

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№5, ИЮЛЬ, 2020

В ПОИСКАХ: НЕОБХОДИМОГО,
ДОСТАТОЧНОГО,



HEIDELBERG

МЕСЯЦ
ДРУЖБЫ



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



VIP
VISION
IMAGE
PRINT

LED - UV

terra Systems



НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
НОЧНОЙ ЭКСПРЕСС

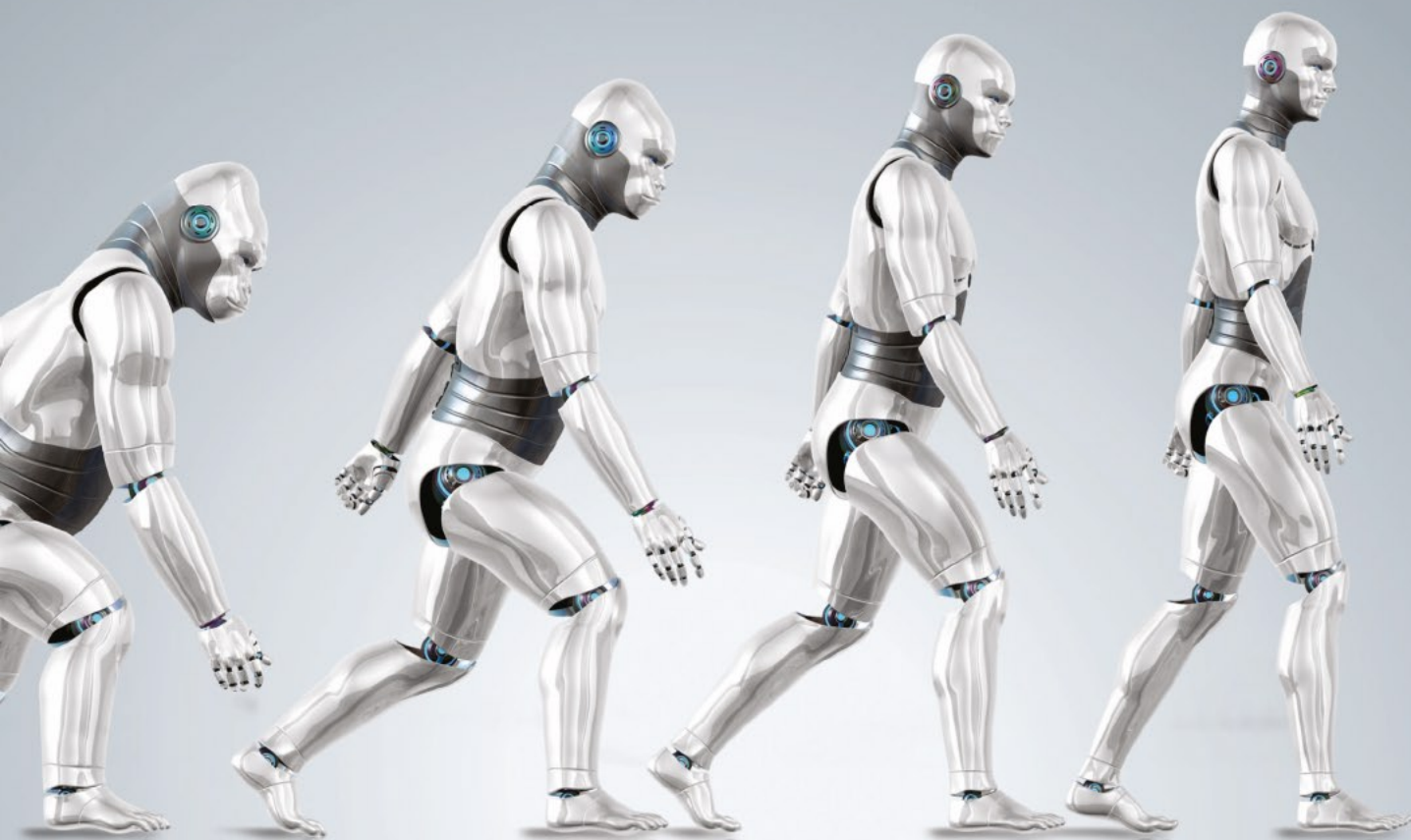
oxtoprint
SERVICE

vulcan
Офсетные полотна Vulcan.
Правильный выбор продлит срок службы!

VIP
VISION
IMAGE
PRINT

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

ИЗБЫТОЧНОГО



ROLAND 700 *EVOLUTION*

Передовая технология

Всемирно известный ROLAND 700 *EVOLUTION* использует множество инновационных технологий для обеспечения высочайшего уровня эффективности и качества печати, чтобы всегда быть в авангарде полиграфии.

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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



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



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №5 (145)-2020

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Необходимое, достаточное и избыточное..... 2

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Компания «Фотоэксперт»

Новый формат издательского бизнеса 6

СОБЫТИЕ

Памяти Михаила и Владимира Апалоновых посвящается...

«Настоящих буйных мало — вот и нету вожаков» 10

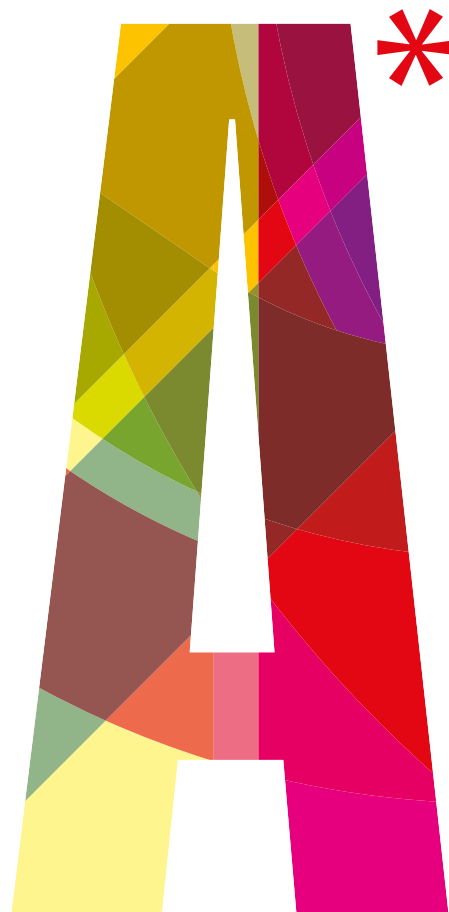
ОБОРУДОВАНИЕ

«Ульяновский Дом печати»

Восстановление объемов,
или Необходимая часть бизнеса издателя 14

Полиграфический холдинг X-PRESS

«Игра в пятнашки», или Гибкое управление производством 20



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

Красочно.

Полиграфия

Коммерческая—4+4; 5+5 on-line

Hi-End—10+лак on-line

Переплетно.

Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;

Фальцовка—«оконый фальц», микрокассеты;

ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;

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

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



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

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн..... 1	Фабрика офсетной печати..... вкладка
ВИП-Системы..... клапан, 2-я обл.	Heidelberg..... клапан, 23
Илим..... 3-я обл.	hubergroup..... 3
ОктоПринт Сервис..... клапан	Bobst..... 4-я обл.
Оригамо..... 19	Canon..... 7
Ситипринт..... вкладка	Lamstore..... 9
Смарт-НН..... 21	Muller Martini..... 17
Терра Системы..... клапан	Viva-Star..... 8

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

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

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

Необходимое, достаточное и избыточное...

В прошлом номере журнала «Формат» мы попытались спрогнозировать объемы потерь полиграфического рынка из-за сокращения количества заказов. Сложившаяся в настоящее время в России и в мире ситуация, к сожалению, привела к существенному падению объемов полиграфического производства. Разумеется, всем участникам рынка хотелось бы понимать, насколько велико это падение, как долго продлится и есть ли надежды на восстановление в короткой, среднесрочной или длительной перспективе. С одной стороны, делать сейчас какие-либо прогнозы нет никакой возможности. Никто не знает даже, что произойдет через неделю, не говоря уже о более длительном периоде. Еще в марте одни эксперты строили предположения, что пандемия может закончиться уже в мае, а другие уверяли, что и к новому 2021 г. не утихнет. И сейчас, в июле, определенности не стало больше. Впрочем, жизнь в мире медленно налаживается. Есть определенные подвижки и в плане восстановления полиграфических заказов.

В данной ситуации типографиям хотелось бы понимать, чего ждать от заказчиков, с которыми они обычно сотрудничали. Разумеется, тут все очень индивидуально, но все же есть некое общее правило, которое в большинстве случаев работает даже в таких нестабильных и непрогнозируемых условиях, в каких мы сейчас живем. Чтобы понять, кто из заказчиков будет восстанавливаться и насколько быстро или медленно это произойдет,

следует проанализировать заказы, которые тот или иной клиент обычно размещал в типографии, и понять, насколько данная печатная продукция для него необходима или без нее

В нестабильных условиях текущей ситуации в России и в мире полиграфическим компаниям было бы не лишним понимать перспективы восстановления объема печатных заказов в обозримом будущем. Для этого следует оценить важность самих заказов для того или иного клиента. Ведь в условиях экономии есть печатная продукция, от которой можно отказаться, или, наоборот, ее наличие является необходимым для продолжения бизнеса. Разделение заказов на необходимые, достаточно важные и избыточные поможет понять темпы восстановления индустрии

можно обойтись. Поэтому мы решили ввести как минимум три градации полиграфических заказов, что дает возможность приблизительно оценить их перспективы. Сразу оговоримся, что мы не будем рассматривать заказы на упаковочную продукцию, поскольку этот сегмент полиграфического рынка довольно стабилен. Жизнь в стране не остановилась, потребление продуктов и товаров первой необходимости (впрочем, не только первой), может, и замедлилось, но не принципиально. Еда нужна всем вне зависимости от ситуации на рынке. Так что предприятия по производству упаковки, конечно, могли испытать некоторые перебои или изменение номенклатуры заказов, но не существенные. Рынок печатной упаковки пострадал не сильно, а некоторые типографии и вовсе рапортуют об увеличении объемов производства. Речь в статье в основном пойдет о заказах коммерческой направленности.

Заказы необходимые

В эту группу следует отнести полиграфическую продукцию, которая для заказчика является основным продуктом его бизнеса или же без которой бизнес заказчика будет невозможен или крайне затруднен. Например, для издателя периодики выпускаемая им полиграфическая продукция является абсолютно необходимой. Если издательство не отпечатает свои газеты или журналы, то для него становится невозможным получение прибыли. Журнал или газету нужно продать, а продать можно лишь готовую продукцию. То же самое касается и рекламы. Лишь после того, как

журнал или газета отпечатаны, можно говорить о возможности получения денег за рекламу в нем. Аналогичная ситуация и для издателя книг. Лишь отпечатав тираж, есть возможность на этой книге заработать. Соответственно, если издатели собираются продолжать вести бизнес, то им рано или поздно придется возобновлять изготовление своей продукции, и этот вид заказов в полиграфии вернется, причем достаточно быстро. Возможно, что в разгар эпидемии и тотальных ограничений некоторые из издателей приостановили работу, но уже в течение лета они будут пытаться наверстать упущенное. Конечно, падение тиражей или объемов неизбежно, поскольку денег и с розницы, и с рекламы издатель получает меньше, но полностью этот вид заказов не исчезнет. Безусловно, есть опасения, что часть периодических изданий не переживут кризиса, но это уже ситуация неизбежная.

В России более-менее регулярно выходит около 40 тыс. наименований газет и журналов. И даже в относительно спокойные годы их число сокращалось примерно на 1% в год. Кризис увеличит этот процент, причем существенно. Но в целом газетно-журнальный рынок сохранится. Те типографии, которые на этом сегменте специализировались, конечно, испытывают на себе падение объемов, но оно не должно быть катастрофическим. Аналогичная ситуация и с книгами крупных специализированных книжных издательств. Им для сохранения бизнеса НЕОБХОДИМО продолжать печатать книги. И они будут это делать. Возможно, изменится номенклатура, приостановятся или даже отменятся высокорисковые проекты (малоизвестные авторы, непроверенная тематика и т. д.), но в целом объем хоть и снизится, но незначительно. Сокращать объемы издателям самим невыгодно: меньше книг — меньше возможных денег. После шоковой ситуации в апреле и мае объем производства книг будет постепенно восстанавливаться. Это может затянуться до осени, а то и до конца года.

В число необходимых заказов можно отнести ряд рекламно-коммерческой продукции, без которой невозможен другой биз-

нес. Например, нельзя представить приличный ресторан без полиграфически хорошо выполненного меню. Запрет на деятельность ресторанов в течение трех месяцев «убрал» с рынка этот вид заказов, но по мере возобновления работы ресторанов эти заказы вернутся. Более того, изменившаяся ситуация на рынке скорее всего потребует внесения изменений в меню, и их придется печатать заново. Также в раздел необходимые можно записать и каталоги промышленных и художественных выставок, которые пока еще запрещены, но постепенно их деятельность оживает, а значит, эти заказы вернутся. Проводить выставки

без соответствующей полиграфической атрибутики вряд ли кто-то решится. Есть и чисто рекламная продукция, без которой основной бизнес компании невозможен. Например, продажа недвижимости. Ни один уважающий себя девелопер не рискнет запускать продажу своих объектов без каталогов и другой рекламной полиграфии. Приобретать недвижимость за миллионы и не получить для изучения никакой полиграфической продукции будет крайне удивительно для серьезного покупателя, и он скорее всего воздержится от подобной покупки. Так что рекламную продукцию такого типа тоже можно причислить к необходимой.



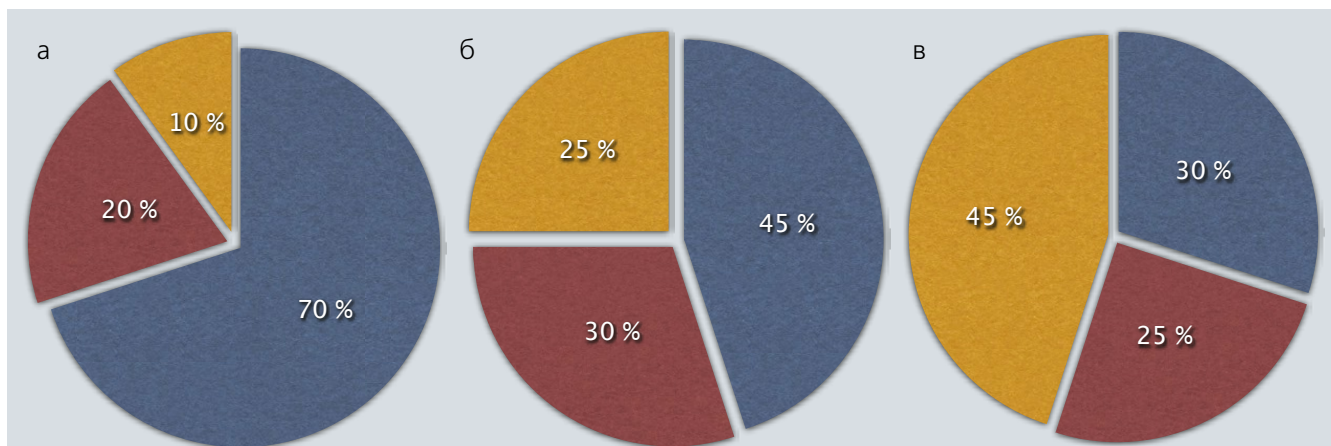
huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

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



Диаграммы текущего и перспективного состояния объема заказов разных категорий: а — необходимые заказы, б — достаточно важные заказы, в — избыточные заказы. Полный круг — это объем заказов до начала в России экономического кризиса и эпидемии коронавируса. Темно-синим цветом показан примерный усредненный сохранившийся объем заказов в каждой категории, темно-коричневым цветом показан прогнозируемый объем, который может восстановиться в обозримом периоде времени (несколько месяцев). Темно-желтым цветом показаны объемы заказов, которые, скорее всего, окажутся потерянными или будут восстанавливаться продолжительное время

Также есть компании, которые продают товары по каталогам. Имея огромный ассортимент, выставить его весь в торговом зале нет никакой возможности. Особенно, если продажа ведется через сеть мелких дилеров или агентов. Для них каталог является рабочим инструментом. Разумеется, этот вид продукции также сохранится, причем увеличение активности в области «немагазинных» продаж может даже привести к росту объемов таких заказов. В раздел каталоги можно добавить и туристические каталоги, которые создавали ряду типографий неплохой объем заказов. Как только туризм «разрешат», этот сегмент начнет активно восстанавливаться, правда произойдет это скорее всего уже с нового туристического сезона. Запускать каталоги на возможный «остаток» сезона невыгодно.

Перечень «необходимой» продукции можно продолжать и дальше. Но нам важно было показать подход, как такую продукцию определить и вычлени из прочей. Все сказанное, впрочем, не обещает того, что бизнес по изготовлению необходимой полиграфической продукции сулит типографии легкую жизнь. Рынок поменялся безвозвратно. Заказчикам так же сложно, как и всем. Они будут и дальше «прессовать» по ценам, требовать более длительной рассрочки, модифицировать в сторону удешевления свою продукцию, но полностью рынок этих заказов не исчезнет и даже пострадает не сильно, по крайней мере, спустя некоторое время.

Достаточные заказы

Правильнее было бы сказать «достаточно важные» заказы. В эту группу

стоит отнести печатную продукцию, без которой можно попытаться обойтись, но это будет крайне сложно и скорее всего с неизбежными потерями. Например, в любом серьезном автосалоне можно найти немало достойно выполненной рекламной продукции (каталоги по каждой модели автомобиля, каталоги опций, аксессуаров и т. д.). Чем более престижным считает себя данный автопроизводитель, тем больше таких каталогов будет в автосалоне. Наверное, можно пытаться работать и без этой полиграфической продукции, но покупатель может этого «не понять». Есть сложившиеся традиции, и если их нарушать, то последствия заранее оценить трудно. Такого рода продукции на рынке можно насчитать довольно много. Любая солидная организация, банк, страховая компания, юридические, медицинские компании, фитнес-клубы и т. д. по-хорошему должны иметь набор печатной продукции.

К достаточно важным можно отнести приличный объем полиграфических заказов, которые относятся к категории товаров для розничной продажи: беловые товары, календари, плакаты, игры и т. д. Кроме того, к этой категории относится различная вспомогательная полиграфия, например инструкции, документация, учебные пособия. Если школьные или вузовские учебники — продукция необходимая, то существует еще набор дополнительных образовательных изданий, которые не являются обязательными, однако те, кто относится к учебе серьезно, обычно эту продукцию приобретают.

Документация на товары и услуги раньше считалась обязательной про-

дукцией, но в последние годы большинство товаропроизводителей стали упрощать себе задачу. Вместе с товаром вкладывается документ с минимально необходимой информацией, в котором описано, где в интернете найти полную документацию. Есть, правда, категория товаров, для которых полноценная инструкция является обязательной (например, лекарственные препараты), а во всех остальных случаях документация изготавливается по желанию товаропроизводителя. И чем солиднее товаропроизводитель, тем более объемная и подробная инструкция у его продукции.

В эту же категорию можно добавить некоторые виды книжной продукции, например часть книг по требованию, которые связаны с допечатками тиражей. То есть печатать их, вообще говоря, необязательно, но если допечатать, то есть шанс немного заработать. Здесь важно разделить понятия. Допечатка может быть связана с уже свершившейся продажей (книга продана через интернет или магазин заказал еще экземпляров) или возможна по инициативе издателя, если он чувствует, что книга «пошла». Так вот случаи допечатки без гарантированной реализации в настоящее время будут сведены к минимуму.

Категорию достаточных заказов можно охарактеризовать следующим образом: это либо товары, которые можно продать, или они являются почти обязательными для продажи других товаров или услуг. В самых тяжелых случаях без этой продукции, конечно, можно обойтись, но результат будет страдать, особенно на фоне конкурентов, которые этот вид про-

Упаковка как спасение? (еще одна страшная сказка)

Многие рекламные и коммерческие типографии уже сейчас начали активно думать о тотальном перепрофилировании своей деятельности и переходе на производство упаковки. «Коммерческая продукция умрет, а упаковка будет всегда» — примерно таким принципом они руководствуются. Спорить с этим утверждением сложно, существенная доля правды в этом есть. Но тут нужно понимать следующее: пандемия и всеобщий мировой кризис ускорили целый ряд тенденций, которые медленно формировались в последние десятилетия. В частности, речь идет о торговле через интернет. Огромное количество людей в силу самоизоляции или запретов на выход из дома вынуждены были пользоваться интернет-закупками всего необходимого. Многие продолжали это делать в течение нескольких месяцев. И большинству это понравилось! Несколько кликов мышью, и все необходимое вскоре приезжает домой. Очень удобно.

Это значит, что торговля через интернет будет стремительно развиваться. Недаром крупнейшие мировые торговые площадки — Amazon и Alibaba — сейчас принадлежат самым богатым людям (один — самый богатый в мире,

другой — самый богатый в Азии). Да и сама интернет-торговля существенным образом меняет представление об упаковке. В России и в ряде развитых стран через интернет продаются товары, предназначенные для обычных магазинов. Но в Азии уже норма, когда компания специально готовит свою продукцию для продажи через интернет. У нее упаковка есть, но она чисто транспортная и порой вообще не содержит никакого изображения! И это тренд! Зачем что-то печатать на упаковке, если клиент выбирает товар по интернету, где представлена о нем информация в лучшем виде. Об этом тренде уже активно думают и в США, и в Европе. Но пока сила традиции сильнее. Тем не менее кризис может сподвигнуть товаропроизводителей на экономию на упаковке и отказ от всех дизайнерских изысков. Упаковка будет простейшей, в лучшем случае с печатью в одну краску. Этого достаточно для интернет-торговли. Типографии, печатающие упаковку, на этом сильно пострадают. То, что интернет-торговля будет развиваться, вряд ли кто-то будет спорить. Так что стоит ли срочно перепрофилироваться в упаковочную типографию — еще большой вопрос. По крайней мере, в среднесрочной перспективе.

дукции сохраняют. Эпидемия и нефтяной кризис, конечно, сильно ударили по этому виду продукции, но по мере восстановления разных видов бизнеса оживет и этот сегмент, вероятнее всего с некоторой коррекцией в сторону сокращения.

Избыточные заказы

Этот сегмент полиграфического бизнеса описать наиболее сложно. Провести границу между необходимыми и избыточными заказами не просто. Если с разумной точки зрения тот или иной заказ можно считать явно избыточным, то с точки зрения того, кто это заказывает, он может быть абсолютно необходимым. Тем не менее общий критерий все же можно определить. Если без данной продукции можно легко обойтись всем — и тем, кто заказывает, и тем, кто потребляет, то скорее всего продукция избыточная.

Долгие годы в России было принято оформлять в премиальном полиграфическом исполнении годовой отчет любой солидной и не очень компании. Кроме как из соображений своеобразного престижа другого объяснения такому подходу не было. Постепенно этот вид продукции стал исчезать и сейчас встречается редко. Эпидемия вероятнее всего добьет этот вид продукции.

Может показаться, что избыточной продукции на рынке мало. На самом деле она существует в весьма приличном объеме. Есть немало периодических изданий, которые живут на чьей-то дотации или прямом финансировании.

«Содержать» средства массовой информации могут и государственные структуры, и частный бизнес. Например, правительство Москвы содержит районные и окружные газеты с целью информирования об успехах работы мэрии Москвы. И таких проектов много. Доводилось видеть издания, выпускаемые спортивными федерациями, различными профильными ассоциациями, министерствами и т. д. Например, Минобороны России выпускает десятки различных журналов военной тематики, и на их производство специально выделяются денежные средства.

Немалый объем полиграфических заказов создавали до недавнего времени корпоративные издания. Стало модным на первые юбилеи компании издавать о ней книгу, выпускать корпоративное издание (порой даже несколько — для руководства и для персонала). Среди рекламной продукции также встречались издания, печатать которые было совсем не обязательно. Но это делалось либо по инерции, либо под чей-то интерес.

Можно отметить и растущий в последнее время сегмент «частной книги». Оказалось, что в нашей стране немало желающих написать и за свой счет издать книгу. Причем необязательно с коммерческими целями, просто для себя, для потомков, друзьям подарить и т. д. Сюда же можно отнести и так называемые фотокниги. Никакой рыночной необходимости в их изготовлении нет, но кто-то готов потратить на это свои личные деньги (а порой и корпоративные).

И наконец, продукция, которая еще не так давно создавала заметный объем производства некоторым крупным типографиям. Речь идет о ритейл-каталогах (каталогах торговых сетей). До недавнего времени большинство торговых сетей считали необходимым издавать такие каталоги и вкладывали в это приличные средства (каталоги выпускались часто и огромными тиражами). Однако для работы супермаркета каталог, прямо скажем, сильно необязателен. Очень мало кто из покупателей изучал этот каталог дома и потом приходил по нему покупать товары. Но кто-то продвинул мнение, что «это важное средство развития бизнеса» и торговые сети активно в это погрузились. Но еще до эпидемии стало понятно, что большого роста продаж от этого вида полиграфической продукции не происходит, и уже в 2019 г. заказы на нее стали сокращаться. Текущий кризис еще больше усугубит ситуацию.

Производство избыточных заказов пострадает сильнее всего. Заказчики будут экономить, и если от какого-то печатного продукта можно безболезненно отказаться, то печатать его не будут. Здесь, конечно, нужно сразу оговориться, что полностью данный сегмент не исчезнет. Кто-то может вполне успешно продолжать тратить на него деньги из самых разных интересов, как экономических, так и политических или психологических. Во всяком случае, типографии, которые специализировались на этой продукции, находятся в группе наибольшего риска.

Новый формат издательского бизнеса



Борис Бобрович,
руководитель проекта книга,
компания «Фотоэксперт»
[Москва]

Компания «Фотоэксперт» — безусловный лидер в индустрии печати фотопродукции на российском рынке. Обладая развитой инфраструктурой и современным высокотехнологичным оборудованием, на предприятии прорабатывают перспективы развития в смежных сегментах полиграфии. Не исключено, что в скором будущем о компании «Фотоэксперт» заговорят как о серьезном игроке в производстве книжной продукции. Первый шаг в этом направлении был сделан еще в прошлом году, когда в декабре 2019 г. на предприятии установили цифровую печатную машину VarioPrint 6330 TITAN от компании Canon. Борис Бобрович, возглавивший новое направление бизнеса компании «Фотоэксперт», рассказал о задачах книжного проекта.

Книги по требованию

Как сразу отметил Борис, у компании «Фотоэксперт» наработан немалый опыт производства изданий по требованию (в частности, фотоальбомов), что подтолкнуло задуматься о его применении в других областях. «Наработки компании позволили сформулировать новый подход к производству изданий по требованию, в частности переложить его на изготовление книг — говорит Борис. — Например, производственный процесс фотоальбомов у нас построен

таким образом, что осуществляется без участия людей, которые классически сопровождают полиграфический процесс (менеджеры, технологи и т. д.). Продукт раскладывается на составляющие, каждой из которых присваивается штрих-код. Заказ поступает в «память» оборудования, при этом не составляется никаких технологических карт, плановых заданий. Есть только электронное табло, где отображаются номера продуктов, которые должны быть сделаны за текущий день. Операторы машин выполняют задания согласно электронной очереди. Количество изделий в смену может достигать до десятков тысяч, поэтому ни о каких наименованиях и распознавании речь не идет. Все процессы автоматизированы и осуществляются по соответствующим кодам. Так, например, совмещение обложки и блока определяется по совпадению штрих-кодов. Очевидно, что для работы с закодированной информацией необходимо высокотехнологичное оборудование — печатное, переплетно-брошюровочное, отделочное и т. д. Оно позволяет мгновенно перенастраиваться и выполнять каждое последующее изделие с индивидуальными техническими характеристиками. Именно на таком передовом оборудовании давно делается акцент при оснащении производства. Более того, речь идет не просто

о технической составляющей, но и выстроенной инфраструктуре, логистике, что в конечном итоге дало возможность начать реализовываться в плане производства книг».

Тем не менее, как отмечает Борис, рынок фотопродукции, заказчиком которой является конечный потребитель, имеет много отличий от книжного бизнеса, где в качестве основного клиента выступает издатель. «Планируя развиваться в книжном сегменте рынка, мы видим для себя приоритетной работу непосредственно с издательствами, которым мы готовы предложить новые подходы к книжному производству, — говорит Борис. — Пока для издателей все еще остается важным наличие менеджеров и технологов, детальное обсуждение заказа в личном общении. И чтобы перейти на новый формат взаимодействия, который в значительной степени автоматизирует процесс оформления макета в производство, конечно, еще многое предстоит сделать. Тем не менее на Западе уже успешно применяются подобные схемы сотрудничества издателей и типографий. Наша страна находится пока только в начале этого пути».

Собственный путь

Борис подчеркнул, что у «Фотоэксперт» собственный путь развития:



В компании «Фотоэксперт» планируют серьезно развивать направление производства книжной продукции. Первым шагом для реализации задач книжного проекта стало приобретение цифровой машины VarioPrint 6330 TITAN от компании Canon для монохромной листовой печати



Цифровая автоматизированная линия Muller Martini Diamant MC Book Of One для производства книг в твердом переплете. Оборудование предоставляет возможность изготавливать единичные экземпляры книг (причем каждую последующую с индивидуальными характеристиками) с высоким профессиональным качеством

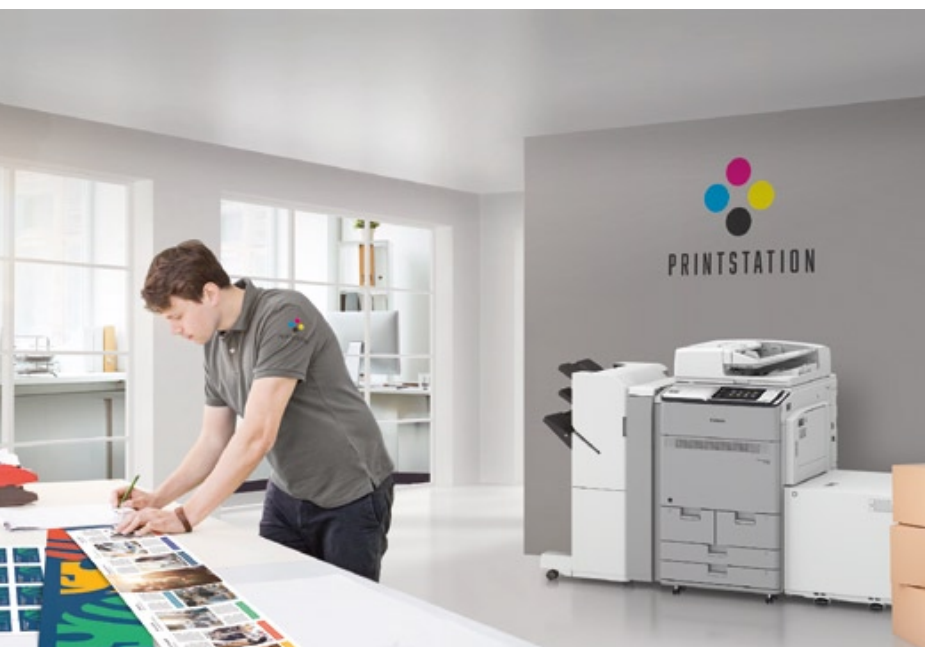
«Как в фотобизнесе мы предлагаем услуги, отличные от других участников рынка, так и в книжном сегменте мы будем предоставлять решения, интересные для издательского бизнеса. Единственное, что пока можно сказать, что формат общения с издателями будет происходить на некой IT- платформе, в которой будет возможность выбирать технические параметры будущего издания. Заказчику будет предложена интересная цена при соблюдении определенных тре-

бований по тиражу и изготовление продукта online в течение 24 ч. Схема выполнения заказа за сутки полностью отлажена на производстве фотоальбомов. Что же касается книг, где требуется несколько иной подбор и скрепление блока, мы отработали эту технологию в тестовом режиме — от момента поступления макета до упаковки и отгрузки тиража на склад».

Как отметил Борис, на предприятии идет постепенное разделение двух на-

правлений бизнеса. Под книжное производство планируется приобретение дополнительного оборудования. Одним из первых шагов стала покупка цифровой печатной машины VarioPrint 6330 TITAN.

«Мы рассматривали приобретение разных вариантов оборудования, — рассказывает Борис, — первоначально задумывались о рулонных струйных черно-белых машинах. Сравнивали их по скорости, формату, возможностям, качеству. Однако на начальном этапе остановили свой выбор на листовой машине цифровой печати от Canon. И этот выбор был сделан по объективным причинам. По всем параметрам машины VarioPrint 6330 TITAN — лидеры в производстве книг. Мы провели серию тестов и были очень довольны результатами. Во-первых, с точки зрения обывателя, цифровой отпечаток ничем не отличается от оттиска, выполненного традиционным офсетным способом, — отсутствует характерный для «цифры» блеск. Во-вторых, с технической точки зрения, машина может запечатывать лист одновременно с двух сторон, при этом скорость



ЛЮБОЙ БИЗНЕС. БЕСЧИСЛЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ. ОДНО РЕШЕНИЕ

imagePRESS C165 — решение всех задач, связанных с печатью. Эта цветная цифровая печатающая машина с легкостью поможет создавать высококачественные рекламные материалы компаниям любого размера.

imagePRESS C165



- Печать со скоростью до 65 стр./мин
- Печать на листах длиной до 1300 мм
- Поддержка тисненых и текстурных носителей плотностью до 350 г/м2
- Точное совмещение верхней и нижней сторон листа для безупречных материалов
- Стабильное качество благодаря технологии коррекции плотности Multi-Density Adjustment Technology (DAT)
- Простое управление цветом и стабильная цветопередача благодаря инструменту калибровки iPRO

- Печать переменных данных и персонализация
- Профессиональные возможности встроенной послепечатной обработки для создания креативных материалов
- Настройка рабочих процессов в соответствии с бизнес-требованиями при помощи простых контроллеров

* Смотрите шире
B2B@canon.ru

Canon



Послепечатный комплекс компании «Фотоэксперт» оснащен высокотехнологичным автоматизированным оборудованием, которое позволяет изготавливать тираж в течение суток. Современное оснащение, развитая инфраструктура, отлаженная логистика и автоматизация процесса прохождения заказов позволили компании задуматься о развитии бизнеса в смежных областях полиграфии, в частности производстве книжной продукции



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



*Визуализация эффекта

печати не снижается. Это позволяет сэкономить время на переключении отпечатанной стопы для прогона оборотной стороны листа. Температура запекания чернил невысокая, что не ведет к деформации материала, а значит, мы получаем идеально ровный книжный блок для дальнейшей обработки. Что важно, машина поддерживает печать различных форматов бумажных носителей, в частности формат листа 35х50 см, позволяя изготавливать сразу 8-страничную тетрадь. Иными словами, для книжного бизнеса это, очевидно, наиболее подходящая машина монохромной печати, обеспечивающая рентабельное производство малых тиражей. Сейчас тиражность книг падает. И уже крупные издательства прорабатывают возможность печати небольших партий тиражей — 50 экз. становится вполне издательским заказом».

В настоящее время с «Фотоэксперт» сотрудничают десятки российских издательств, которые размещают заказы на производство книг. Одним из преимуществ компании Борис называет возможность выполнить книжное издание с любым видом оформления — в твердом переплете и мягкой обложке, шитую нитками и с клеевым бесшвейным скреплением, с круглым и прямым корешком: «Сейчас в Европе появляются книги с круглым корешком, но при этом блок состоит не из шитых нитками тетрадей, а из отдельных листов, скрепленных на PUR-клей, или, что еще интереснее, отпечатанные на мелованной бумаге также с круглым корешком с КБС, и при этом корешок держит

РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН,
ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ
РАБОТЫ



ДОСТАВКА
ТИРАЖА



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

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



форму, блок хорошо раскрывается. Это фантастика! На своем производстве мы планируем продолжить тестирование различных

видов скрепления книжного блока, в том числе с круглым корешком без шитья, поскольку решения с использованием полиу-

ретанового клея позволяют делать книги большого формата и объема».

В данный момент производство компании «Фотоэксперт» переезжает на новую площадку в «Технополис Москва», где созданы все необходимые условия для размещения полиграфического производства. «Новые производственные площади позволяют нам выстроить технологический процесс в линию, а также организовать складское хранение готовой продукции, поскольку в отличие от фотопродукции, книжный тираж не всегда отгружается в день изготовления — в любом случае необходима буферизация», — говорит Борис. На новом месте в компании планируют продолжить расширение производственного парка оборудования под задачи книжного бизнеса, поэтому, полагаем, что к концу года информационных поводов у «Фотоэксперт» появится еще больше.

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

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

На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,
метро Празская,
ул. Подольских
Курсанов, 3

г. Чебоксары,
ул. Патриса Лумумбы
д. 8, офис 204

г. Санкт-Петербург,
ул. Химиков 18

г. Ульяновск
ул. Ленина
д. 50/115,
+7-8422-303711

Мы работаем без выходных с **9.00 до 21.00**

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50

e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ! Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК — бесплатно. У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!

«Настоящих буйных мало — вот и нету вожаков»

Памяти Михаила и Владимира Аппалоновых посвящается....



Владимир Аппалонов



Михаил Аппалонов

Наверное, мало в России (да и в ряде соседних стран) таких участников полиграфического рынка, кто никогда бы не слышал о типографии LiniaGraphic! Это предприятие долгое время задавало тон в российской полиграфии и была первой во всем. LiniaGraphic! появилась в 1988 г. и стала одной из первых частных типографий в стране. LiniaGraphic! первой показала рынку, что значит высококачественная полиграфия. Здесь впервые начали применять практику объединения продуманного профессионального дизайна с продвинутым производством, причем дизайнеры работали в самой типографии, и это позволяло получать продуманные, можно даже сказать, элитные полиграфические изделия.

LiniaGraphic! была первым полиграфическим предприятием в России, которое занималось профессиональным продвижением собственных услуг на рынке. В частности, первый каталог полиграфических возможностей LiniaGraphic! сделала для клиентов еще в начале 1990-х гг.! И в нем было много такого, что реально удивляло всех, кто его видел. Сейчас подготовка печатных материалов, наглядно показывающих технические возможности типографии, является нормой для серьезных полиграфических компаний, но тогда это было не просто в новинку, это был принципиально другой уровень...

В этой типографии одними из первых в России опробовались различные новые технологии печати и отделки. Можно упомянуть и печать по полимерным материалам,

LiniaGraphic!

Этот логотип знаком огромному количеству участников полиграфического бизнеса в России и в целом ряде зарубежных стран. LiniaGraphic! одно из самых первых в нашей стране частных полиграфических компаний, созданное с нуля еще во времена Советского Союза. Летом этого года основателям этой типографии исполнилось бы 60 лет...

и УФ-печать, и высокорезактивную УФ-печать, и промышленное ламинирование, позволяющее самостоятельно изготавливать металлизированный картон, и многое другое. Более того, вовремя предсказав основные тенденции развития полиграфического рынка России, LiniaGraphic! первой занялась конверсией производства и переходом от производства рекламной продукции к упаковочной, сохранив, впрочем, и рекламный бизнес. И вновь все прошло по-серьезному: собственные конструкторы, грамотные технологи, продуманный маркетинг...

LiniaGraphic! в течение многих лет была лидером российского полиграфического рынка. И остается им спустя 32 года. Многие другие полиграфические предприятия в нашей стране учились на опыте «Линейки» (так ее часто называли), даже в чем-то подражали ей. Туда всегда можно было приехать в гости, увидеть что-то интересное для себя, обсудить проблемы и пути их решения. В «Линейке» всегда охотно делились своими достижениями, показывали возможности, ничего не скрывали.

Удивительное дружелюбие и открытость всегда были присущи основателям этой типографии братьям-близнецам Михаилу и Владимиру Аппалоновым. Многие о них говорят примерно одну и ту же фразу: «С первых минут знакомства начинаешь чувствовать, как будто общаешься со старыми друзьями, так легко, просто и непосредственно происходит общение». И мы готовы это подтвердить. У нас тоже получилось именно так.

Создателям типографии LiniaGraphic! братьям Михаилу и Владимиру Аппалоновым 25 июля 2020 г. исполнилось бы 60 лет. Но, к большому сожалению, их уже нет в живых. Почему-то в нашей стране так часто бывает — действительно талантливые и неординарные люди редко доживают до глубокой старости. За примерами далеко ходить не надо...

Друзья и коллеги братьев Аппалоновых предложили нашему издательству «Курсив» подготовить публикацию в память об этих удивительных людях, что мы с удовольствием и сделали. Здесь приведены высказывания друзей Михаила и Владимира, в которых они вспоминают моменты из прошлого. Все сошлось в желании увековечить память о братьях. Есть предложение создать национальную полиграфическую премию их имени. Мы полностью За!



Коллектив типографии «Линия График»:

«Быстро летит время. Вот и 20-й год 21 века миновал макушку лета. Чего только не было в этом году — и зима без снега, и прочие хлопоты... И не было в этом году с нами двух замечательных людей — Миши и Володи Аппалоновых, которые на днях отметили бы свое шестидесятилетие.

Хотя почему не было? Они были. Были среди нас своими знаниями и умениями, добротой и бескомпромиссностью. Были своей способностью поднимать утилитарный вроде вид производства — полиграфический — до заоблачных высот дизайнерского и технологического совершенства. След их — скорее даже, не след, а наследие — проявляется и в сегодняшних достижениях их коллег по цеху, развивающих печатное дело день за днем.



«Напутственная» картина, из офиса LiniaGraphic!

В типографии «Линия График» — любимом детище братьев — висит картина, аллегорически изображающая старт кооператива «Линия» в большую жизнь. Огромная картина, и персонажи на ней в рост человека... На ней Миша и Володя получают от Ельцина напутствие. Картина полна позитивом и надеждой на лучшие свершения. Весь мир открыт для молодых людей. И как же сейчас, спустя десятилетия, заслуживает уважение их последовательность и настойчивость не сходить с избранного пути.

Сейчас, когда братья сами не могут принять поздравления, нам бы хотелось поздравить с юбилеем всех, с кем они были знакомы. Всех, с кем так или иначе их сводила судьба. Всех, кому довелось трудиться с ними, встречаться или отдыхать. Всем нам повезло, ведь с настоящими людьми мы в жизни встречаемся нечасто, а Миша и Володя — настоящие люди, которых сейчас так не хватает нам всем.

Михаил Владимирович и Владимир Владимирович Аппалоновы, с юбилеем!»



Дмитрий Лаврик, генеральный директор «Альфа-Дизайн» (Москва):

«Братья были необычными людьми. Очень похожими и очень разными одновременно. Каждый был особенным по-своему. Помню, я познакомился с Вовой в начале 90-х. Он приехал к нам в типографию на Авиамоторную. Был какой-то общий вопрос. Минут десять мы говорили о деле, а потом до позднего вечера обо всем. Мне это сложно описать, обладая заурядными литературными способностями. Он умел располагать к себе людей моментально, не делая никаких усилий и, мне кажется, сам того не осознавая. Это было его естественным состоянием. Доброта. Обаяние. Позднее я был свидетелем того, как многие мои товарищи, знакомясь с Вовой, были очень быстро расположены к нему. Мне кажется, доброта (не знаю, как это назвать еще) не просто была очевидным Вовиным свойством, она наполняла все пространство вокруг и заряжала людей, которые находились рядом. Я общительный человек и уже не так молод сейчас, но ни до, ни после я не встречал ничего даже отдаленно напоминающего эту уникальную особенность Аппалопова Младшего. Это было настолько очевидно и настолько сильно и необычно. Расставаясь в тот день с человеком, которого в первый раз увидел несколько часов назад, я расставался с другом, которого знал всю жизнь. Родство душ — по-моему, так называется это ощущение в классической литературе.

Когда через пару месяцев мы с дружной полиграфической компанией вылетали из Шереметьево 2 в заморские страны для знакомства с продвинутыми зарубежными типографиями, я увидел Аппалопова у стойки регистрации. Преодолев разделявшие нас пару десятков метров в два прыжка, я сгреб Аппалопова в охапку и немного приподнял от пола. Эмоции переполнили меня — я не знал, что Вова летит вместе с нами и был необычайно рад такому подарку судьбы. Секунда, и я слышу от человека, которого еще держу в руках, фразу, произнесенную невозмутимым и очень тихим голосом: «Извините, молодой человек, не могли вы меня поставить на пол?» Опускаю. Понимаю, что что-то нет так. Мгновение я в замешательстве. Это же Аппалопов! Почему он меня не узнает?? Миша, как и много раз после, вносит ясность в ситуацию одной короткой фразой и спасает меня от неловкости: «Вы, наверное, путаете меня с братом, я — Михаил». Конечно, я знал, что у Вовы есть брат-близнец. Но сходство было так велико, момент так скоротечен и эмоционален, что я не вспомнил об этом и был полностью уверен, что обнял Вову. Так я познакомился с Мишей.

Только на первый взгляд братьев было сложно различить. Я достаточно быстро научился это делать. Миша всегда был строже. Другие глаза. Другой взгляд. Меньше эмоций. Аппалоповы были старше меня. Но разницу в возрасте и дистанцию я ощущал только с Мишей. Помню, что мы достаточно часто спорили. В больших компаниях и не очень. На разные полиграфические темы и не только. Будучи молодыми, амбициозными максималистами, мы не замечали, как споры уходили в ночь. Миша и Вова иногда придерживались разных позиций. Но в конечном итоге Вова всегда поддерживал брата. Как-то раз я был немного раздосадован таким ходом событий. Попросил Вову остаться еще на несколько минут в лобби отеля после того, как все разошлись. И без обиняков спросил: «Почему так?» Вова в присущей ему манере, понизив голос «до Армстронга», сказал: «ОН — Старший Брат, родился на несколько минут раньше». И улыбнулся своей обезоруживающей улыбкой. Так умел только он. Разговор был окончен. Все стало понятным мне. Другие глаза. Разный темперамент...

Только с годами и жизненным опытом я стал понимать — насколько легче живется младшим братьям за широкой спиной старших. Старший — ответственность. Младший — безмятежность. Эта разница в несколько минут сделала из Миши не просто старшего брата. Она сделала из него — философа. Мишина особенность: лаконично и очень точно формулировать суть происходящего и собственный взгляд на обсуждаемый вопрос. Разных ситуаций в подтверждении этого было много. Здесь приведу только один случай. Едем из аэропорта Дюссельдорфа в отель. Период Друпы 2008. К традиционно приподнятому настроению, которое предшествует всем совместным полиграфическим «вылазкам», подмешана большая ложка дегтя в виде кризиса в экономике, который к началу выставки проявился уже во всей красе. Практически для всех присутствующих этот экономический фактор вносит серьезные коррективы в оптимистичные планы развития бизнеса, построенные в период, прошедший после Друпы 2004. Много слов, много эмоций на фоне столь животрепещущей темы. Вдруг на секунду в компании человек из десяти восстанавливается тишина после риторической фразы вопрошавшего — «как жить и работать дальше?» В этой тишине не громко, но четко звучит Мишина фраза (который до селе дремал и, казалось, в разговоре участия не принимал). Фраза, определившая концепцию выживания отрасли на ближайшее десятилетие — «Грёбом, грёбом — весла в лизинг».

Было еще очень много замечательных историй, связанных с братьями Аппалоновыми. Я надеюсь, что когда-нибудь мы все вместе сделаем книгу о них. Это надо сделать обязательно. Они были не просто замечательными людьми и нашими соратниками, они были символом эпохи Романтизма в отечественном полиграфическом бизнесе. Символом эпохи, которая ушла вместе с ними. Навсегда».



Андрей Попов, директор АО «Формат» (Екатеринбург):

«Есть люди, встречи с которыми делают тебя лучше. Это люди, у которых тебе есть чему учиться. Это люди, которые готовы с тобой поделиться. И им есть чем, так как то, что они сделали, настолько здорово, умно и круто, что возникает чувство счастья. Хочется точно так же делиться добрым словом, добрым делом, удачным решением с теми, кто просто рядом. Без пафоса и длинных речей, к которым магнетически тянет интеллигенцию.

Чего сегодня не хватает в стране — идеологии и правильных людей. Людей умных, успешных, умеющих придумывать и создавать невероятные идеи и вещи. Уже потом рождаются легенды. «Жизнь удалась!» — черной икрой по красной икре.

Аппалоновы собрали невероятно крутую команду, невероятное созвездие личностей, и каждый вносил свой вклад, свою лепту в общее дело, не считаясь со временем. И яркая надпись «LiniaGrafic!» горела на небосклоне не как мертвый неон бездушных городов, а как ослепительная красота зари бескрайнего утра. Дух этой команды делал чудеса, когда не стало Володи (производство двигал он), а Мишаня, временами делая головокружительные глупости, теряя людей, оставался знаменем своей компании.

Когда Володя был жив, их часто путали с Мишкой. Общим у них были — честность, порядочность, открытость, готовность поделиться тем, что есть, а не тем, чего много. Я никогда не слышал от них ни одного плохого слова в адрес любого человека, хотя люди вокруг были разными, том числе и очень заслуживающими эти плохие слова.

Их эпоха сильно, а безвременный уход печально сказались на их детище, и воздадим должное тем, кто сегодня

стоит у руля этой компании. «Время — самый честный человек!» — это поговорка французов. Сегодня те, кто поднял свою типографию из ничего до уровня крупной компании, и те, кто остался в окопе для стрельбы со слона стоя, вспомнят только хорошим словом двух незаурядных людей.

Сегодня им могло быть 60, но не случилось.

Светлая память!».



Андрей Ютишев, генеральный директор «Омега-Принт» (Ростов-на-Дону):

«Встречи с Мишей на профессиональной почве для меня незабываемы. Я часто бывал у него на производстве в LiniaGraphic!, и Миша всегда открыто делился своим опытом и давал много дельных советов. И это было для меня очень ценным. Я стремился подражать хорошему примеру, и его наставничество по некоторым производственным вопросам послужило определенным импульсом к развитию, например, книжного производства в моей типографии. И в этом плане я, несомненно, благодарен Михаилу.

Знаковой для меня вспоминается еще одна история. Это была рабочая поездка в Чикаго в составе полиграфической делегации. Возвращаясь после деловой встречи, Михаил вдруг попросил остановить автобус и сказал, что поедет играть в гольф! Это меня сильно впечатлило. В то время о гольфе я знал только из фильмов. По прилету в Москву я увидел, как Михаил разгружал клюшки для гольфа. Тогда я еще узнал, что для этой игры есть снаряжение. Через некоторое время мы встретились с Михаилом в Москве по работе, и на следующий день он предложил поехать с ним поиграть в гольф в Нахабино. Где я и где гольф? Но мне интересно! И мы отправились на поле. Я ходил за ним по пятам, как кедди, ничего особо не понимая. И тут начался проливной дождь. Но Миша продолжал играть: «Гольфисты просто так не уходят с поля!» Так состоялось мое первое знакомство с гольфом, с культурой этой игры. А через месяц у нас в Ростове-на-Дону открылся гольф-клуб... И вот уже 10 лет я занимаюсь гольфом и не понимаю, как без этого можно жить! Вот так, по стечению обстоятельств, Михаил, будучи сам увлеченный гольфом, познакомил меня с этой игрой, заинтересовал и тем самым на долгие годы повлиял на мои увлечения. Гольф — это дружеская игра, игра джентльменов. Каким и был Миша».



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

«Современная система ценностей привела к тому, что люди по всему миру научились хорошо реагировать только на негатив: кто-то умер, кто-то арестован, что-то взорвалось, где-то вышло из берегов и т. д.

Вова и Миша Аппалоновы принадлежали к поколению людей, которые ценили другие новости — новости про создателей, их интересовало что-то талантливо и мощно созданное. Это уже большая редкость. У современного человека, к сожалению, разрушены центры созидания, обострены, можно сказать, обнажены центры потребления. Поэтому без серьезных потрясений, я думаю, нынешние люди не способны к осознанной созидательной деятельности.

Я коснулся этого собственно потому, что нынешние 30–40-летние, входящие в нашу сферу человеческой активности, как правило, уже плохо знают ближайшую историю нашей отрасли, ту же «Линейку», выдающуюся организацию талантливых людей «Линию График». А ведь этот полюс человеческого притяжения был создан Вовой и Мишей. Сколько людей прошло школу человеческого воспитания у братьев

Аппалоновых! Школу порядочности и доброты, щедрости и любви к людям...

Я начинал свое движение в полиграфии, когда ребята уже были известны на всю страну. Как-то удалось узнать мобильный телефон Вовки Аппалоннова (я его до сих пор не удалил из памяти телефона, как и Мишкин, впрочем), осмелился, набрал, представился... Мы с Вовой вздохнули разговаривали около часа, обсуждали и тонкости, и трудности очень открыто, доброжелательно, и после этого уже были фактически родственниками на всю жизнь.

Наверное, когда я сел это писать, хотел обратиться и к тем, кто хорошо знал ребят, и к тем, кто слышит их имена впервые. Поэтому постараюсь больше уделить внимания тем, кто мало знаком с братьями Аппалоновыми.

Мы с Вовой и Мишей были родственниками с конца прошлого тысячелетия. Большая заслуга в том, чего достигли ребята, принадлежит первому директору «Гейдельберг-СНГ» Володе Бабаеву. Он собрал нас и сделал фантастически интересное образование — «Гейдельберг Клуб». И наш клуб был сформирован вокруг «Линейки» и братьев Аппалоновых. Хотя были и такие звезды, как Марина Переверзева и Сережа Тарубаров. Это был последний исход генерации, извините, советских созидателей. Сейчас такие люди не производятся. Для этого надо восстановить образование и науку, мораль и идеологию. Несмотря на весь наш скепсис ко всему позднесоветскому, это именно так.

Братья были гостеприимным и хлебосольным центром притяжения в клубе. Сколько было выпито и выкурено! Мы ездили по всему миру: Япония, США, Бразилия, Монголия, Китай и вся Европа. И все это было очень полезной и интересной рабочей командировкой. Мы везде были доброжелательно полезны друг другу, интересны вздохнули. И это давало необыкновенные конкурентные преимущества, как ясно теперь.

Например, 11.09.2001 мы были на полиграфической выставке в Чикаго. Мы, находясь в выставочном павильоне, видели в реальном режиме времени разрушение башен-близнецов и другие события. Потом две недели мы пытались вылететь из Америки, но ничего не летало. И нам пришлось плыть через Атлантику на корабле. Из Америки в Англию плыли неделю. Я был с Мишей в одной каюте. Сказать, что он был беспокойный сосед — ничего не сказать! Каждое утро Мишка распаивал иллюминатор, вылезал в него наполовину и кричал: «Лёха, Земля!». Мы никогда не сдерживали себя в розыгрышах друг друга, добрых розыгрышах. За все время я не могу вспомнить ни одного поступка, в котором был бы намек на (говнистость) непорядочность.

В 1998 г. исполнилось 60 лет со дня рождения Владимира Высоцкого. Мы все были воспитаны на его магнитофонных песнях. Сын Высоцкого, Никита, заказал в нашей типографии юбилейный календарь. Его решено было сочинять творческой группе «Митьки», Дмитрию Шагину. Никита принес реальные, живые фотографии из Театра на Таганке. С реальным, живым Высоцким. Папка с фотографиями у меня хранится до сих пор. Я увидел братьев в первый раз после этой работы и удивился, насколько они похожи на Высоцкого. Символично, но братья родились в день смерти певца — 25 июля. «Настоящих буйных мало — вот и нету вожаков» — это был жизненный девиз братьев. Жить на полную катушку, от всей души, не подавляя конкурентов ни морально, никак. Поразительно порядочные ребята. Я не помню, когда бы они высказывались о ком-то с нетерпимостью, со злобостью. Я не могу так, пока не могу. Пишу все это в надежде показать молодым, что можно созидать, не ходя по головам, не наступая на руки. Несмотря на время, когда многие успешные, так называемые олигархи, рвали державу, «мочили» и давили друг друга направо и на-

лево. И главным признаком успешного «бизнесмена» была жадность, наглость, воинствующая серость... И были братья Аппалоновы... Сейчас их нет. Успешные «бизнесмены» летают в Англию, пообтесались, частично истребились.

Я на год старше братьев, не идеалист, но мне так не хватает временами их доброты и человечности. Как смешно по сравнению с ними и с вечностью выглядят обладатели яхт с ядерными энергетическими установками. Человеку немного надо. Ребята были и остались для нас примером во многом.

Я хотел бы, чтобы у нас существовала ежегодная премия в полиграфии, в разных сегментах: в упаковке, в рекламе, в книгоиздании. Премия имени братьев Аппалоновых. И приложу свои силы, чтобы это реализовалось. Надеюсь на вашу поддержку».



Владимир Бабаев (1996-2005 – генеральный директор «Гейдельберг-СНГ», с 2005 – эксперт и тренер по стратегическому управлению организациями и предприятиями):

«С братьями Аппалоновыми я познакомился осенью 1995 г. Это было время, как мы говорили, «быстрых стрелок», когда оно летело с бешеной скоростью, а мы были в центре событий, которые меняли полиграфию и нашу жизнь. Хотелось все успеть, и 24 часов в сутках просто не хватало, поэтому часто «жгли» ночи напролет, чтобы успеть за своими устремлениями. Только с такими людьми — яркими, неординарными и талантливыми, как Владимир и Михаил, — могла зародиться новая полиграфия в России, примером в которой для многих стала созданная Володей и Мишей типография «Линия График». Во времена больших перемен особенно важны для партнеров личные качества, где каждый отвечает за свои слова, когда можно положиться друг на друга и знать, что друг не подведет. Это все было проверено много раз временем в наших близких отношениях, при выполнении контрактных обязательств, при решении производственных и управленческих проблем, различных непростых ситуациях, в которых мы оказывались вместе в поездках по всему миру и на различных мероприятиях. И кажется, что «Жизнь удалась!» (запомнившийся многим слоган, вышедший из «Линия График»), но она оказалась короткой у Володи и несколько длиннее у Миши. На днях им исполняется 60 лет. Их с нами нет, но они всегда со своими родными и друзьями. И со мной, какими я их знал, моими надежными друзьями и партнерами».



Глеб Газукин, генеральный директор BOBST Россия:

«Я помню, как Анатолий Щелканов как-то сказал: «В очередной раз был в «Линейке», и в который раз убедился в том, что эти Братья очень много думают и очень много делают правильного».

Каждая встреча с этими двумя людьми или кем-то одним из них была для меня незабываема. Встречаясь с ними, мы все чему-то учились и узнавали много нового, так «Линия График» была пионером во многих направлениях нашей индустрии.

Из совсем личного — было интересно наблюдать, как некоторые из нас не только пытались перенять прогрессивный опыт и быть похожими на «Линейку», но также хотели бы быть просто похожими на Мишу и Володю. Копировали и подражали не только их бизнесу, но и их манере поведения. Мне их очень не хватает. Хотел бы, чтобы смогли увековечить их память. Например — утвердить Премию (Награду, Почетный Знак) Аппалоновых».

Восстановление объемов, или Необходимая часть бизнеса издателя



Юрий Вихалевский,
директор,
«Ульяновский Дом печати»
филиал «Первой образцовой
типографии»

О том, как текущая ситуация в экономике и отрасли повлияла на загрузку типографий, специализирующихся на книжном производстве, мы попросили рассказать директора «Ульяновского Дома печати», филиала «Первой Образцовой типографии» Юрия Ефимовича Вихалевского.

«Первый миллион книг»

«Ульяновский Дом печати» — одна из крупнейших в России типографий, занимающих лидирующие позиции в производстве книжной продукции.

Любопытно, что так было не всегда. Предприятие существует еще с советских времен, однако книгами оно раньше не занималось. «Я пришел в типографию в начале 1990-х гг., — рассказывает Юрий Вихалевский. — Тогда это было относительно небольшое предприятие, главной задачей которого являлось производство газет, причем способом высокой печати. Газетных изданий тогда выпускалось довольно много, но уровень техники и технологии в типографии, конечно, оставлял желать лучшего, и было оче-



Совершенно бесспорно, что эпидемия коронавируса существенно повлияла на полиграфическую отрасль так же, как и на все прочие виды бизнеса. Причем полиграфия во многом пострадала сильнее других отраслей, ведь в конце концов полиграфическая продукция не является предметом первой необходимости, и от нее можно отказаться. Но по мере того как ограничения, связанные с карантином, постепенно снимаются, начинает восстанавливаться и полиграфический бизнес. Общеизвестно, что наиболее трудоемким полиграфическим продуктом является книга.



В «Ульяновском Доме печати» на листовых печатных машинах manroland изготавливают многокрасочную книжно-журнальную продукцию с использованием смесевых, металлизированных и флуоресцентных красок и нанесением ВД-лака



Для производства продукции в одну-две краски на предприятии используют машины Heidelberg с секцией переворота листа

видно, что ее нужно менять. Причем если в советские времена оборудование типографиям «выделяли», то в новых условиях его нужно было приобретать, а средств на это не хватало». В типографии нашли довольно оригинальный способ начать зарабатывать на техническое перевооружение — освоили производство фотообоев и этикеточной продукции.

«В начале 90-х гг. был период активного переселения народов в связи с разделением Советского Союза на отдельные государства, и к нам из Молдавии приехали два печатника высочайшей квалификации. На двухкрасочной офсетной машине Planeta они смогли освоить печать фотообоев очень высокого качества. Спрос оказался большим, и мы начали зарабатывать свободные деньги на этих коммерческих заказах. Однако я всегда хотел печатать книги, и мы начали постепенно двигаться в данном направлении. Разработали план развития и стали методично претворять его в жизнь», — говорит Юрий Ефимович.

С другой стороны, в те годы существовал огромный спрос и на книги. В типографию обращались люди, которые готовы были заказывать книжные издания в больших объемах. «Производство в нашей типографии было в основном выстроено под газеты, но в изготовлении книг мы видели большие перспективы и стали постепенно приобретать специализированное оборудование. Взяли коммерческий кредит и купили газетную офсетную машину с возможностью печатать в том числе книжные тетради, а также некоторое количество отделочного оборудования для изготовления книг. Кроме этого, стали приоб-



Размотка рулонов осуществляется на флорезальном оборудовании, поставленном компанией «ВИП-Системы»



Рулонная печатная машина Uniset 84 компании manroland позволяет печатать книжные блоки «двойником»



Часть производственного парка рулонного офсетного оборудования для изготовления однокрасочной многополосной продукции



Линия бесшвейного клеевого скрепления Kolbus KM 600



Крышкоделательная машина BDM Universal. На предприятии насчитывается 8 единиц оборудования для изготовления различных переплетных крышек

Высокоавтоматизированные линии для производства книг в твердом переплете — Kolbus BF 511 и Diamant MC 60. Благодаря этим линиям у предприятия есть возможность изготавливать книги с толщиной блока от 2 до 75 мм

ретать необходимое оборудование для книжного производства, бывшее в употреблении, и уже к концу 1993 г. выпустили первый миллион книг».

На предприятии поэтапно стали приобретать новые книжные линии и другое оборудование, необходимое для изготовления книг и частично для газетного производства. Газеты здесь продолжают печатать и сегодня, хотя, как пояснил Юрий Ефимович, объемы сокращаются. Центральные газеты печатаются все меньшими тиражами, а местные издания преимущественно размещаются в другой типографии города, которая лучше подходит под такие задачи.

«Всего должно быть много»

«Для того чтобы была постоянная загрузка, мы поставили задачу создать универсальное производство, — рассказывает директор «Ульяновского Дома печати». — Если раньше мы печатали и этикеточную продукцию, то сейчас сосредоточились на сегменте производства книг, в котором являемся одним из лидеров российского рынка. Мы поставили задачу выпускать книжную продукцию любого формата, любого объема, любого тиража, любой отделки в достаточном количестве, оперативно, когда требует заказчик, особенно что касается бестселлеров, и постоянно развиваемся в данном направлении». Объем оборудования, задействованного в производстве, поражает. Здесь работает 15 рулонных машин разных форматов, 10 листовых офсетных машин производства manroland и Heidelberg, множество единиц послепечатного оборудования. На предприятии установлены автоматизированные книжные линии, целый ряд фальцевальных машин, линий клеевого бесшвейного скрепления, крышкоделательного оборудования и множество вспомогательных единиц оборудования. «У нас всего должно быть много — мы сознательно идем по этому пути, — отмечает Юрий Ефимович. — Среди наших заказчиков



Комплекс допечатного оборудования состоит преимущественно из CtP-устройств компании Agfa

практически все крупные издатели России — для них мы печатаем существенные объемы книжной продукции. Мы уже давно работаем по принципу — «заказчик должен быть доволен», с какими бы запросами он к нам не обращался. Те производственные возможности, которые мы создали, позволяют выпускать продукцию в сроки, которые другие предприятия считают невозможными.



Парк ниткошвейного оборудования для шитья книжных блоков

Наше преимущество в том, что мы можем выпускать книги в самых разных исполнениях, самыми разными тиражами и при этом в короткий срок.

На текущем этапе типография производит около 30% книг в «цвете» и 70% в черно-белом исполнении. Для производства книг в одну краску на предприятии имеется большой парк как рулонных, так и листовых

машин немецких производителей. Например, на рулонной машине Uniset 84 компании manroland есть возможность печатать книжные блоки «двойником». А для эффективной листовой печати в одну краску специально приобретались офсетные машины Heidelberg с секцией переворота листа. Для печати полноцветных тетрадок книжного блока и другой книжно-журнальной продукции применяются четырех- и пятикрасочные машины manroland первого формата — серии Roland 700 и 500. Возможность многокрасочной печати в совокупности с нанесением защитного ВД-лака позволяет на этих машинах выполнять печать красочных обложек для многостраничных изданий, в том числе с использованием смесевых, металлизированных и флуоресцентных красок. Книжное производство также предполагает применение запечатываемых материалов (офсетных и мелованных



Finishing 4.0TM

The Future is automated.
Будущее в Автоматизации.

Полиграфическое оборудование компании Muller Martini, оснащенное системой управления техпроцессами и данными (АСУ ТП) Connex, позволяет организовать сквозную интеграцию с оборудованием заказчика.

Новая концепция Muller Martini под названием Finishing 4.0 демонстрирует растущие возможности, которые компания предлагает своим партнерам в полиграфической области.

Take off with Müller Martini
Стартуй с Müller Martini

MÜLLER MARTINI

Müller Martini – Ваш надежный партнер.

ООО «Мюллер Мартини РУ»

+7 (495) 649-10-05; www.muller-martini.ru



ВЛШРА от компании Muller Martini и японской Osako для автоматизированного изготовления журналов, брошюр и книг, подобранных «внакидку» и сшитых проволокой

бумаг, мелованного картона) разной плотности. И печатное оборудование легко перенастраивается с одного материала на другой плотностью от 60 до 320 г/м². В общей сложности сегодня в «Ульяновском Доме печати» работает 25 офсетных печатных машин, ориентированных под разные производственные задачи. Именно это позволяет обеспечивать слаженность производственной цепочки и осуществлять быстрый запуск в работу тиража любого формата, красочности, полосности и сложности выполнения.

Качество и внешний вид будущей книги во многом зависит от профессиональной послепечатной обработки (автоматизированной сборки книжного блока и его скрепления, точности изготовления переплетной крышки и книгоставочных операций и т. д.).

«Ульяновский Дом печати» оснащен поточными высокоавтоматизированными линиями для производства книг как в твердом переплете, так и в мягкой обложке и интегральном переплете. Каждый участок послепечатной подготовки продублирован. Так, оснащение переплетно-брошюровочного цеха составляют три автоматические линии для изготовления книг в твердом переплете. Среди них линии Diamant MC 60 производства Muller Martini и Kolbus BF 511 (сейчас, впрочем, это одна компания). «В разные годы мы приобрели книжные блокообработывающие линии этих двух производителей — мировых лидеров в своем классе, и весьма ими довольны. Линия Diamant MC 60 обладает более высокой степенью автоматизации, поэтому позволяет работать мак-

симально эффективно. Если бы нужно было выбирать сейчас, я бы взял Diamant. Но в целом обе линии отлично справляются с задачами», — отмечает Юрий Вихалевский.

Линия Diamant MC 60 позволяет в автоматическом режиме получить профессионально выполненную книгу в твердом переплете. Она включает модули подготовки корешка блока, вставки готового блока в твердую обложку и модуль финишной обработки уже готовой книги — штриховку и обжим. Каждая из производственных операций на линии оснащена техническими средствами контроля и управления, благодаря которым повышается итоговое качество продукции и достигается высокий уровень производительности. К примеру, в автоматическом режиме отслеживается положение входящего книжного блока, а скорость его подачи на линию подбирается исходя из формата. Для качественного кругления корешок блока нагревается инфракрасными излучателями, а нанесение клея для приклейки отделочного материала и каптала осуществляется из клеевой секции, оснащенной устройством для предварительного разогрева клея и встроенным измерителем вязкости. Это обеспечивает непрерывность и качество производственного процесса. Благодаря линиям Muller Martini и Kolbus у предприятия есть возмож-



«Ульяновский Дом печати» входит в число крупнейших полиграфических комплексов по производству книжной продукции в твердом переплете, мягкой обложке и интегральном переплете с разнообразной декоративной отделкой переплета

ность изготавливать книги с толщиной блока от 2 до 80 мм. На крышкоделательных автоматах этих двух производителей изготавливаются и сами переплетные крышки для будущих книжных изданий.

подавляющая часть книг в «Ульяновском Доме печати» выпускается в твердом переплете или с клеевым шитым скреплением (КШС), поэтому на предприятии установлены ниткошвейные машины самых разных производителей в количестве 21 единицы оборудования. В их числе ниткошвейные машины для книжных блоков Aster EVO производства Meccanotecnica (в этом году были приобретены еще две аналогичные модели оборудования), а также высокопроизводительные ниткошвейные машины Ventura MC 3215 от Muller Martini, которые позволяют работать с книжными тетрадами разного формата и легко перенастраиваться как с одного формата тетрадей на другой, так и между видами стежков, а встроенные на машинах оптические устройства сводят к минимуму вероятность ошибки в последовательности сборки тетрадей для шитья.

Тем не менее на предприятии немало книг изготавливается в мягком переплете. Для этих задач здесь работают две поточные линии клеевого бесшвейного скрепления: Kolbus KM 600 и Norm Binder производства фирмы Muller Martini. Для изготовления брошюр на скобе предусмотрены три вкладочно-швейно-резальных агрегата, в частности от компании Muller Martini и японской Osako, поставляемой на российский рынок компанией «ВИП-Системы». Она предназначена для автоматического изготовления журналов, брошюр и книг, подобранных «внакидку» и сшитых проволокой. «В последнее время мы все чаще обращаем внимание на более автоматизированное оборудование, — говорит Юрий Ефимович. — Наши европейские коллеги постоянно твердят о том, что типография будет эффективной тогда, когда сможет производить больше

при меньшем количестве персонала. Я, конечно, с такой постановкой задачи согласен. И мы движемся в этом направлении. Благодаря автоматизации производства и приобретению современного оборудования за последний период численность работников с 1500 человек сократилась на 400 человек, а объем производства вырос».

Возвращение объемов

Оценивая эффективность работы предприятия в кризис в течение последних нескольких месяцев, Юрий Вихалевский отметил: «Конечно, сложившаяся ситуация затронула все сферы бизнеса, ударила и по нашему производству. Но мы не прекращали работать (два-три дня в начале апреля не в счет). Все-таки для издателя производство книг — необходимая часть бизнеса. Объем заказов хоть и просел, но не исчез до нуля. В связи с частичным уменьшением заказов мы сократили рабочее время. Если раньше производство функционировало в режиме 24/7, то в этот период появились выходные и смены стали короче. Весь коллектив работал слаженно, без паники, и в настоящее время мы выходим к полноценному графику. Мне очень приятно, что наши работники хотят вернуться к прежнему режиму работы. Сейчас, в конце июля, могу сказать, что объемы заказов постепенно восстанавливаются. Для нас хорошим объемом считается изготовление до 100 тыс. книг в твердом переплете в сутки (в год это дает около 32 млн экз.). Пока мы еще не вышли на этот результат, но уже близки к нему. Если не случится новых эпидемий и новых ограничений, то, я думаю, осенью объемы производства восстановятся практически полностью. Мы находимся в постоянном контакте с нашими заказчиками, и хотя они говорят о не самой хорошей ситуации с продажами, но за счет пополнения новыми изданиями объемы заказов все же растут». И это не может не радовать! ■



ООО «Бумажная упаковка»

Предлагаем услуги в области послепечатного производства упаковки заинтересованным предприятиям.

- 1 Расфлатовка картона и бумаги.
- 2 Разработка и макетирование упаковки из картона.
- 3 Ламинация по лицу и обороту:
 - горячая;
 - холодная;
 - ламинация листов с предварительно вырубленными окнами;
 - ламинация по микрофруктону;
 - цветная ламинация (уникальным способом, любой цвет).
- 4 Вырубка и конгрев любой сложности.
- 5 Объемная склейка.
- 6 ФСЛ до шести точек с плазменной обработкой.
- 7 Изготовление изделий на 3D-принтере.

ООО «Бумажная упаковка»

☎ +7 499 648 08 60

✉ info@origamo.org

📍 142111, РОССИЯ, МО, Подольск,
ул. Железнодорожная, 20, стр. 4

www.origamo.org

«Игра в пятнашки», или Гибкое управление производством



Екатерина Фролова,
генеральный директор,
полиграфический холдинг
X-PRESS [Иваново]

В прошлом году полиграфический холдинг X-PRESS (г. Иваново) отметил 20 лет с момента своего основания. Это одна из первых коммерческих полиграфических компаний города, входящих сегодня в число крупных промышленных предприятий региона. Типография специализируется на офсетной и цифровой печати, предлагая полиграфические услуги в разных сегментах рынка. В последние годы активный спрос на упаковочную про-

дукцию способствовал развитию и формированию парка оборудования компании для производства картонной упаковки. В числе недавних инсталляций этого года — новый вырубной пресс МК Easymatrix 106 CS первого формата с функцией удаления облоя. Приобретение данного оборудования стало завершающей ступенью в процессе комплектации производственной базы, необходимой на данном этапе для изготовления полноцветной упаковочной продукции.

Профессиональный рост

Типография начинала деятельность в 1999 г. с однокрасочной печатной машины Roland Praktica и резака, купленных на вторичном рынке. Как рассказала Екатерина Фролова, генеральный директор полиграфического холдинга X-PRESS, предприятие создавалось под конкретную задачу — печать полноцветных карманных календарей для кондитерской компании, владелец которой посчитал, что выгоднее будет организовать собственное производство, чем размещать заказы в сторонней типографии. «У нас была постоянная загрузка на карманные календари, — рассказы-

вает Екатерина, — в то время они пользовались огромной популярностью. На однокрасочной машине мы печатали полноцветную продукцию 4+4 да еще с нанесением лака. И, надо сказать, неплохо получалось. Мы расширяли наш пакет заказов, увеличивали производственный парк, и уже через шесть лет у нас было порядка 20 единиц оборудования».

Печатный парк типографии также постепенно разрастался. На предприятии приобрели печатную машину Printmaster 74-2 с секцией переворота листа, а затем офсетную машину третьего формата Printmaster 52-4 от компании Heidelberg. «Потребность в продукции третьего формата у наших заказчиков по-прежнему довольно высокая, и даже наличие цифрового участка, который у нас существует с 2004 г., не заменяет работу офсетной



Печатные формы для всех трех офсетных машин выводятся на CtP-устройстве Suprasetter A75



Печатный парк типографии X-PRESS представлен офсетными машинами компании Heidelberg. На фото: четырехкрасочная машина Speedmaster XL 75, позволяющая изготавливать любую продукцию: рекламную, книжно-журнальную, упаковочную



Машина третьего формата четырехкрасочная Printmaster 52 и Printmaster 74-2 с секцией переворота листа

машины. Она прошла капремонт и находится в очень хорошем состоянии. Благодаря ей мы смогли профессионально вырасти, справляться с разными полиграфическими заказами. В нашем городе мы были, пожалуй, единственной типографией, которая брала в работу любой заказ — самоклейку, самокопирку, книги, каталоги, журналы, блокноты, календари, открытки — все, что можно напечатать. У нас и сейчас нет узкой специализации. Мы старались расширять наши возможности по послепечатным операциям и декоративной отделке, приобретая листоподборочную линию, брошюровальные и фальцевальные машины, календарные линии, тигельные прессы, ламинаторы и т. д.», — говорит Екатерина.

В 2011 г. в типографии X-PRESS установили новую четырехкрасочную машину Speedmaster XL 75. «Это приобретение стало, безусловно, большим шагом в нашем развитии, — отмечает генеральный директор типографии. — Машина способна изготавливать любую продукцию — многополосные каталоги, журналы и книги, рекламную полиграфию, упаковку и этикетку. Это полностью совпадает с нашим видением — все, что можно напечатать, должно быть напечатано. Кроме того, одним из преимуществ нашей типографии является возможность эффективно управлять сроками производства, гибко планируя загрузку оборудования и обеспечивая выполнение «горящих» заказов. Мы называем это «игрой в пятнашки», и клиенты очень ценят возможность разме-



В компании X-PRESS уже более 15 лет используют возможности цифровой печати для производства малотиражных заказов. Некоторое время назад в центре Иваново располагался цифровой салон типографии для работы с частными заказчиками, сегодня же цифра и офсет объединены для обеспечения потребностей основных клиентов компании

Смарт

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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

Большой ассортимент отечественной
и импортной бумаги высокого качества

Расфуровка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН



Вырубной пресс для производства продукции из картона



Послепечатный комплекс для изготовления многополосной печатной продукции (каталоги, брошюры, журналы, книги)



шать у нас срочные тиражи. В этой связи высокий уровень автоматизации Speedmaster XL 75, позволяющий обеспечивать быструю переналадку, смену форм, легкую настройку на тираж, играет существенную роль в сокращении производственного цикла и в конечном итоге положительной оценке нашей работы со стороны заказчика».

Новые направления бизнеса

Как отмечает Екатерина, сегодня коммерческих заказов становится все меньше. Сказываются и кризисные явления, и частичный переход изданий в интернет-пространство,



Наряду с бумагой европейского производства в типографии используют материалы и российского бренда

и явно выраженная специализация рынка — клиенты стараются размещать заказы в профильные типографии. Поэтому поиск новых направлений бизнеса вполне понятен. «Тенденцию сокращения рекламных заказов мы можем отследить по загрузке нашего оборудования. Например, сейчас не так активно используется листоводборочная линия, машина клеевого бесшвейного скрепления тоже задействуется редко. Идет снижение спроса на многостраничную рекламную полиграфию, которую мы до недавнего времени печатали довольно много. При этом увеличивается потребность в производстве упаковки и отделочных операциях. Исторически наш город Иваново известен ткацкой продукцией — здесь фабрики производят комплекты постельного белья, скатерти, покрывала, декоративные чехлы на подушки и т. д. Для всей этой продукции нужна упаковка. Часть таких заказов выполняется на нашем про-



Часть оборудования типографии для декоративной отделки отпечатанных листов — пресс для тиснения фольгой и машина для ламинирования

изводстве. Также большую популярность приобрели настольные игры для семейного досуга. Мы сотрудничаем с компанией-разработчиком таких карточных игр и изготавливаем для них игровые комплекты, в том числе и упаковку. Без картонной коробки сегодня вообще сложно представить повседневную жизнь. Любая продукция — будь то товары повседневного спроса, продукты питания, косметика, бытовая химия — требуют упаковки. Да и любой подарок начинается прежде всего с красивого пакета. Поэтому в структуре наших заказов уже давно присутствует упаковочная продукция. А производственный парк стал пополняться оборудованием для изготовления картонных коробок», — отмечает Екатерина Фролова.

В прошлом году в типографии приобрели фальцевально-склеивающую линию с возможностью склейки до 3-х точек, доукомплектовали еще два тигельных пресса (всего на предприятии 4 единицы) для вырубки малотиражных заказов на коробки и тиснения. В довершении формирования промышленного упаковочного комплекса оборудования в начале 2020 г. в X-PRESS приобрели вырубной пресс МК Easymatrix 106 CS с функцией удаления облоя. «Отвечая на запросы рынка, мы приняли решение усилить наше направление производства упаковки из картона, — поясняет Екатерина. — Объем заказов в этом сегменте растет, и мы вынуждены реагировать на этот тренд. Мощностей имеющегося у нас вырубного пресса уже было не достаточно для того, чтобы оперативно обрабатывать упаковочные заказы, поэтому



В начале этого года на производственной площадке полиграфического холдинга X-PRESS был инсталлирован новый вырубной пресс МК Easymatrix 106 CS первого формата с функцией удаления облоя. Оборудование приобретено с целью увеличения мощностей для производства упаковочной продукции

нам потребовалась дополнительная единица оборудования по вырубке. МК Easymatrix 106 CS весьма производительный пресс, который позволяет получать качественные полуфабрикаты изделий без облоя. Мы активно работаем над тем, чтобы со временем максимально использовать возможности данного оборудования. Наполняем наш пакет заказов на упаковку и планируем серьезно развивать услуги в данном сегменте рынка».

Одним из преимуществ типографии Екатерина называет увеличенный штат менеджеров по работе с клиентами: «Я считаю это большим

Расходные материалы

Превосходство успешных технологий. Heidelberg Saphira.

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

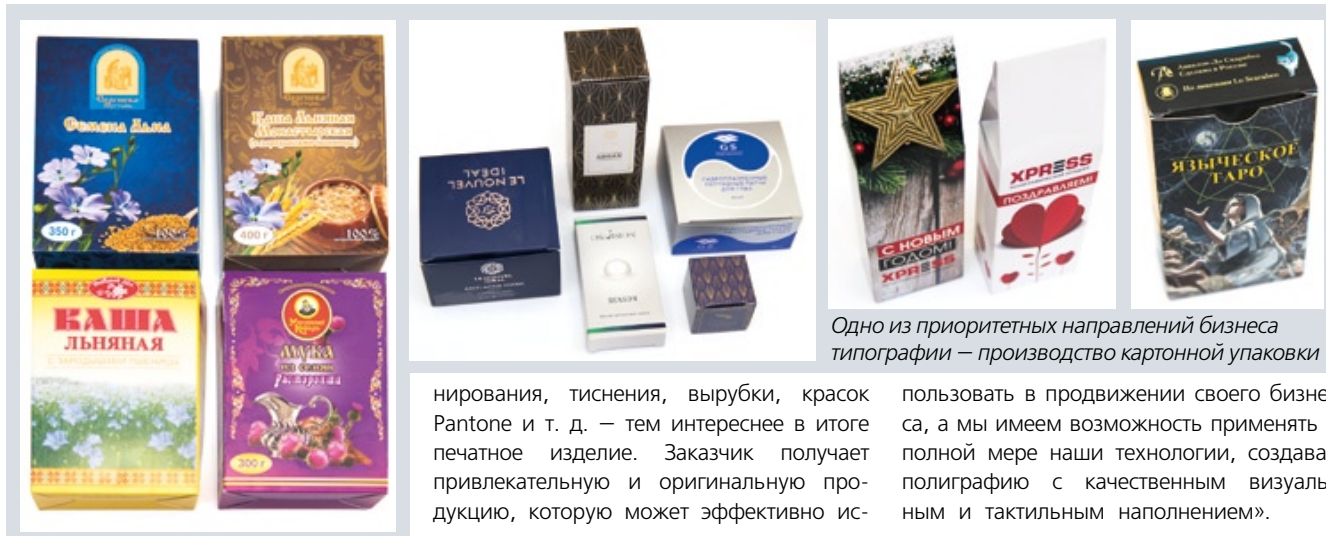
Saphira — это продукция, созданная в результате многолетней работы по тестированию и отбору совместимых между собой материалов, способных обеспечить наилучший результат печати. Эти расходные материалы могут использоваться как для оборудования Heidelberg, так и на машинах других производителей.

➔ www.heidelberg.com/ru/saphira

HEIDELBERG

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





Одно из приоритетных направлений бизнеса типографии — производство картонной упаковки

нирования, тиснения, вырубки, красок Pantone и т. д. — тем интереснее в итоге печатное изделие. Заказчик получает привлекательную и оригинальную продукцию, которую может эффективно ис-

пользовать в продвижении своего бизнеса, а мы имеем возможность применять в полной мере наши технологии, создавая полиграфию с качественным визуальным и тактильным наполнением». ■

плюсом для компании. Возможность уделять много времени общению с клиентами позволяет должным образом обрабатывать обращения, детально просчитывать варианты производства, обстоятельно заниматься текущими заказами, более глубоко понимать перспективные задачи клиента, обсуждать новые проекты и формировать тем самым производственный план, загружая оборудование на полную мощность».

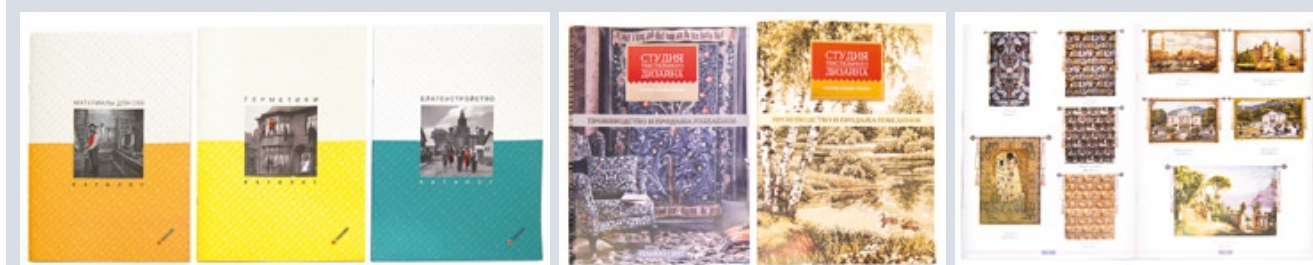
Сегодня типография X-PRESS предлагает как региональным, так и московским заказчикам (которых здесь немало) полный цикл производства печатной продукции — от листовых рекламных заказов до упаковки. Помимо явной тенденции к увеличению количества упаковочных заказов, в типографии отмечают стремление клиентов использовать интересные дизайнерские приемы (делая акцент на материалах, цветовых решениях) и декоративную отделку: «Чем выше «насыщенность» заказа с точки зрения использования отделочных операций — УФ-лакирования, лами-



Гигантские карты формата А3 типография придумала в качестве подарка на свое 15-летие, а в прошлом году в честь 20-летия организовала конкурс «Типография глазами детей». Рисунки стали основой для создания календаря, послужившего подарком партнерам и клиентам



Печатную продукцию на пружине — блокноты, календари и т. д. — заказывают корпоративные клиенты



В числе заказов X-PRESS — многополосные каталоги различной тематики, в том числе с декоративной отделкой обложки



Ситипринт
впечатляющая
печать

Конструируйте нужные впечатления

Завоевать внимание современных потребителей полиграфии непросто. Достичь этого можно только качеством впечатлений, которые они могут получить. Именно это мы подразумеваем сегодня под качеством изданий. Оно определяется ощущениями, когда человек может что-то не только увидеть, но и прикоснуться к этому во всех смыслах: визуально, тактильно, эмоционально. Мы работаем со всеми этими измерениями. И помогаем донести до аудитории все, что вы хотите ей сказать, с максимальной выразительностью.



Типография **Ситипринт**

+7 495 640-69-96

129226, Москва, ул. Докукина, 10/41

zakaz@cityprint.ru

<http://www.cityprint.ru>

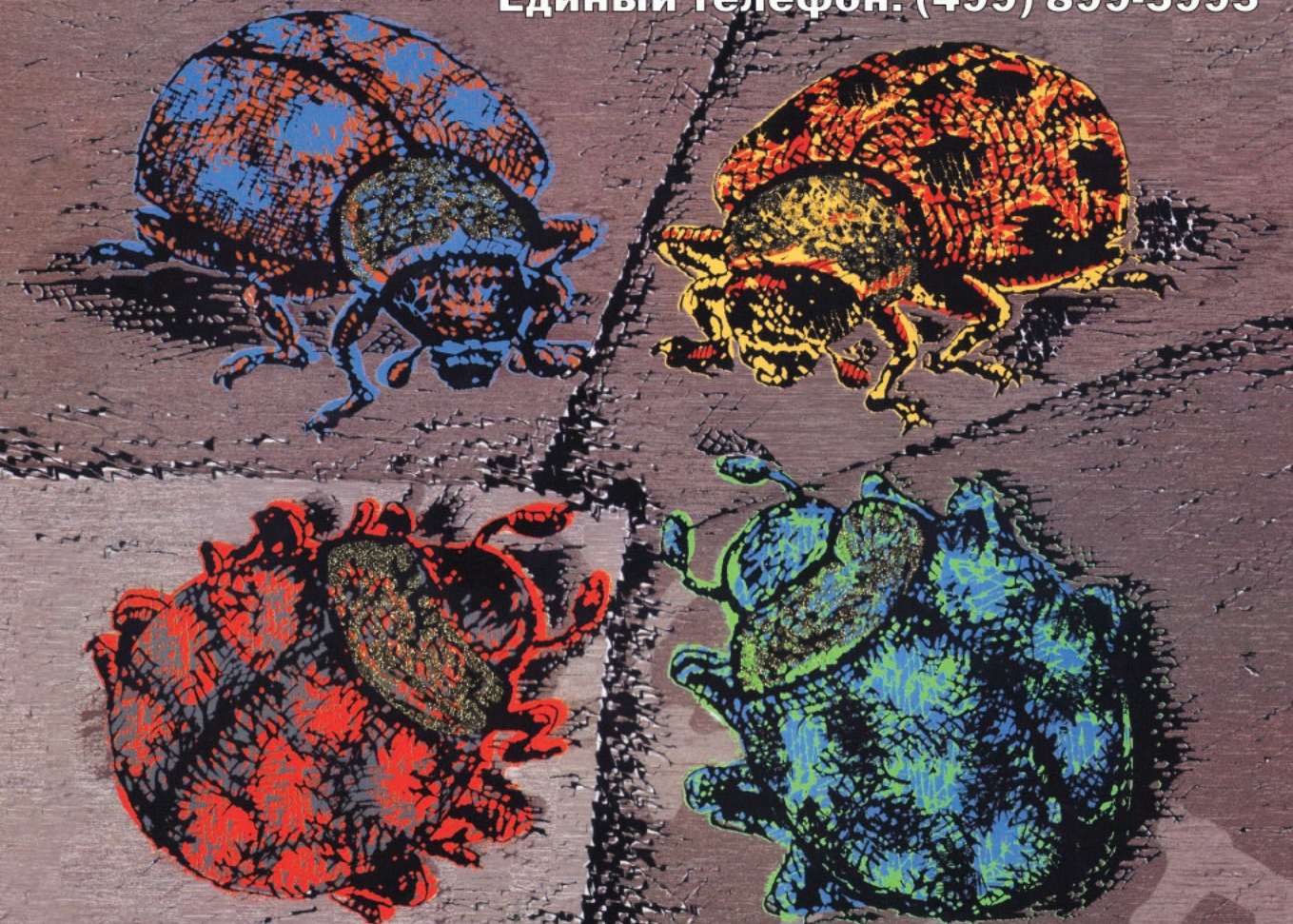


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М У К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи

от **250** экз.

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ

трафаретной
печатью

Иллюстрация "Июнь" художницы Марии Троицкой



Первая российская
чистоцеллюлозная бумага для
высокохудожественной печати



www.ilingroup.ru
omelapaper.com

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов производства

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