на тот момент их было двое) решили разделить бизнес. В результате в 2010 г. появилась компания Forte Press, учредителем которой и стал Седат.

Основой печатного парка типографии Forte Press стала пятикрасочная машина Heidelberg SM. Осталось и некоторое послепечатное оборудование, которое позволило продолжить работу. В типографии решили специализироваться на коммерческих видах продукции, в частности на журналах, выходящих небольшими тиражами, и другой многостраничной продукции. Довольно быстро парк оборудования типографии разросся, появились машины большого формата (сначала их было две, но затем одну заменили на полуформатную). Разумеется, основательно развивался и послепечатный цех, где были установлены листо-



УФ-краски для высокорективной печати от компании **hubergroup**



Печатный парк типографии Forte Press представлен как полуформатными машинами, так и оборудованием первого формата. На пятикрасочной Heidelberg Speedmaster 74, оснащенной секцией лакирования и УФ-сушкой для работы с высокорективными УФ-красками и лаками (на фото справа), здесь изготавливают обложки журналов, а в перспективе — упаковочную продукцию



Устройство для вывода офсетных форм Screen



Помимо развитого офсетного парка, в типографии работает и «цифра» от Konica Minolta

подборочная линия и вкладочно-швейно-резальный агрегат производства компании Muller Martini, а также машина для бесшвейного скрепления.

«Сердце» печатного парка

Основной печатной машиной, на которой типография Forte Press изготавливает сегодня блоки журналов, является пятикрасочная Komori Lithrone S40 с секцией лакирования. «Нашей специализацией является печать журналов высокого качества. Среди заказов бывают и дорогие, элитные издания. Машина Komori позволяет нам обеспечивать необходимый уровень требований к качеству исполнения такой продукции. Это весьма от-



Основной специализацией Forte Press является производство высококачественной многостраничной периодики. Журнальные блоки печатаются на пятикрасочной машине Komori Lithrone S40 с секцией лакирования

ветственная задача, с которой оборудование успешно справляется, учитывая что все многостраничные блоки печатаются именно на этой машине», — отметил Седат.

Для печати обложек используется другая машина — пятикрасочная Heidelberg Speedmaster 74 с секцией лакирования и УФ-сушкой для работы с высокорезактивными УФ-красками и лаками. Как пояснил Седат, эта машина была на складе лизинговой компании, и к ней в типографии присматривались уже два года, но не так давно поступило «очень интересное предложение» на эту машину, и в компании согласились ее выкупить. «Причи-

ны выбора именно такой машины не случайны, — говорит Седат. — Зачастую мы сталкиваемся с желанием заказчиков сделать обложки со сложным лакированием или вкладки на различных материалах (например, металлизированных бумагах или даже на невпитывающих материалах, полимерах — ПВХ, ПЭТ). Мы, безусловно, идем навстречу нашим клиентам, но для того, чтобы выполнить их условия, нам приходилось прибегать к услугам субподрядчиков, что затратно и долго, особенно при использовании выборочного лакирования трафаретным способом. На машине Heidelberg мы можем все эти



Часть комплекса послепечатного оборудования для производства журнальной продукции: листоподборочная линия, машина для клеевого бесшвейного скрепления, фальцевальная машина



...промышленные ламинаторы, в том числе для изготовления металлизированного картона, режущий плоттер и другие устройства

В ближайшем будущем Forte Press планирует активно работать в сегменте производства упаковки. Для этой цели в типографии установлено специализированное оборудование...

вис». С этой компанией мы дружим много лет, и с самого нашего основания берем у них практически все материалы. Нам очень удобно работать с данным поставщиком: все необходимые нам ассортиментные позиции всегда есть в наличии, доставка оперативная, условия вполне приемлемые. Более того, там работают очень хорошие технологи, совместно с которыми мы сейчас продвигаемся в освоении высокорезактивной УФ-печати».

В ближайшей перспективе типография Forte Press собирается интенсивно использовать возможности печати высокорезактивными красками. С этой целью на предприятии уже установлено необходимое оборудование, предназначенное, как здесь объяснили, для развития бизнеса. «Мы постепенно двигаемся в направлении печати упаковки. Некоторые заказы берем уже сей-

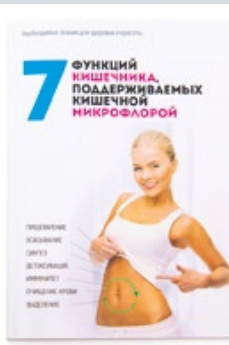
задачи реализовать в рамках собственного предприятия. Другой важной причиной приобретения машины стала возможность получать сразу после печати полностью сухой оттиск и отправлять его на послепечатную стадию производства».

Высокорезактивная печать

«Надо сказать, что печать высокорезактивными красками и вообще вся УФ-технология оказались не такими простыми, — признается Седат. — Мы сейчас их только осваиваем. И в этом нам активно помогают технологи из «ОктоПринт Сер-



Типография изготавливает журналы с разными типами скрепления: на металлической скобе и с клеевым бесшвейным скреплением



Большую часть заказов типографии составляют периодические многополосные издания, в частности журналы, которые регулярно выходят небольшими тиражами



час, но планируем более серьезно осваивать этот рынок. Мы поставили ламинатор, который позволяет нам самим изготавливать металлизированный картон, из которого затем при помощи высокорезактивной УФ-печати можно делать презентабельную упаковку. Пока сборку небольших тиражей упаковки мы проводим вручную, но в планах у нас покупка фальцевально-склеивающей линии», — рассказывает генеральный директор Forte Press.

Кроме того, в типографии есть еще и ламинатор для изготовления барьерного картона, также предназначенного для произ-

водства упаковки. От прежних времен здесь осталось немало стоп-цилиндровых машин, приспособленных для тиснения фольгой и конгрева. Спрос на такие услуги в коммерческом сегменте невелик, но возможности оборудования можно активно использовать при изготовлении упаковки, что и планируется делать, благо опыт в тиснении у типографии Forte Press многолетний.

Помимо этого, на предприятии недавно была установлена машина WS-9905 для сборки коробок для фаст-фуда из картона с односторонним РЕ-покрытием или из гоф-

рокартона. Ее производительность достигает 180 изделий/мин (в основном — лотки с крышкой для гамбургеров, конверты для картошки).

Параллельный бизнес

О переходе типографий от коммерческой печати к производству упаковки говорится много, но сам путь такой миграции у каждой типографии свой. Судя по всему, в типографии Forte Press все делается довольно грамотно. Появляются технологии печати на сложных материалах, развивается послепечатный сектор, причем в довольно нишевом приложении. Но при этом в типографии не собираются забывать о том, на чем сейчас держится бизнес, — о журналах. Этот рынок вполне стабилен, и типография на нем продолжает специализироваться. Более того, новые технологии позволят предлагать издателям журналов новые возможности. Так что Forte Press, скорее, не переходит с одного вида продукции на другой, а запускает параллельный бизнес. И, вероятнее всего, это решение правильное. ■

Смарт

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

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

Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества

Расфуровка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

Эксперимент с «цифрой», или Открытие резервных возможностей



Алла Казакова,
генеральный директор,
типография «Премиум Пресс»
[Санкт-Петербург]

Все чаще традиционные офсетные типографии приобретают цифровое печатное оборудование. Одна из таких инсталляций недавно завершилась в компании «Премиум Пресс» из Санкт-Петербурга. Означает ли это переход на «цифру» или же офсетные типографии видят в цифровой печати развитие своего традиционного бизнеса? Ответы на эти вопросы мы попытались получить у Аллы Казаковой, генерального директора типографии «Премиум Пресс».

Так сошлись звезды

Руководство типографии «Премиум Пресс» до создания собственной

компании работало на известном в северной столице предприятии «Светоч», выпускающем различную белую продукцию (Алла занимала там должность директора). В структуре этой компании была организована типография, в которой печаталась различная полиграфическая продукция, в том числе высококачественная. Но как это часто бывает с государственными предприятиями, рано или поздно возникает вопрос о его акционировании, приватизации и т. д. В этом процессе Алла решила не участвовать и из компании уволилась. Вместе с ней ушли и некоторые другие сотрудники, ставшие впоследствии руководителями «Премиум Пресс», в частности директор типографии «Светоч» Владимир Гаврилов является сегодня коммерческим директором «Премиум Пресс».

«Покинув «Светоч», мы начали думать, что делать дальше, — рассказывает Алла. — Возникло желание создать собственную типографию и продолжить ту работу, которой занимались ранее, тем более что опыт был большой. Понятно, что средств для приобретения типографии у нас не было, но мы стали искать возможность, как это можно сделать. Был 2005 г., отно- сительно бла-

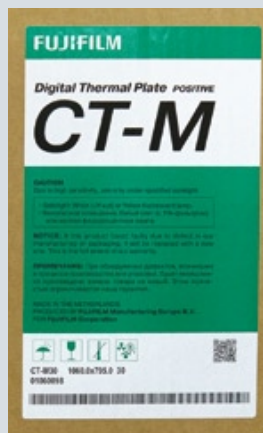
гополучный для полиграфии в нашей стране. Рынок рос и развивался. Конечно, у нас сохранились связи как в среде поставщиков оборудования и материалов, так и коллег-полиграфистов из Питера и других городов. Мы перего- ворили с поставщиками оборудования (Heidelberg, Yam International, Amos) и нашли понимание. Нам удалось догово- риться о приобретении оборудо- вания на очень выгодных условиях в рас- срочку. В частности, благодаря Юрию Уколову из Heidelberg мы тогда смогли договориться о приобретении наше- го первого Heidelberg Speedmaster 74. Пошли нам навстречу и поставщики бумаги и расходных материалов. Не- которые единицы оборудования нам практически безвозмездно или очень дешево передали коллеги из других типографий. Удалось подобрать и не- плохое помещение, подходящее под размещение полиграфического произ- водства. В общем, звезды так сошлись, чтобы у нас все получилось. Нам, конеч- но, повезло».



Сегодня типография «Премиум Пресс» обладает развитым парком офсетного печатного оборудования на базе машин Heidelberg и Koenig & Bauer



Для вывода форм на CtP-устройстве Kodak используются термальные пластины Fujifilm



Многостраничные издания

В «Премиум Пресс» решили специализироваться на производстве многостраничной продукции. На то время пришлось развитие малых журналов (отраслевых, корпоративных, рекламных). В Санкт-Петербурге открывались небольшие издательства, выпускающие журналы различной тематики, а типографий, где их можно было бы качественно печатать, оказалось не так и много. Таким образом, ставка именно на этот сегмент полиграфии позволила типографии активно развивать бизнес. Спустя год в «Премиум Пресс» появился еще один Speedmaster 74, расширился

список послепечатного оборудования, было установлено оборудование для изготовления форм, приобретена машина для бесшвейного скрепления Muller Martini Amigo и т. д. «На протяжении нескольких лет после создания типографии мы развивались очень быстрыми темпами. Практически каждый год мы покупали печатную машину, расширяли свои послепечатные возможности. Мы позиционировали себя как типографию, способную отпечатать тираж любого журнала за три рабочих дня. Это оказалось востребованным. Спустя какое-то время мы начали изготавли-



Поставщиком бумаги типографии «Премиум Пресс» является компания «Илим»

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

17 микрон — глянец: **4,21** Р за м²; матовая: **4,26** Р за м²
20 микрон — глянец: **5,06** Р за м²; матовая: **5,17** Р за м²
24 микрон — глянец: **5,74** Р за м²; матовая: **5,86** Р за м²
28 микрон — глянец: **7,39** Р за м²; матовая: **7,68** Р за м²
75 микрон — глянец: **28,43** Р за м²; матовая: **54,01** Р за м²
125 микрон — глянец: **32,98** Р за м²

А так же: софт тач - **30,02** Р за м²; черн. софт тач - **45,03** Р за м²
голографические пленки - **11,37** Р за м².

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1,88 м под заказ, срок исполнения в течение дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.

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

серебро - **8,53** Р за м² Форматы от 0 до 1,88, сроки - в течение дня.

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

0,15 мм - **181,93** Р; 0,30 мм - **233,10** Р цена указана за м²

Оптовым покупателям - скидки.

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

1979,08 Р за пачку (35 м); **1549,26** Р за пачку (24,5 метра)

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

ОТ **256,55** Р цена за 1 кг.

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ОТ **10** Р/ШТ. в наличии 4 и 5,5 мм

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

Цвет - белый - **2927,97** Р Цвет - серебро - **3745,12** Р

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

г. Москва, г. Чебоксары, г. Санкт-Петербург, г. Ижевск, г. Ульяновск

метро Пражская, ул. Гагарина д.55, ул. Химиков 18 | р-н Первомайский, ул. Ухтомского, 24 | ул. Ленина д. 50/115,
ул. Подольских Курсантов, 3 | офис 310 | +7-3412-601014 | +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!



Послепечатный парк оборудования типографии выстроен для производства многополосной продукции: листоподборочная линия, фальцевальная машина, резальное оборудование и другое



Книгоставочная машина (слева), ручная книгоставочная машина (справа) для единичных тиражей



вать книги, сначала в мягкой обложке, а затем в твердом переплете. С тех пор книга для нас — один из основных видов продукции, на котором мы специализируемся. Разумеется, не сразу, но приобрели и ниткошвейное оборудование, и «книгоставку», и трехножевую резальную машину, и другое оборудование для твердого переплета», — отмечает Алла.

Темпы инвестиций

К середине 2000-х гг. типография «Премииум Пресс» по темпам инвестиций была, пожалуй, одним из лидеров отрасли. «Весьма серьезные инвести-

ции мы сделали в начале 2008 г., — отмечает Алла. — Приобрели восьмикрасочную офсетную машину KBA Rapida 105, заменив ею одну из наших машин Speedmaster 74. Установили линию клеевого бесшвейного скрепления и обработки блока Wohlendberg City, СтР большого формата, серьезную фальцевальную машину и ряд другого оборудования. Ну а что случилось в конце 2008 г., — все знают».

Алла рассказала, что это был, конечно, очень тяжелый период для типографии. Рынок малых журналов обвалился, рекламных каталогов стало меньше. Лизинг за печатную машину был ва-

лютный, поэтому довольно длительное время средств едва хватало на текущее поддержание жизни. Ни о каком развитии речи не было. «Окончательно разобраться с лизингом удалось только к 2013 г., — говорит Алла. — Но наличие восьмикрасочной машины большого формата позволило нам выйти и закрепиться на рынке производства высококачественных книг в твердом переплете, которые издаются небольшими тиражами. В то время в городе их делать было практически нигде. Более того, к 2013 г. более-менее оправился и журнально-каталожный рынок, так что у нас тот год был рекордным. Но потом настал 2014 г., и все опять рухнуло».

Впрочем, на тот момент серьезной долговой нагрузки у типографии не было, и падение все же случилось не такое сильное, как в 2008 г. Как пояснила Алла Казакова, несмотря на трудности типография смогла продолжить работу и сохранить основных заказчиков: «Мы выпускаем высококачественную продукцию. У нас серьезное оборудование, используются проверенные расходные материалы от лучших производителей, на дешевых материалах из Азии не работаем. Поэтому заказчики знают, что в нашей типографии получат лучший результат».

Оцениваем рынок

«Последние три-четыре года мы отмечаем постепенное падение объема зака-

#SmartPrintShop*



ZERO DEFECT PACKAGING **

От макета до готовой картонной коробки – всегда высочайшая эффективность и полное соответствие стандарту. Интеллектуальная производственная среда и автоматический контроль качества. Производство упаковки без дефектов – наш ответ на увеличение сложности в промышленной упаковочной печати. Simply Smart***.

* "Умная типография"

** Производство упаковки без дефектов

*** Просто. Умно



HEIDELBERG

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



В типографии «Премиум Пресс» приобрели цифровую печатную машину Heidelberg Versafire (Ricoh PRO 7100X). Главными преимуществами оборудования здесь считают возможность нанесения белого тонера и печати на разных материалах

зов. Целый ряд журналов закрылся, другие уменьшили объем или сократили число выпусков в году. Рынок рекламных каталогов в целом сохранился, но он очень конкурентный, заказы приходится буквально выхватывать у других типографий. Книжный рынок относительно стабилен (по крайней мере у нас). Тем не менее четко прослеживается тенденция оптимизации тиражей. Они медленно, но сокращаются. Правда при этом мы заметили серьезный рост в области малотиражной книги», — отмечает генеральный директор «Премиум Пресс». Имеющимися средствами выпускать книги небольшими тиражами типографии было сложно, точнее невыгодно, поскольку у объемной книги много тетрадей, а значит, нужно много приладок, на которые тратится большое количество бумаги. Да и быстро выпустить книгу тиражом 100–200 экз. офсетным способом практически невозможно. И тогда в типографии задумались о цифровой печати.

Резервы «цифры»

«На самом деле о цифровой печати мы задумывались давно, но острой потребности в «цифре» у нас не было, и инвестиции шли в других направ-

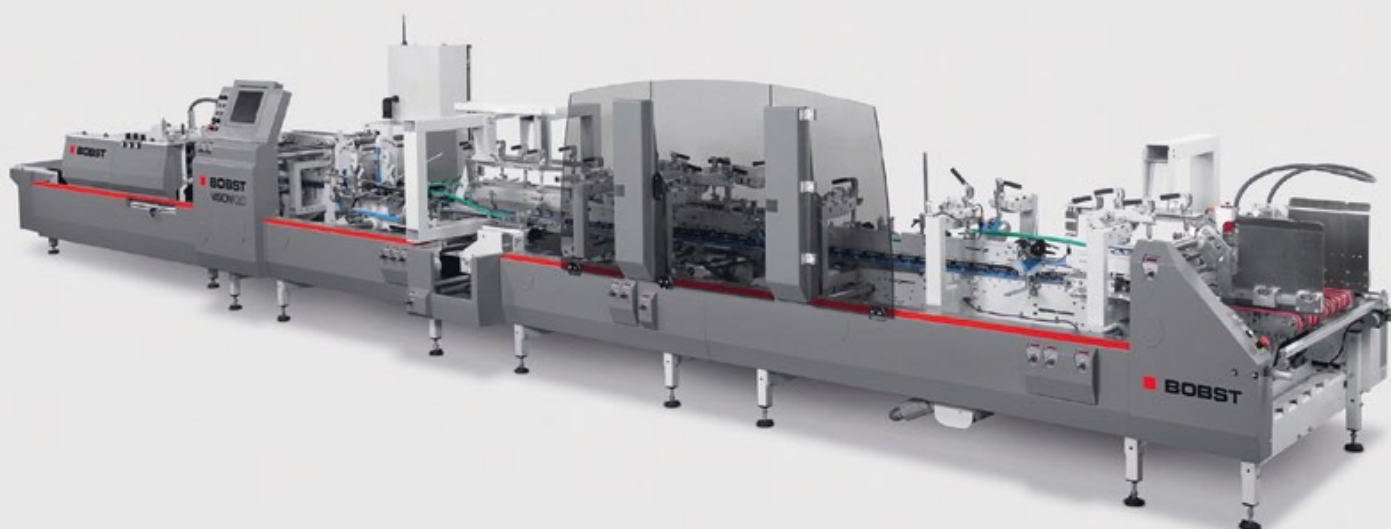


Благодаря Heidelberg Versafire типографии удалось оптимизировать процесс производства малотиражных книг как с экономической, так и с технологической стороны



Основной специализацией «Премиум Пресс» является производство высококачественных книг в твердом переплете

VISIONFOLD 50/80/110



УНИВЕРСАЛЬНАЯ ФАЛЬЦЕВАЛЬНО-СКЛЕИВАЮЩАЯ МАШИНА

- БОЛЕЕ РАЗНООБРАЗНАЯ ПРОДУКЦИЯ
- БЕЗУПРЕЧНЫЕ ПОДАЧА И ФАЛЬЦЕВАНИЕ
- АБСОЛЮТНОЕ КАЧЕСТВО НА ПРИЕМКЕ



В типографии печатается много путеводителей, художественных изданий, посвященных культурной жизни России

лениях. Однако в 2017 г. мы к этому вопросу опять вернулись. Побывали в разных типографиях, в том числе зарубежных, увидели, как успешно там на них работают. В этом нам особенно помогли коллеги из Heidelberg и Ricoh. Когда мы выбирали цифровую машину, то понимали, что приобретаем ее во многом в экспериментальных целях. Четкого понимания, как мы будем с ее помощью зарабатывать, у нас не было. Поэтому мы хотели приобрести машину, которая бы умела все и при этом не стоила слишком дорого. Таким цифровым оборудованием оказался Heidelberg Versafire (RicoH PRO 7100X). Машина очень достойно печатает СМУК, име-



Помимо книг, на предприятии изготавливают и другую многополосную продукцию, в частности периодические журналы различной тематики

ет возможность нанесения белого тонера и ряда дополнительных цветов, а также может «выборочно лакировать». Большим плюсом мы считаем и возможность работы на этой машине на самых разных бумагах, самоклеяке, пленках, металлизированных бумагах. Действительно, она умеет все. И стоила вполне доступных денег».

Алла рассказала, что сначала на этой машине печатали только те заказы, тиражи которых было выгоднее изготавливать на цифровой машине, особенно это касалось книг. Но постепенно стали появляться чисто цифровые заказы: высокооперативные, рекламные и даже с вариативным содержанием (например, ряд журналов печатают обложки со сменным сюжетом). Благодаря возможностям цифрового оборудования удалось оптимизировать (и технологически, и экономически) процесс производства некоторых видов продукции, в частности малотиражных книг.

На сегодняшний день в типографии «Премииум Пресс» удачно сочетается цифровая печать с профессиональным послепечатным оборудованием, чего практически не бывает в цифровых типографиях. И клиенты это оценили. Появившиеся новые возможности помогли предприятию получить новые группы заказов и найти способы выхода на новые для себя рынки. «Надеюсь, мы и там сможем хорошо развиваться...», — отметила Алла.

ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ МЫ

VIVASTAR
ТИПОГРАФИЯ **EXPRESS**

Типография ООО «Вива-Стар»
www.vivastar.ru

Москва, Электrozаводская, 20
(495) 780 67 05