



Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат Nº6 (128)-2018

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА
Активизация в эпоху перепроизводства
интервью
Сергей Анненков и Елена Медецкан, Издательство «Известия»
Новый формат «Известий»: «Видим себя как гибридную типографию» 6
Александр Калашников, АО «Саратовский полиграфический комбинат»
«В наши 60 лет — планы "наполеоновские"»
цифровая печать
Группа компаний «ACTEP»
Безграничные возможности, или Как стать ближе заказчику
Повод для гордости, или Новый уровень интерьерной печати
ОБОРУДОВАНИЕ
Типография «АПД»
Контроль над цветом, или Печать упаковки сборными тиражами 20
Типографин «Интеллсервис»
Разнонаправленная специализация,
или Искусство планирования ресурсов
Сотрастные инвестиции, или Тренд в рулонном офсете

Обложка отпечатана флуоресцентными красками компании hubergroup.

Реклама в номере:	
Агфа 33	Bobst
Альфа-Дизайн	Canon
ВИП-Системыклапан, 27	Heidelberg клапан, 23
ВМГ-Трейд 5	hubergroup
Илим	Kodak клапан, 2-обл.
ОктоПринт Сервис клапан	Koenig&Bauer
Ситипринт	Lamstore
Смарт-НН	Ricoh
Терра Системы клапан	Viva-Star 11
Фабрика офсетной печати вкладка	YAM International 4-я обл.

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

Генеральный директор

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

All in Print China 2018: ваш пропуск на китайский полиграфический рынок

All in Print China (AIP) — одна из наиболее влиятельных выставок полиграфической отрасли Китая. 24–28 октября 2018 г. она пройдет в Шанхае под новой темой: «Вступайте в эпоху интеллектуальной печати». Размеры выставочных площадей вновь превысят 100 тыс. м². Более 1000 участников представят свои новейшие продукты и технологии под одной крышей. Среди подтвердивших свое участие — Komori, Bobst, Siemens, Epson, Ricoh, DuPont, Kurz, Bosch Rexroth, Esko, EFI, Cron, Mimaki, Masterwork и др.

В семи павильонах будут размещены различные тематические экспозиции, включая Digital Pre-press, Comprehensive Printing, Post-press Converting, Packaging Equipment, Label Industry, Ink & Innovative Materials и Comprehensive Packaging. Также будут выделены три специальные зоны: Innovation Factory, Customized Experience Zone и Intelligent Factory.

Темы выставки:

- допечатное оборудование,
- печатное оборудование,
- оборудование для послепечатной обработки и конвертинга упаковки,
- бумага и запечатываемые материалы,
- краски,
- другие расходные материалы,
- комплектующие и инфраструктура,
- сервисы и ПО,
- инновационные технологии.

Среди посетителей:

- коммерческие, газетные, этикеточные, книжные и другие типографии,
- репроцентры, издательства, компании, занимающиеся послепечатной обработкой и конвертингом,
- ритейлеры и производители,
- рекламные и дизайнерские фирмы, маркетинговые и PR-агентства,
- специалисты-полиграфисты,
- производители бумаги и конвертов,
- производители бумажной, гибкой и гофрокартонной упаковки,
- мультимедиа и интернет-издатели,
- отраслевые издания,
- правительственные агентства и финансовые институты,
- образовательные учреждения и профессиональные объединения,
- отраслевые ассоциации.

AIP — это платформа не только для демонстрации продуктов и технологий, но и для обмена информацией. В рамках AIP 2018 состоится более 40 форумов и мероприятий, имеющих большую важность и влияние, в том числе 2018 International Packaging Printing Forum, The World Print & Communication Forum 2018 & China Printing Summit и т. д. Будучи международным событием, каждая выставка AIP привлекает большое количество посетителей со всего мира. В этом году ожидается более 100 тыс. гостей, прибудет более 100 местных и около 30 международных делегаций.

Чтобы посетить выставку бесплатно, зарегистрируйтесь на сайте: www.allinprint.com.

Формат №6-18



екоторое время назад мы проводили подсчеты объемов производства и потребления некоторых видов полиграфической продукции и пришли к выводу, что по целому ряду таких продуктов в России существует перепроизводство. Например, современные полиграфические мощности, имеющиеся в нашей стране, способны произвести картонной упаковки (имеется в виду упаковка из плотного картона) примерно в полтора раза больше, чем ее нужно. Больше товаров, упакованных в эту коробку, в нашей стране просто некому будет потреблять. Аналогичная ситуация с книгами, беловыми товарами, газетами и журнальной периодикой. На самом деле практически любой вид полиграфической продукции окажется в таком же тренде. В экономике эта ситуация называется перепроизводством. Иными словами, это потенциальная возможность произвести намного больше, чем может быть потреблено. Но не следует путать с кризисом перепроизводства, который возникает тогда, когда продукция уже произведена, причем в объеме существенно большем, чем может потребиться. При этом рынок большинства видов полиграфической продукции не растет. Незначительный рост наблюдается в той же картонной упаковке (2-3% в год), но все равно существующие обобщенные производственные мощности заведомо больше. Скорее всего, в обозримом будущем заметных изменений в этой ситуации не произойдет.

Перепроизводство — не кризис

Следует отметить, что данная ситуация абсолютно нормальная, и это ни в коем случае не «особенность нашей страны». Так устро-

ен любой бизнес в любой стране. Избыток производственных мощностей есть почти во всех странах, по крайней мере развитых или стремящихся стать такими. Когда потребность в продукции выше, чем может произвести страна, это

На российском рынке сложилась интересная ситуация, когда в условиях переизбытка полиграфических мощностей происходит увеличение единиц оборудования. Что это? Недальновидность? Непонимание рыночной ситуации? Или естественный этап развития рынка? А главное, как строить бизнес в таких условиях? Посмотрим, что говорит мировой опыт

уникальная ситуация и встречается нечасто. До недавнего времени так было в Китае, который отличается большим количеством населения. Жить в условиях натурального хозяйства страна уже не могла, и тогда в Китае случился бум деловой активности. Там стали производить все и вся. И даже невысокое качество изделий не способно было остановить высокий спрос. Но теперь и в Китае отмечаются признаки перепроизводства, и там активно решают, что с этим делать. Так что потенциальный избыток производственных мощностей — это норма жизни во всех странах.

Резонно возникает вопрос: «Как работать в таких условиях?» Казалось бы, наличие потенциального перепроизводства должно снижать интерес к инвестициям в эту отрасль. Но практика показывает, что инвестиции продолжаются и даже активизируются. По оценкам разных специалистов, суммарная мощность всех заводов по производству автомобилей в мире почти в два раза выше того реального объема продукции, которую они производят. При этом регулярно появляется информация о строительстве новых заводов, новых цехов, инвестициях в переоснащение производства и т. д. Казалось бы, зачем? Ответ на этот вопрос только один: «Так работает рынок».

Что же делать в условиях перепроизводства, какую стратегию выбирать, как развиваться? Или, может, не надо никакого развития,

никаких инвестиций — и так текущие возможности превышают потребности. Если посмотреть статистику установок печатной техники в нашей стране в прошлом году, то нетрудно отметить, что в России прибавилось 15 новых современных печатных машин и примерно столько же «приехало» бывших в употреблении, но тоже вполне серьезных. Это увеличивает производственный потенциал страны примерно на 2-3%, который и так был намного больше, чем того требует объем потребления. Что это? Недальновидность? Непонимание рыночной ситуации? На самом деле это тоже естественный этап развития рынка.

Разумные выходы

Как же правильно вести бизнес в эпоху перепроизводства? Мировой опыт говорит о том, что существует несколько выходов из данной ситуации:

Выход из бизнеса. Те компании, которые уже успешно окупили свои вложения в бизнес и не имеют большой кредитной нагрузки, могут выйти из бизнеса, продав его. Это регулярно встречается в менее капиталоемких бизнесах, например, в ресторанном или торговом, иногда бывает и в полиграфии. Более того, довольно часто многие виды бизнеса специально создаются, чтобы их вовремя кому-нибудь продать. Но капиталоемкость полиграфического бизнеса в условиях перепроизводства приводит к тому, что бизнес продать очень непросто, а для некоторых типографий и невозможно. В крайнем раскладе можно, конечно, закрыть бизнес, но это путь только для тех предприятий, которые не имеют ликвидных видов оборудования. Есть еще промежуточный путь — «распродажи», когда продается все, что можно продать, а сам бизнес закрывается. Впрочем, успешно выйти из бизнеса — задача довольно сложная, нужно обладать развитым рыночным чутьем. Успешно выходить можно тогда, когда на рынке только начинает ощущаться сильное влияние перепроизводства и есть реальная возможность продать бизнес тем, кто готов двигать его дальше.

■ Уход в нишу. Имеется в виду продуктовая ниша. Если за годы работы типография «нащупала» продукт или группу продуктов, на которых ей удается хорошо зарабатывать, спрос на которые активен, и есть ошушение, что он будет расти, то в эту нишу вполне можно попытаться уйти. Стать специализированным предприятием по изготовлению данного вида продукта, отладить до совершенства все этапы его производства. Скорее всего, придется обзавестись специализированным оборудованием, которое позволит выйти в лидеры на рынке данного товара. Таким образом, уход в нишу, как правило, связан с попыткой стать «локальным лидером» данного продукта, и в итоге постараться собрать максимум заказов. Резонен вопрос: «Что такое на самом деле «ниша», нишевый продукт?» Понятно, что при помощи ручного труда и простейших печатных и послепечатных решений в полиграфии можно в итоге сделать практически все. Но вот получится ли это технологично и эффективно? Вопрос! Так вот если сложный и необычный продукт у типографии получается именно так, то это как раз и есть нишевый продукт. Картонную коробку сейчас могут сделать многие. А вот сложную картонную коробку с шестью точками склейки и объемным прозрачным окном, собираемую





ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

www.hubergroup.ru

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 ЭКОНОМИКА

из двух заготовок, далеко не все. Вот такую упаковку можно считать нишевым продуктом. Проблема только в том, чтобы на этот сложный и замороченный продукт был еще и стабильный заказчик.

Активизация. Это один из наиболее действенных способов работы на рынках, на которых явно присутствует перепроизводство. Успешно работать на падающих рынках можно только в том случае, если предприятие нацелено на сбор максимально возможного количества заказов. Когда заказов хватало на всех, можно было выбирать себе клиента или, по крайней мере, не биться за каждого из них в отдельности. В эпоху перепроизводства каждый существующий или потенциальный клиент становится жизненно важным, и за него должна вестись активная борьба, включаться маркетинговые инструменты типографии (а у многих типографий они должны сначала появиться). Разумеется, должны развиваться производственные мощности предприятия. Чем привлечь нового заказчика? В большинстве случаев на простых продуктах (не нишевых и не премиальных) — это более низкая цена. Другие аргументы работают не очень хорошо, хотя можно пробовать и их. Но для обеспечения более низкой цены есть единственный разумный путь — снижение себестоимости, а это, в свою очередь, обычно определяется более высокой производительностью (другие способы умень-

Что реально покупается?

В случае, когда возникает идея приобрести конкурирующую компанию, всегда есть дилемма, что в данном случае выгоднее: приобрести комплект оборудования, как у конкурента, и вырасти самому, либо купить конкурирующую компанию и вырасти за счет этого. Первый путь, как правило, более дешевый. А вот второй вынуждает ответить на вопрос: «Ради чего приобретается конкурент?» Пожалуй, единственный серьезный капитал в такой покупке - это лояльная клиентская база, если, конечно, она у конкурента есть. Определенную ценность может представлять также часть персонала конкурирующей типографии и объекты недвижимости, если они чем-то привлекательны (выгодная аренда, собственность и т. д.).

Не имеет смысла покупать компанию ради оборудования. Скорее всего, аналогичное оборудование обойдется дешевле без компании в нагрузку. Еще более неправильное решение — приобретать компанию просто ради уничтожения конкурента. Но конкурент редко бывает один, всех не скупишь, а затраты на приобретение могут оказаться весьма заметными.

Случай из практики

Одним из примеров слияния типографий на российском рынке можно назвать компании «Астер» и «Лазурь» (не путать с типографией «Лазурь» в Екатеринбурге). Два крупнейших полиграфических предприятия в Перми объявили в 2008 г. об объединении ресурсов как производственных, так и кадрового состава. Основной причиной этому решению послужил высокий уровень конкуренции в регионе. Двум компаниям стало явно тесно в рамках одного полиграфического пространства. Компании имели практически равноценные производственные мощности и изготавливали одни и те же виды полиграфических работ. Это позволяло заказчикам лавировать между предприятиями, вынуждая каждое из них снижать стоимость услуг. Чтобы положить конец этой игре в перетягивание клиентов, компании решили действовать сообща. В результате объединения усилий под брендом «Астер» была создана самая мощная полиграфическая структура в Пермском крае как с точки зрения парка оборудования и технологий, так и уровня менеджмента. Этот шаг позволил объединеннной компании обрабатывать большее количество заказов, при этом гибко подходить к ценообразованию на свои работы. Большим преимуществом такого слияния стало дублирование оборудования на всех этапах производственного процесса, что является важным аргументом для многих крупных клиентов при решении вопроса о размещении заказа в той или иной типографии, поскольку дублирование техники гарантирует выполнение их заказа при любых условиях. Однако стратегической задачей «Астер» после укрупнения стало освоение рынка полиграфических заказов соседних регионов. Возможности оборудования компании при его полной загрузке перекрывали все потребности Пермского края в рекламной и многополосной продукции, поэтому для перспективного развития бизнеса требовался выход на новые рынки. Уже в 2010 г. «Астер» вышел на полиграфическое поле Екатеринбурга, открыв там свое представительство на базе двух других типографий города — «Полиграфист» и «Печатное Поле». Отдел продаж и служба логистики стали общими для производственных площадок «Астер» в Перми и Екатеринбурге. Впоследствии компания открыла еще офисы продаж в Ижевске, Тюмени и Москве. Размещая заказ в «Астер», клиент не всегда знает, где и на каком оборудовании выполняется его заказ – эти вопросы решаются, исходя из особенностей конкретного тиража. Но это и не так важно. Мощная производственная база и собственный логистический отдел позволяют типографии работать практически с любой точкой России, соблюдая сроки готовности и доставки тиражей. С момента объединения прошло 10 лет, и, судя по темпам роста «Астер», можно сделать вывод о том, что решение о слиянии бизнесов двух коллег-полиграфистов было стратегически верным и позволило преодолеть не одну кризисную волну на экономическом рынке. Сегодня это прогрессивно развивающаяся группа компаний, которая ставит перед собой амбициозные задачи по собственному развитию.

шения себестоимости не очень эффективны и, как правило, случайны). Вот тут и появляется тот самый «парадокс», о котором мы говорили выше. С одной стороны, на рынке перепроизводство, с другой — в стране запускаются современные высокопроизводительные машины. Таким способом некоторые предприятия стремятся вырваться в лидеры по производительности и по себестоимости, собрав максимальный объем заказов. На самом деле это не парадокс, а естественная реакция на ситуацию. И она будет продолжаться. Более того, возможно, она будет принимать и агрессивные формы (см. справку «Демпинг»).

■ Укрупнение (слияние). Мы уже не раз писали, что в случае объедине-

ния предприятий математическое сложение не работает. Если объединить мощности двух почти равноценных типографий, то их производственные мощности удвоятся, а вот затраты, хоть и возрастут, но не в два раза, поскольку такое укрупнение позволит сократить и часть рабочих, и производственные площади, и склады, и административный персонал, и многое другое. В результате себестоимость продукции уменьшится, а производительность возрастет. Это хороший путь по продолжению эффективной работы на рынке перепроизводства.

■ Приобретение конкурента. Если на рынке виден реальный конкурент с хорошим производственным потенциалом, то его можно попы-

Демпинг

К сожалению, на рынке это понятие не всегда понимается правильно. Демпинг — это вполне сознательная и обдуманная программа по реализации товаров и услуг по заведомо низким ценам, порой специально существенно ниже рынка. Более того, даже ниже себестоимости этого товара. Цель у этого действия всего одна - навредить конкурентам и проверить их «прочность». Делается для «расчищения поляны». Иными словами, работа через демпинг – это попытка вынудить слабых конкурентов либо уйти с рынка, либо вступить в переговоры о продаже бизнеса. Других целей демпинг обычно не имеет. Этим нельзя привлечь новых клиентов (они, может, и придут, но ненадолго, а только на момент активного «демпингования»). Грамотные клиенты понимают, что если компания продает товар или услугу заведомо ниже рынка, это не благотворительность, под этим кроется что-то другое.

Реальных случаев продуманной демпинговой активности (а это тоже активность) на полиграфическом рынке нами замечено не было. Впрочем, это не значит, что такого никогда не было. О демпинге со стороны конкурентов от руководителей типографий приходится слышать довольно часто, но нужно понимать, что в большинстве случаев обвинения в демпинге беспочвенны. Если кто-то и продает свои услуги дешевле других, это вовсе не означает, что заработал демпинговый механизм. Причины работать по более низким ценам могут быть самые разные — как технологические, так и организационные. Как правило, типографии все равно действуют в рамках рынка, точнее в пределах собственной себестоимости. Просто в одной типографии она оказалась ниже, чем в другой. Демпинг – хороший механизм для борьбы с конкурентами, но у него есть один большой минус. Не придуман механизм, как из него выйти после того, как цель достигнута. Простая «отмена демпинга» и переход на разумные цены тут же создаст возмущение у клиентов, привыкших получать «все недорого». В товарном бизнесе есть довольно простое решение: с производства снимается тот продукт, на котором делался демпинг, и запускаются аналоги, но уже по более реальным ценам. На рынке услуг такой «трюк» проделать практически невозможно. Поэтому демпинг практически не применяется в сфере услуг.

таться приобрести. Здесь все работает так же, как при слиянии, но за такое слияние придется заплатить конкурирующим владельцам (или, как вариант, взять на себя их долги). Этот путь затратнее, но зато после приобретения не придется делиться прибылью, как в случае со слиянием. Примеры приобретений однотипных бизнесов на полиграфическом рынке случаются (как правило, на цифровом, как менее капиталоемком), хотя и не так часто, как в развитых странах. В качестве наиболее интересного примера можно привести полиграфический бизнес Великобритании (а это хорошо развитый рынок). Там за последние 8–10 лет число полиграфических предприятий сократилось почти в два раза, и в большинстве случаев сокращения происходили за счет «слияний и поглощений» (хотя и банкротства тоже были).

Важно понимать, что перепроизводство — это общая проблема, но решать ее нужно каждому самостоятельно. А решать и искать пути активизации все равно придется. Неизбежно! Вынудить рынок начать расти практически невозможно (хотя в локальном случае можно и это), поэтому здесь все как у И. Ильфа и Е. Петрова — «дело помощи утопающим — дело рук самих утопающих».

TOYOIN Visible Science for Life



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

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







trade

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

Новый формат «Известий»: «Видим себя как гибридную типографию»



Сергей Анненков, заместитель генерального директора по полиграфии,

директора по полиграфии Издательство «Известия» [Москва]

ГУП Издательство «Известия» после переезда с Пушкинской площади в помещение на ул. Добролюбова объявило о смене формата работы и переводе производства на цифровые печатные технологии. Произошло это более 5 лет назад. Тогда Издательство «Известия» стало первой российской типографией, на базе которой было запущено оборудование струйной рулонной печати Screen TruePress Jet 520EX. На тот момент было сложно оценить рентабельность этого смелого проекта, хотя вектор развития, несомненно, был выбран перспективный. Насколько успешной оказалась цифровизация производства, и какие горизонты роста рассматриваются сегодня на предприятии, мы поговорили со специалистами Издательства «Известия».

Ф: Как вы сегодня оцениваете коммерческий успех цифрового переоснащения вашего производства?

СА: В свое время было много скептических мнений относительно использования рулонной печати в цифровом производстве, сложно было учесть все экономические составляющие этого процесса. Тем не менее мы оцениваем переход на цифровые технологии как современный шаг. Когда стартовал цифровой проект «Известий», на рынке действительно назрела потребность в печати малых тиражей различных из-



Елена Медецкая, начальник отдела по работе с заказчиками, Издательство «Известия» [Москва]

даний, и предприятие вынуждено было адекватно на этот тренд реагировать. Эта тенденция, кстати, сохраняется до сих пор. Все этапы производства как в листовой, так и в рулонной цифровой печати, и, что особенно важно, по об-

работке и отделке цифровых отпечатков у нас технически грамотно реализованы, поэтому востребованность нашего оборудования и возможностей всего полиграфического комплекса со стороны наших заказчиков очень высока. Конечно, с течением времени проект претерпел корректировки и воплощение его в изначальном варианте оказалось неполным. Но от этого он

не стал менее успешным, и сегодня у нас уже выстроена новая программа развития нашего предприятия.

Ф: Вашим главным клиентом попрежнему является Администрация Президента Российской Федерации?

СА: Основным направлением деятельности нашего полиграфического производства является изготовление печатной продукции для нужд высших органов власти нашей страны. Нашим основным заказчиком является Управление делами Президента Российской Федерации. Тем не менее в последнее время мы все больше ориентируемся на коммерческий рынок и стремимся к увеличению экономической эффективности и стабильности. Наша основная цель сегодня — увеличение доли коммерческих тиражей.

Ф: Работа с «первым» заказчиком страны откладывает свой отпечаток на работе типографии?

СА: Судите сами, мы изготавливаем печатную продукцию, которая идет в руки первым лицам государства. Отсюда и высочайшие требования к качеству, которое должно быть идеальным. При изготовлении тиражей для других наших заказчиков подходы к производству у





Основа печатного парка Издательства «Известия» — цифровые машины как листового, так и рулонного формата

нас остаются такими же. Мы не имеем права терять квалификацию. При столь высоких требованиях к исполнению печатной продукции мы должны к тому же уметь выполнить практически любой запрос, поскольку не всегда можно предугадать, какой сложности заказ нас ожидает и какие технологии понадобятся для его производства. Поэтому у нас достаточно широкие возможности послепечатного оборудования, которые мы продолжаем расширять.

Ф: В каком сегменте вы все же видите основную свою работу?

ЕМ: Мы как цифровая типография стремимся реализовать свою коммерческую деятельность в книжно-журнальном направлении. Ниша тиражей, с которыми мы работаем, не превышает 300–400 экз. Благодаря имеющимся технологиям и скрупулезной работе над каждым проектом мы предлагаем уникальные возможности по послепечатной отделке, которые привлекают к нам заказчиков. Кроме того, есть и другие сегменты, в которых мы вполне конкурентоспособны. У нас очень сильная дизайн-студия, где работают уникальные специалисты. Имеется собственная фотостудия. В комплексе с нашими производственными возможностями все это позволяет нам наиболее эффективно использовать наши сильные стороны, чтобы быть интересными и востребованными рынком.

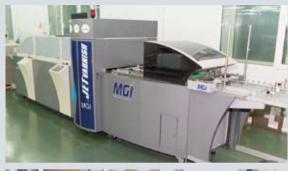
Ф: Как выстраивается маркетинговая стратегия Издательства «Известия»? Что вы предпринимаете для того, чтобы донести до заказчиков информацию о ваших возможностях?

ЕМ: Мы открыты для общения и работаем с каждым клиентом индивидуально. Приглашаем на производство, показываем наши технические возможности и образцы продукции. Именно индивидуальный подход является нашей визитной карточкой. К сожалению, переезд «больших Известий» с Пушкинской площади породил в свое время много некорректной информации о якобы «закрытии типографии», что не замедлило сказаться на объемах коммерческих заказов. Обновленный сайт «Известий» дал дополнительный импульс к дальнейшему развитию. Благодаря ему наши старые партнеры с удивлением обнаружили, что их любимые «Известия» не только продолжают успешно работать, но и развиваются. Сегодня ситуация исправляется. Мы активно сотрудничаем с редакциями, издательскими домами, корпоративными заказчиками, которые заинтересованы в малых тиражах изданий и оригинальных видах полиграфической отделки. К нам также обращаются крупные офсетные типографии и цифровые салоны, которые переразмещают у нас заказы, требующие высочайшего качества исполнения.

Ф: Могли бы вы обозначить перспективы развития предприятия?

СА: Сегодня у нас есть четкое понимание того, как мы будем развиваться и какими мы хотим быть. Нами разработана программа развития типографии, и мы находимся в стадии ее реализации. Сейчас оптимизируем существующие производственные процессы, а в ближайших планах у нас приобретение нового полиграфического оборудования. Речь идет об офсетной печатной машине и комплексе оборудования для послепечатной обработки. Мы видим себя все же как гибридную типографию, объединяющую возможности цифровой печати с офсетной при максимальных возможностях отделки. В связи с увеличением загрузки типографии впервые за последние 5 лет мы возвращаем







Часть послепечатных возможностей по обработке цифровых отпечатков: ниткошвейное оборудование, линия лакирования и машина для клеевого скрепления блока

сменный график работы производства. Не могу не сказать об одной из важнейших составляющих успеха типографии — кадровой работе. В «Известиях» всегда работали сильнейшие специалисты. Сегодня мы продолжаем эту традицию. Одним из шагов в этом направлении стало сотрудничество с ММТ им. Л. Б. Красина. У нас уже трудятся 4 студента техникума. Уровень подготовки позволяет нам допустить их до сложного полиграфического оборудования. Это очень целеустремленные ребята, заинтересованные в профессии, что весьма радует и вселяет уверенность за будущее нашей отрасли. Так что мы развиваемся, и наша команда полна оптимизма в реализации планов дальнейшего роста.





Традиционные офсетные технологии также используются для решения разных задач на предприятии. В ближайшее время офсетный парк увеличится



Формат №6-18

«В наши 60 лет планы "наполеоновские"»



Александр Николаевич Калашников,

генеральный директор, AO «Саратовский полиграфический комбинат»

а берегу Волги в Саратове находится одно из старейших в Россииполиграфических предприятий — АО «Саратовский полиграфический комбинат». Он ведет свою историю с середины 1950-х гг., времени активного развития отрасли и основания крупнейших полиграфических центров в нашей стране. Относительная близость к Москве, удобное географическое положение и развитая сеть автомобильных и железных дорог предопределили место будущего строительства предприятия. Основной задачей комбината было производство книжной продукции, в частности учебной литературы. Первый тираж в 500 тыс. экз. был выпущен с конвейера 6 сентября 1957 г. С этой даты ведется отсчет начала деятельности комбината. С тех пор прошло уже более 60 лет. За это время менялись технологии и росли возможности предприятия. Линотипы и плоскопечатные станки сменялись рулонными и листовыми печатными машинами, фотонабор вытеснили современные технологии экспонирования пластин, совершенствовались процессы переплетноброшюровочного мастерства. производства книг в одну краску на комбинате переходили к цветной многополосной полиграфии, осваивали новые рынки.

В настоящее время АО «Саратовский полиграфический комбинат» — универсальное предприятие, работающее в разных сегментах отраслевого рынка. Обладая современным оборудованием и технологиями, комбинат показывает гибкий подход и высокий профессионализм. О том, как живет комбинат сегодня, рассказал генеральный директор АО «Саратовский поли-

графический комбинат» Александр Калашников.

Ф: Александр Николаевич, расскажите, что представляет собой на сегодняшний день АО «Саратовский полиграфический комбинат»? АК: Нашему комбинату в прошлом году исполнилось 60 лет. В этом возрасте, как известно, уже накоплен большой опыт, есть четкая цель и определены пути движения к ней, и есть силы добиваться задуманного. Ну а если серьезно, АО «Саратовский полиграфический комбинат» сегодня — это многопрофильное предприятие с широким спектром выпускаемой продукции и предоставляемых услуг. Основная наша продукция — книги в твердом и интегральном переплетах, брошюры, журналы, бумажно-беловые изделия, акцидентная продукция, картонная упаковка и этикетка.

Ф: В настоящее время многие типографии стараются работать в нескольких сегментах полиграфического рынка, в частности осваивают упаковочное направление. На вашем предприятии также выпускается весьма большой перечень продукции. Можно ли это назвать современной тенденцией?

АК: Стремление к универсальности — это и своего рода тенденция, и возможность успешно работать в современных условиях. Ведь чем крупнее предприятие, тем сложнее выдержи-







Производственная площадка «Саратовского полиграфического комбината» оснащена рулонными офсетными машинами для цветной и черно-белой печати многополосной продукции

вать специализацию, обладая при этом внушительными полиграфическими мощностями. Это вовсе не означает, что мы распыляемся и беремся за любой заказ. Каждое направление нашей работы хорошо отлажено, оснащено соответствующим полиграфическим оборудованием, годами отработаны технологии и принципы производственного процесса. Какую бы продукцию мы ни выпускали, основными требованиями к ней являются долговечность и качество. На нашем комбинате по-прежнему сохранились традиции классического полиграфического производства, особенно что касается изготовления многополосных изданий, состоящих из нескольких тетрадей блока. Действует и система контроля качества, гарантирующая соответствие продукции требованиям рынка. Осваивая новые сегменты и предлагая изготовление разнообразной продукции, мы обеспечиваем профессиональный уровень производства и используем проверенные технологии.

Ф: Расскажите о технической оснащенности вашего предприятия. Какими возможностями обладает ваш парк оборудования?

АК: Комбинат оснащен высокопроизводительными рулонными и листовыми печатными машинами, что позволяет нам поддерживать универсальность нашего ассортимента. В частности, для печати многополосной продукции используются рулонные машины Lithoman III красочностью 1+1 или 2+2, а также полноцветные машины Ultra-set 72-4 и Zirkon 66/III. Данное оборудование позволяет снизить себестоимость печати, что является сегодня важным аргументом для большинства заказчиков. Наш листовой офсетный парк представлен полноцветными машинами первого формата от компаний Heidelberg и manroland. В 2003 г. мы специально приобретали пятикрасочную печатную машину Roland 705 LV с секцией лакирования для выхода в новые для предприятия сегменты, в частности производства упаковки и акцидентной продукции. Несмотря на свой возраст, машина работает стабильно, в сезон печатает в три смены. Надеюсь, с помощью наших специалистов она прослужит еще долго, как мы и предполагали, когда принимали решение о ее приобретении. Сегодня на листовом офсетном оборудовании мы печатаем в основном полноцветные обложки, средние тиражи книжных изданий, рекламную продукцию. Наш комбинат располагает репроцентром, одним из лучших в Поволжском регионе, выполняющим весь спектр услуг по допечатной подготовке изданий. У нас также есть специализированное оборудование для изготовления бумажно-





Парк листового печатного оборудования представлен машинами Heidelberg и manroland. На них преимущественно печатаются высококачественные издания, цветные обложки, рекламная продукция

беловой продукции (школьных тетрадей, записных книжек и блокнотов, ежедневников, альбомов для черчения и рисования и т. д.). Отдельного внимания заслуживает послепечатный парк. Здесь у нас представлен комплекс оборудования для переплетно-брошюровочных операций, позволяющий изготавливать книги в твердом переплете, а также в мягкой обложке как с клеевым бесшвейным скреплением, так и с шитьем нитками. Кроме того, для производства упаковки мы инсталлировали высекальный пресс и фальцевальносклеивающую линию, обладающую возможностью склейки до четырех точек.



«Саратовский полиграфический комбинат» обладает современным допечатным комплексом на базе оборудования Kodak. Для вывода офсетных форм используются термальные пластины Fujifilm как для рулонной, так и листовой печати. В среднем объем потребления пластин на предприятии составляет 2000—3000 м² в месяц

ОБОРУДОВАНИЕ









Полиграфкомбинат изготавливает большое количество изданий для детей, а также учебников и учебных пособий

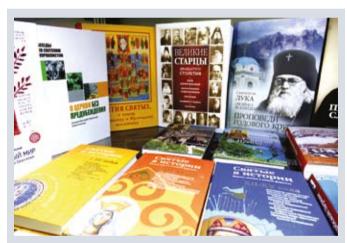
Ф: Какие требования вы предъявляете к оборудованию и расходным материалам, на которых работаете?

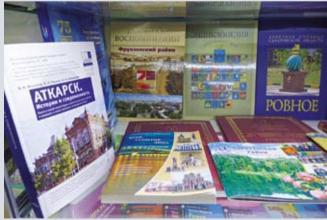
АК: Наше предприятие заказчики ценят за качество и сроки получения своей продукции, поэтому для нас на первом месте стоит качество используемых материалов. После установки на нашем предприятии современного допечатного комплекса мы перешли на использование высококачественных пластин Fujifilm. Именно на них мы в 2003 г. производили запуск печатной машины Roland 705 LV и до сих пор успешно применяем в наших процессах. За эти 15 лет мы пробовали много пластин разных производителей: европейских, южноамериканских, китайских, но выбор остается за пластинами Fujifilm. Прежде всего это свя-

зано с тем, что пластины полностью отвечают всем заявленным характеристикам, обеспечивая стабильность производственного процесса. Для нас важны минимальное количество времени экспонирования пластин и качество готовых форм. Первое достигается благодаря высокому разрешению и повышенной светочувствительности пластин, что увеличивает скорость передачи изображения. А второе — за счет хорошей передачи полутонов и тиражестойкости самих пластин, их устойчивости к воздействию спиртового увлажнения в офсетной печати. Сегодня мы потребляем около 2000–3000 м² пластин Fujifilm СТ-М в месяц в зависимости от сезона. Более того, мы очень ценим техническую и технологическую поддержку специалистов «ЯМ Интернешнл». За годы сотрудничества с этой компанией мы пережили не один экономический кризис, но самое главное — не было кризиса в наших отношениях. Специалисты всегда готовы услышать наши проблемы и приложить максимум усилий, даже невероятных, чтобы их качественно решить.

Ф: Какие преимущества получают заказчики, обращаясь именно в вашу типографию?

АК: Прежде всего это качество, сроки, широкая номенклатура наших изделий. Вся наша продукция соответствует государственным стандартам, имеет гигиенические сертификаты и сертификаты соответствия. У нас мощная база приемки и отгрузки продукции, обеспечивающая услуги по доставке по России и за рубеж. Но главное преимущество — это, конечно, конкурентная цена и гибкий подход к пожеланиям партнеров и заказчиков, многие из которых уже стали нашими давними друзьями. Это практически все ведущие издательства, выпу-





Основным направлением работы предприятия является изготовление многополосных изданий, преимущественно книг. На комбинате производят книги в твердом переплете и мягкой обложке как с шитым нитками блоком, так и с клеевым бесшвейным скреплением

скающие художественную, учебную, детскую, развивающую литературу: «Эксмо», «Просвещение», «Русское слово», «Издательский центр «Академия», «Академкнига/ учебник» и множество других очень важных для нас издательств.

Ф: Ваш комбинат — довольно активный игрок на полиграфическом рынке. Какие изменения, на ваш взгляд, на нем происходят и как вы на них реагируете?

АК: На самом деле рынок очень живой, трепетный, реагирующий на развитие цифровых технологий, на образовательные новации, на моду, в конце концов... Чтобы быть «на плаву», приходится все это учитывать, приноравливаться, а где-то даже пытаться предвидеть будущие изменения. Растет цветность учебной литературы? Мы готовы. Номенклатура изданий становится шире, а тиражи меньше? Мы готовы. Появилась потребность в красочной, необычно оформленной детской литературе? Мы готовы. Ожидается бум «интернета вещей», «виртуальной и дополненной реальности»? Мы готовимся... Вот, кстати, по последнему параметру, мы в области очень тесно сотрудничаем с колледжем, где готовят специалистов по нашему профилю — и художников-оформителей, и полиграфистов, и архитекторов, и дизайнеров, а будут готовить еще программистов и «конструкторов по интернету вещей» (даже точно не скажу, как будет называться специальность, но суть в этом). Получается, что в одном месте мы собираем молодежь, которая, в принципе, может и придумать, и создать, и произвести книгу, отвечающую ожидаемым будущим запросам общества. Для этого мы затеваем такую схему, в которой будут задействованы и сотрудники полиграфкомбината, и студенты колледжа, в том числе студенты — победители и призеры в разных номина-

циях движения WorldSkills наши будущие работники. Считаю, что нам крупно повезло с тем, что есть такой колледж — «САСК», что вместе с его руководителем. Степановой Варварой Владимировной, сумели «запустить» такую форму сотрудничества. Ведь не секрет, что главный дефицит сегодня везде, а в нашей отрасли особенно — это молодые квалифицированные кадры с набором компетенций завтрашнего дня. И они у нас есть. А значит, есть хорошие перспективы у полиграфкомбината

Ф: А какие перспективные планы развития типографии вы могли бы назвать?

АК: Собственно, в наши 60 лет — планы «наполеоновские»... Собираем пул инвесторов, чтобы запустить проект «Центр развития российской полиграфии». Разработали его недавно, но время летит очень быстро, и вместе с ним проект приобретает новые черты. Сегод-



Одно из направлений деятельности предприятия — производство бумажно-беловой продукции (тетрадей, альбомов для рисования, записных книг и т. д.)

ня цели такие: стать точкой роста полиграфической промышленности; объединить на одной площадке все виды и типы производства образовательных продуктов и обучающих сред — от этапа творческой задумки и апробации до серийного изготовления продуктов в печатном и цифровом видах; задействовать в полной мере потенциал ВУЗов, образовательных учреждений области как в части разработки самого контента, так и в части его производства и распространения; сформировать в Саратове филиалы издательств с опорой на местные кадры; получить синергию от комплексного подхода к производству учебных и развивающих продуктов. И здесь, как говорится, «без юмора». Это действительно большие планы, и мы приглашаем к сотрудничеству всех, кто эти цели разделяет и поддерживает. Вместе — быстрее и эффективнее.





Типография ООО «Вива-Стар» www.vivastar.ru Москва, Электрозаводская, 20 (495) 780 67 05

Безграничные возможности, или Как стать ближе заказчику



Дмитрий Степанов, генеральный директор, группа компаний «АСТЕР» [Пермь]

олиграфическая компания «АСТЕР» представляет собой уникальный пример на российском рынке. Около 10 лет назад, объединив производственные мощности с пермской типографией «Лазурь», компания превратилась в безусловного лидера полиграфического рынка в Уральском регионе. Типография «АСТЕР» уже давно вышла за рамки не только одной площадки, но и даже своего региона. Сегодня компания обладает двумя мощными полиграфическими производствами в Перми и Екатеринбурге, а также сетью филиалов в других российских городах — Ижевске, Тюмени и Москве.

Стирая границы

Отвечая на вопрос о специализации группы компаний «АСТЕР», ее генеральный директор Дмитрий Степанов отмечает, что главной задачей полиграфического комплекса является качественная печать вне зависимости от вида изготавливаемой продукции: «Компания «АСТЕР» сегодня — это больше, чем типография. Во-первых, для нашего клиента стерты границы между направлениями полиграфии: любой менеджер типографии легко и быстро оформляет заказ на офсет или «цифру», сувенирную продукцию, широкоформатную и интерьерную печать. Как таковой специализации у нас нет. Клиент типографии «ACTEP»

может заказать нанесение изображения любым способом на любом материале. Во-вторых, стерты границы территориальные: две полноценные производственные площадки в Перми и Екатеринбурге позволяют решить многие задачи клиента, в том числе и по сокращению затрат».

Типография «АСТЕР« это как раз тот случай, когда полиграфия становится ближе и понятнее конечному заказчику печатной продукции. Предприятие обладает набором оборудования, позволяющим выполнить абсолютно любой вид полиграфической продукции — журналы и каталоги, книги и брошюры, газеты и листовки, упаков-

ку и самоклеящуюся этикетку, рекламнопредставительскую полиграфию, POSматериалы, наружную рекламу или брендирование сувениров. При этом решение о выборе площадки обусловлено параметрами самого заказа и необходимыми для его производства технологиями. Для клиента остаются важными лишь соблюдение договоренностей по срокам, которые успешно

решаются благодаря развитой службе логистики по всей России.

«Компетенция наших менеджеров, технологического и производственного персонала, а также ресурсы типографии и грамотная система планирования позволяют клиенту, обратившемуся в «АСТЕР», реализовать задуманное, будь то преобразование блестящей идеи в высокохудожественное изделие или задача минимизировать затраты», — отмечает Дмитрий.

Курс на развитие

Мощная инфраструктура компании «АСТЕР», объединяющая оборудование, программные решения сквозного





В прошлом году типография «ACTEP» — крупнейшая в Уральском регионе, приобрела цифровую печатную машину Ricoh Pro C7100. Внедрение оперативной печати в офсетное производство позволило решить задачу рентабельного изготовления малых тиражей продукции

Формат №6-18

управления производством, менеджмент и логистику, позволила выйти за пределы собственного города, а затем и региона. Однако не только территориальное расширение говорит о развитии типографии. «На рынок печатной продукции оказывают сильное влияние материально-технические ресурсы и возможности региональных типографий. — поясняет Дмитрий. — Это диктует нам курс на развитие, выход в новые для типографии (в классическом ее понимании) ниши, расширение парка оборудования и технологий. Одним из таких шагов стало основание цифрового подразделения под брендом «ACTEP» Digital, которое существует в Перми уже около 10 лет. Это обособленное подразделение, где развиваются направления интерьерной печати, различные технологии для производства сувениров, УФ-печать, лазерная гравировка и цифровая печать. Данное подразделение обслуживает как собственных клиентов, так и клиентов типографии «АСТЕР». Так что в цифровом бизнесе мы присутствуем давно и с дальнейшим его развитием связываем определенные направления нашего роста».

Малоформатные задачи

Надо сказать, что «цифра» прочно вошла и в структуру офсетного производства «АСТЕР» в Екатеринбурге. «На этой площадке у нас не было офсетной машины малого формата, рассказывает Дмитрий. — И в прошлом году мы приобрели цифровую машину Ricoh Pro C7100. Таким образом, установкой цифровой машины мы прежде всего решали задачу внедрения оперативной полиграфии на малых тиражах. Вообще первое знакомство с техникой этого производителя произошло три года назад на выставке в Москве, где компании Ricoh и Heidelberg выставлялись на общем стенде и представляли машину Ricoh как совместную разработку. С Heidelberg мы тесно сотрудничаем много лет. Первая наша серьезная печатная





Офсетное производство типографии «АСТЕР» базируется в основном на оборудовании компании Heidelberg, с которой ее связывают давние партнерские отношения, послужившие к тому же принятию решения о приобретении цифровой печатной техники

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

17 микрон — глянцевая: **4,21** Р за м²; матовая: **4,26** Р за м² 20 микрон — глянцевая: **5,06** Р за м²; матовая: **5,17** Р за м² 24 микрон — глянцевая: **5,74** Р за м² матовая: **5,86** Р за м²

28 микрон — глянцевая: **7,39** Р за м² матовая: **7,68** Р за м² 75 микрон — глянцевая: **28,43** Р за м² матовая: **54,01** Р за м² 125 микрон — глянцевая: **32,98** Р за м²

А так же: $co\phi T$ тач - **30,02** PM^2 ; черн. $co\phi T$ тач - **45,03** PM^2

голографические пленки - 11,37 ₽м².

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течении 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** ₽ 3а 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₽ цена за 1кг.



КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

от 10 ₽/шт. в наличии 4 и 5,5 мм



ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

Цвет - белый – 2927,97₽ Цвет - серебро – 3745,12₽



КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

г. Москва,

Курсантов. 3

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

метро Пражская, ул. Гагарина д.55, | ул. Химиков 18 | р-н Первомайский, | ул. Ленина ул.Подольских офис 310

ул. Ухтомского, 24 +7-3412-601014

+7-8422-303711

г. Ульяновск

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.

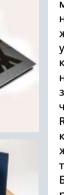
У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!

_ ЦИФРОВАН ПЕЧАТЬ















техника была именно этой компании, а впоследствии наше взаимодействие расширилось как в плане приобретения печатного оборудования, так и экспонирующих систем. Собственно, рекомендации нашего давнего партнера в лице Heidelberg повлияли на наше решение о приобретении цифровой машины Ricoh. Конечно же, мы учитывали и положительные отзывы пользователей данных устройств. Не последнюю роль сыграли и выгодные условия на покупку от Ricoh. Исходя из основной задачи внедрения «цифры» в наше офсетное производство, мы выбирали машину, которая позволяет получить отпечаток, максимально приближенный по качеству к офсету как по цветопередаче, так и по внешнему виду. В Ricoh это реализовано, на наш взгляд, лучше всего. Теперь наши заказчики получили возможность оперативного изготовления тиражей, а также при необходимости мы можем дробить заказ — часть тиража изготовить цифровым способом, остальное — офсетом. Благодаря точному попаданию в цвет, разницы между экземплярами продукции, отпечатанной с помощью разных технологий, заказчику абсолютно незаметны. Кроме того, цифровая машина может работать с большим количеством самых разных запечатываемых материалов. И это также положительным образом сказывается на нашей репутации по-настоящему универсального предприятия с безграничными возможностями производственного парка. При этом надежность техники и внятный сервис — тоже необходимые требования. И хотя мы работаем на машине Ricoh чуть меньше года, пока все наши ожидания оправдываются, особенно с приобретением опыта в эксплуатации. И мы уже начали планировать внедрение цифровой печати в офсетное производство на площадке в Перми. На самом деле мы много всего планируем. Типография «АСТЕР» никогда на месте не стоит — постоянно развивается как в производственном, так и в стратегическом плане».



Типография «ACTEP» является по-настоящему универсальной полиграфической компанией. Ее технические возможности позволяют выполнять практически любой вид печатной продукции



ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ



РАЗРЕШЕНИЕ 2400X4800 DPI

РАБОТА С 5-ОЙ СТАНЦИЕЙ



ТОНЕР СКРЫТЫЙ КРАСНЫЙ ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ + СМҮК 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

Повод для гордости, или Новый уровень интерьерной печати



Анна Калугина, генеральный директор, типография «Авва Принт» [Москва]

роизводственная компания «Авва Принт» более 10 лет работает рынке широкоформатной печати. специализируясь на изготовлении интерьерной рекламы на различных носителях — пленке, холсте, фотобумаге и других материалах. В поисках уникальных технических решений в indoor-индустрии компания приобрела широкоформатный струйный принтер Océ Colorado 1640, став первым в России обладателем данного устройства. Какие преимущества получили заказчики типографии «Авва Принт» благодаря инсталляции нового оборудования и как оценивают его возможности в самой компании, нам рассказала генеральный директор «Авва Принт» Анна Калугина.

Бизнес широкого формата

«Под брендом «Авва Принт» мы существуем с 2012 г. и еще около пяти лет до этого работали на рынке под другим названием, — рассказывает Анна. — Мы изначально выбрали для себя нишу большого формата, но сами никогда не были крупной компанией. Первые шаги нашей деятельности связаны с печатью наружной рекламы, специально приобретали оборудование для работы в этом сегменте. Однако вскоре мы отказались развивать данное направление и сосредоточились на интерьерной печати. Приобрели дорогостоящий струйный плоттер Mimaki, позволяющий запечатывать полотно шириной до 3,2 м. Он позволял получать качественные изображения и на холсте, и на ткани, и на виниловой пленке. Мы стали предлагать производство весьма широкого ассортимента продукции, предназначенной для оформления внутренних помещений (салонов продаж, сетей ресторанов), выставочных стендов, павильонов, рекламных конструкций и т. д. Высокое качество и уровень сервиса наших клиентов, в том числе в плане монтажа и оклейки конструкций заказанными у нас печатными материалами, стали приоритетными задачами и остаются таковыми и сегодня».

Вскоре парк широкоформатного оборудования компании «Авва Принт»

расширился новыми печатными плоттерами с шириной рулона до 1,6 м, что позволило типографии выполнять indoor-заказы самых разных категорий сложности. Впоследствии к печатной технике широкого формата добавилась и цифровая печатная машина Xerox Versant 80 Press, что, по словам Анны, расширило предложение компании для клиентов, которым зачастую нужны дополнительные печатные материалы для решения рекламных и информационных задач — буклеты, листовки, меню, календари и т. д.

Поиск новых решений

«Со временем наш набор услуг и предложений стал стандартным, не отличающимся от большинства других компаний, работающих с нами в одном сегменте, — признается Анна. — Наступил такой момент, когда мы отчетливо осознали, что для дальнейшего роста нам необходимы качественно другие технологии, которые позволили бы предлагать эксклюзивную продукцию. Более того, мы все чаще сталкивались с запросами клиентов в области экологической печати. Есть целая категория заказчиков, которым важна нетоксичность красок, отсутствие запаха, безопасность печатной продукции. Как правило, речь идет о детских учреждениях — школах, садах, развивающих центрах. На протяжении последних 4-5 лет мы находились в поисках технического решения, которое бы обеспечивало высокую скорость печати, потрясающее качество и экологич-





Типография «Авва Принт» приобрела первый в России широкоформатный струйный принтер Осе́ Colorado 1640, который с высокой скоростью выдает качественные отпечатки, не требующие ламинирования. Для печати используются специальные экологические чернила





Парк широкоформатных печатных устройств типографии «Авва Принт»

ность. Мы посещали профильные выставки и разочарованные уходили, поскольку ни в одном оборудовании не могли найти сочетания всех критериев. В последнее время вопрос о возможности предлагать принципиально новые решения в интерьерной печати и привлечении новых клиентов назрел для нас очень остро. В поисках информации мы наткнулись на статью о машине Océ Colorado 1640, где анонсировались технические достижения новой разработки в области широкоформатной печати. Буквально зачитывая ее вслух, мы все больше убеждались, что это именно то решение, которое мы ищем уже продолжительное время».

На тот момент данного оборудования в России еще не было и увидеть в реальности обещанные преимущества печати не представлялось возможным. В представительстве Canon компанию «Авва Принт» заверили, что как только машину инсталлируют в демозале, будет организована презентация. «Через несколько месяцев нас действительно пригласили на демопечать, — говорит Анна. — Все, что мы читали об этой машине до этого, мы увидели на деле. Не прошло и недели, как мы решились на покупку. И в мае этого года инсталлировали Осé Colorado 1640».

Первые результаты

Процесс узнавания машины и изучения преимуществ работы с данным видом оборудования идет в типографии «Авва Принт» до сих пор. При этом на Océ Colorado 1640 уже печатаются клиентские заказы, и можно говорить о первых результатах работы.

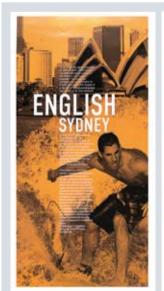
«Качество и скорость этой машины нас, конечно, потрясает, — отмечает Анна. — Клиенты, получившие заказы, отпечатанные на нашем новом оборудовании, отмечают качественное отличие отпечатков в сравнении с предыдущими своими заказами, выполненными на других наших ши-



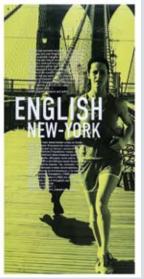
ЦПМ Xerox Versant 80 Press позволяет предложить дополнительные услуги по печати



Рекламные материалы для оклейки салона оптики







Плакаты на виниловой пленке для оформления обучающего центра отпечатаны на Océ Colorado 1640. Здесь важна и сочность красок, и экологическая печать без запаха



Ценники и указатели на виниле — долговечный рекламный носитель

Формат №6-18

_ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ





Продукция для внутреннего оформления точек продаж отпечатана на новом широкоформатном принтере

рокоформатных устройствах. У нас, например, есть клиент, который взыскательно относится к цветопередаче, и нам приходилось по нескольку раз утверждать цветопробы, прежде чем отпечатать тираж. Сейчас с появлением новой машины нам удалось утвердить заказ в работу с первого раза. Это о многом говорит. Скорость печати также заметно выше, чем на других наших плоттерах. Например, рулон 1,26х50 м теперь печатается за 1,5 ч, а раньше печать такого заказа занимала почти 4 ч со средним качеством. Кроме того, на машину можно ставить одновременно два разных рулона, что позволяет быстро осуществить переключение между двумя заказами».

В компании Canon акцентируют внимание на том, что в Océ Colorado 1640 используется фирменная технология UV gel: при контакте с материалом специальные чернила превращаются в гель, что позволяет точнее позиционировать точку, минимизировать растекание и, как следствие, получать точный и стабильный цвет на отпечатке. «Данная технология полностью отвечает безопасности печати, здесь используются экологические чернила, что позволяет предлагать клиентам продукцию совсем другого уровня, а нам позиционировать себя как компанию, которой близки экологические стандарты организации полиграфического производства», — отмечает генеральный директор «Авва Принт» Анна Калугина.

Некоторую сложность представляет пока печать на некоторых носителях, которые привыкли использовать в типографии. Но в компании ищут решение этой задаче и считают, что к каждому виду оборудования нужен определенный подход, особенно при первом знакомстве.













«Мы всего несколько месяцев используем машину Осе́ и пока не до конца просчитали финансовую сторону владения этим оборудованием. Очевидно, что стоимость чернил для данной машины выше, чем мы использовали ранее. Однако их расход заявлен меньше, но мы пока не можем его высчитать. Скорее всего, это станет понятно, когда пройдет основной поток заказов в предстоящий сезон. Отмечу также, что отпечатки получаются устойчивыми к царапинам, вследствие чего нам не требуется их ламинировать. За счет этого происходит экономия и материала, и времени на производство заказа, что также большой плюс данного оборудования. Если говорить в целом о машине, то это современный, высокотехнологичный принтер, требующий минимальной работы оператора, задача которого заключается в том, чтобы заменить рулон и нажать на кнопку. Человеческий фактор не всегда положителен по отношению к технике, поэтому если есть возможность снизить риски и работать в автоматическом режиме, то это, безусловно, плюс».

Широкоформатный принтер Océ Colorado 1640 — новое обо-

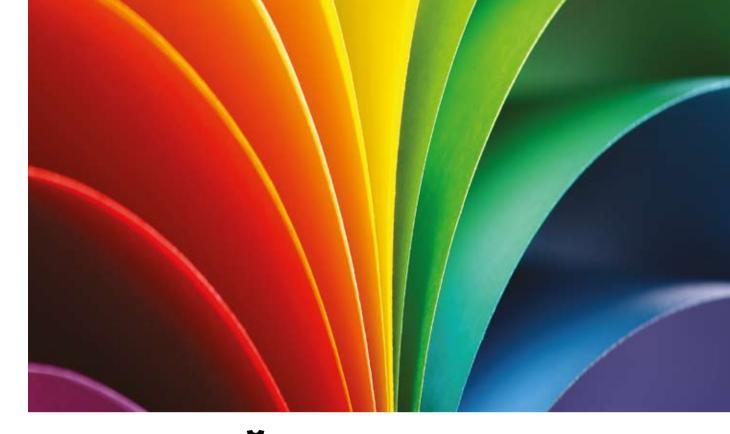
рудование в России, поэтому, как отметила Анна, и сами инженеры Canon тоже знакомятся с ним и проходят путь освоения техники вместе с типографией. «Мы также учимся работать и с сервисом Canon, поскольку это наш первый опыт взаимодействия с этой компанией. — говорит Анна. — У нас покопийный контракт, что оказалось очень удобно, особенно сейчас, на первых этапах работы с оборудованием. Мы очень довольны не только машиной, но и сервисной службой, которая помогает нам в освоении машины. Это весьма приятно. Мы давно работаем на рынке и знаем, как может выглядеть сервис и что его можно и не дождаться. Мы гордимся своим приобретением и открыто говорим об этом».

В завершение нашей беседы Анна заметила, что что если про- изводитель, объявит о выходе широкоформатного принтера Осе́ Colorado, позволяющего запечатывать полотно шириной 3 м: «Не исключено, что мы будем рассматривать вариант замены нашего оборудования и в этом формате. Но это станет ясно после того, как мы окончательно поймем экономику владения данным оборудованием Сапоп».





Для основных клиентов некоторые дополнительные заказы выполняются на цифровой машине Xerox



РАСКРОЙТЕ ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ

Цифровая полноцветная производительная система печати — серия imagePRESS C850 — все что нужно для успешных коммерческих типографий.



- Скорость печати от 65 до 85 стр./мин.
- Исключительное качество печати на смешанных типах материалов плотностью от 50 до 300 г/м² (360 мкм).
- Дуплексная печать баннеров длиной до 760 мм.
- Качественная печать на фактурных носителях.
- Измерение 5 градаций каждого канала цвета во время печати обеспечивает стабильный цвет в тираже.
- Проверенная надежность и максимальное время безотказной работы.
- Широкий круг возможностей финишной обработки.
- * Смотри шире

canon.ru/imagePRESS 8 800 700 28 19

Canon

_ ОБОРУДОВАНИЕ

Контроль над цветом, или Печать упаковки сборными тиражами



Дмитрий Самохвалов, генеральный директор, типография «АПД» [Нижний Новгород]

июле этого года в типографии «АПД» (Нижний Новгород) прошла презентация, посвященная установке новой пятикрасочной печатной машины Heidelberg Speedmastrer CD 102 с секцией лакирования. За последние несколько лет в данной типографии уже в четвертый раз проводятся мероприятия, связанные с установкой новых единиц оборудования. Надо сказать, что «АПД» представляется весьма интересным примером постепенного освоения рекламной типографией нового для себя

рынка упаковки. Этот вопрос интересует многие полиграфические компании, специализирующиеся на изготовлении рекламных заказов, поскольку считается, что рынок коммерческих тиражей постепенно сокращается, а упаковочных, наоборот, растет. Поэтому осуществить переход с одного типа заказов на другой хотели бы многие. Побывав в очередной раз на производстве «АПД», мы постарались узнать, какие направления развития на предприятии считают приоритетными.

Трансформация бизнеса

Еще несколько лет назад, когда мы впервые посетили типографию «АПД», этобылочисторекламно-коммерческое предприятие, печатающее классические рекламные заказы и периодическую продукцию, в первую очередь журналы. Тогда на предприятии установили вкладочно-швейно-резальный агрегат производства Heidelberg. Владелец типографии «АПД» Дмитрий Самохвалов рассказывал, что установка такого устройства — это большой шаг для типографии, поскольку на производстве идет активное внедрение системы автоматизированного управления предприятием Heidelberg Prinect, и новый ВШРА отлично вписывается в эту концепцию, поскольку обладает возможностью полной автоматической настройки на новый тираж.

Впрочем, с течением времени в компании стали все больше интересоваться

производством упаковки. Презентация, проведенная в прошлом году, была посвящена установке профессионального оборудования для изготовления упаковочной продукции. В частности, в типографии появилась высекальная машина Easymatrix 106 CS, которую инсталлировали специалисты Heidelberg. Тогда Дмитрий пояснил: «В той или иной степени упаковочными заказами мы занимаемся уже давно, и необходимое оборудование у нас было и раньше. Просто сейчас мы осознали, что находимся на правильном пути и решили усилить свое упаковочное направление. Но при этом мы ни в коей мере не сокращаем нашу активность в области печати рекламной продукции». В то же время в типографии не забыли о печати простых коммерческих заказов и запустили процесс их производства сборными тиражами. Это очень эффективный способ экономии и обеспечения привлекательных цен на продукцию. «Поскольку у нас внедрен сквозной процесс управления производством на основе JDF, то при работе со сборными заказами нужно только правильно ввести их в систему, а дальше все процессы выполняются автоматически. Резальная машина получает готовую программу резки, фальцовка — полный набор настроек и т. д.», — рассказывал Дмитрий год назад, хотя в то время уже звучали намеки, что в типографии планируют серьезно развивать именно упаковочное направление.



Презентация в типографии «АПД» в Нижнем Новгороде по случаю инсталляции новой печатной машины Heidelberg Speedmastrer CD 102 собрала гостей из разных городов



Вручение памятного подарка от «Гейдельберг-СНГ». Слева направо: Игорь Егоров, руководитель отдела продаж оборудования для производства упаковки, «Гейдельберг-СНГ»; Юрий Уколов, директор по продажам оборудования, «Гейдельберг-СНГ»; Ирина Клим, директор по продажам товарной целлюлозы, белых бумаг и лесохимии, «Группа Илим»; Дмитрий Самохвалов, генеральный директор, «АПД»

Резка на формат

В компании «АПД» есть и еще одно направление бизнеса, связанное с продажей листовой бумаги специализированных форматов. Не секрет, что многие заказы выгоднее печатать не на типовом формате бумаги, а нарезать ее под размер планируемого поля печати. Это дает возможность реально экономить. И типографии (не только Нижнего Новгорода, но и других городов) стали активно пользоваться этой услугой. «Мы запустили данный сервис несколько лет назад, — рассказывает Дмитрий. — Сначала приобрели флаторезку и на собственном опыте оценили преимущества и экономические выгоды от ее использования. У нас профессиональное листорезальное оборудование, позволяющее получать стопу бумаги высочайшей точности размеров (до 0,1 мм). Затем стали предлагать услуги по резке бумаги на нужные форматы другим типографиям. Как выяснилось, для многих полиграфических предприятий это весьма актуальная задача, которую мы помогаем решать». Дочерняя компания типографии



Одним из партнеров типографии «АПД» является компания «ТИППО» (Казань). Ее директор Рустем Мухаметшин представил гостям систему web-to-print TIPPO Cloud Service. Изначально она разрабатывалась для собственной типографии, а сегодня у этого онлайн-сервиса более десятка пользователей среди российских полиграфических компаний. Система позволяет собирать типовые заказы простой печатной продукции и изготавливать их с более низкой себестоимостью



Представители Сбербанка России: Кирилл Поляков и Алексей Новоселов. Банк осуществлял финансовое сопровождение проекта приобретения новой печатной машины в «АПД»



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

Расфроловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

ОБОРУДОВАНИЕ







Типография «АПД» — давний партнер «Гейдельберг-СНГ», основную часть парка оборудования составляют машины Heidelberg

«АПД» — «Смарт-НН» — была специально создана для данного направления бизнеса. Партнером по поставкам материала стал известный российский производитель — «Группа Илим», у которой приобретается бумага в ролях и режется на листы необходимого формата. В прошлом году анонсировались планы о начале работы с мастер-ролями, что позволит обеспечивать потребность типографий в листовых форматах бумаги с минимальным количеством отходов. В настоящее время резальное оборудование для мастер-ролей уже монтируется.

Новые инсталляции

Текущий год для типографии «АПД» ознаменовался установкой еще нескольких единиц оборудования. Главным приобретением является, конечно, новая печатная машина Heidelberg Speedmastrer CD 102-5+L, предназначенная преимущественно для работы с картоном толщиной до 1 мм. Она позволяет также печатать напрямую на микрогофрокартоне и других плотных материалах. Кроме того, машина, установленная в типографии, оснащена системой контроля печати Image Control 3. Это полностью автоматизированная система управления цветопередачей оттисков, обладающая уникальными возможностями. Например, она способна обеспечить одинаковую цветопередачу на всех коробках, расположенных на



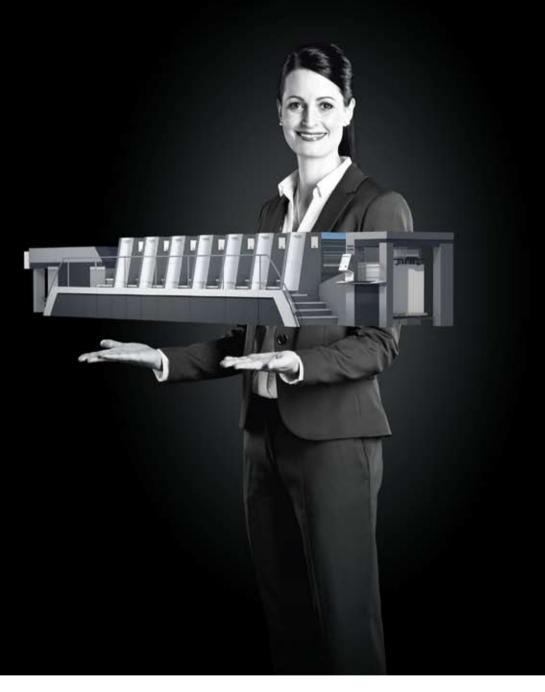
Николай Сапошников, руководитель отдела продукт-менеджмента допечатного и цифрового оборудования «Гейдельберг-СНГ», рассказал гостям мероприятия о преимуществах Prinect Image Control 3

площади листа. Для этого достаточно считать параметры одной коробки, и ко всем изделиям на листе будут применены единые режимы печати, которые автоматически определяются и устанавливаются. По сути, в системе существует «распознавание образов», которое позволяет вычленить с листа отдельный сюжет и работать с ним. В частности, эту систему можно использовать для печати сборных тиражей, в которых цветопередача отдельных изделий крайне важна. При сканировании ОК-листа (или даже листа цветопробы) достаточно указать тот сюжет, который нужно «удерживать», и система автоматически распознает его в сборном тираже и будет поддерживать цветопередачу в нужных пределах. Система Image Control 3 успешно справляется с воспроизведением всех цветов Pantone, причем как тех, что печатаются отдельной краской, так и тех, что имитируются триадным синтезом. Более того, система Image Control 3 может работать с несколькими печатными машинами и обеспечить их синхронизацию по цвету. Если один и тот же сюжет предполагается печатать на разных машинах, то система автоматически обеспечит полную идентичность цветопередачи на всех оттисках. Это и было продемонстрировано в процессе тестовой печати в типографии «АПД». «Мы были одними из первых в России, кто приобрел систему Image Control 3, и уже сейчас могу сказать, что это лучшее решение в области автоматического обеспечения цветопередачи, даже на сложных материалах, — отмечает Дмитрий. — Это позволит нам еще больше продвинуться в производстве упаковки и увеличить количество клиентов, для которых цветопередача как в пределах одного тиража, так и повторяющихся тиражей, критически важна».

Серьезный игрок

Надо сказать, что презентация новой машины вызвала большой интерес со стороны руководителей типографий из самых разных городов. На мероприятии присутствовало более 60 гостей. Во время экскурсии по предприятию мы обратили внимание, что по сравнению с прошлым годом в типографии появилось еще несколько единиц оборудования для работы с упаковкой. В частности, пресс для тиснения фольгой и еще одна фальцевально-склеивающая линия. Типография «АПД» сделала серьезный шаг на рынок картонной упаковки, но при этом сохранила бизнес в коммерческой полиграфии. Так что говорить о переходе типографии с коммерческой продукции на упаковочную в данном случае не приходится. Во время прошлой презентации нам показалось, что типография станет примером трансформации, но оказалось, что нет. В «АПД» успешно сочетают несколько направлений полиграфии и демонстрируют в них уверенное развитие. Будем следить дальше...

Speedmaster. Создан вдохновлять.



Секрет успеха наших клиентов – идеальное взаимодействия между людьми, машинами, материалами и процессами. Печатные машины Speedmaster позволяют реализовать впечатляющие бизнес-модели, что, в свою очередь, дает важное конкурентное преимущество.

HEIDELBERG

Раскрывайте новые возможности, которые предлагают печатные машины Speedmaster, и ищите вдохновение! www.SpeedmasterGetInspired.com



Разнонаправленная специализация, или Искусство планирования ресурсов



Александр Костин, генеральный директор, типография «Интеллсервис» [Республика Казахстан]

первых числах августа мы побывали на производстве типографии «Интеллсервис». Причин отправиться в Казахстан на это предприятие было множество. «Интеллсервис» является одним из крупнейших производителей упаковки в республике и одним из быстроразвивающихся частных полиграфических предприятий на постсоветском пространстве. Это первая на территории СНГ полиграфическая компания, где работают новые печатные машины manroland 700 Evolution. О развитии типографии на современном казахстанском рынке полиграфических услуг мы поговорили с генеральным директором «Интеллсервис» Александром Костиным.

Кооперативная деятельность

Компания «Интеллсервис» начала освоение рынка с 1991 г. «Тогда одной из популярных форм коммерческой деятельности были кооперативы, рассказывает Александр. — И наше предприятие (оно, правда, тогда называлось по-другому) тоже было кооперативом. В то время я работал директором небольшой районной типографии в городке Талгар, недалеко от Алматы. Государственные типографии на тот момент не могли выполнять коммерческие заказы, которые уже начинали появляться на свободном рынке. И мы, группа энтузиастов, в рамках кооператива собирали такие заказы и искали места, где их можно выполнить. По сути, работали как посредники. Постепенно от посреднической деятельности переходили к аренде производственного оборудования — находили предприятия, где в переходное время простаивало полиграфическое оборудование (а такого было немало), и брали его в аренду (была такая форма взаимодействия), изготавливая на нем печатную продукцию».

Собственный бизнес

В 1997 г. Александр уволился из государственнойтипографиии полностью сосредоточился на собственном бизнесе. Примерно в то же время состоялось первое знакомство Александра с руководством компании «Гейдельберг-СНГ», которая была создана незадолго до этого. «Гейдельберг-СНГ» решился тогда прокредитовать компанию «Интеллсервис» на приобретение полиграфического оборудования. «В то время в Казахстане (это было уже независимое государство) получить кредит на разумных условиях было практически невозможно, и кредитование от «Гейдельберг-СНГ» нам, безусловно, очень помогло, поясняет Александр. — Мы тогда приобрели печатную машину Heidelberg SORM-Z, что для нас стало огромным шагом вперед». Немного позднее в 1999 г. «Интеллсервис» стал участником программы переписи населения страны (печатали бланки для реализации этой задачи), что позволило окупить уже приобретенное оборудование и профинансировать покупку нового. Впрочем, и другие работы типография тоже успешно выполняла. «В целом проект состоялся. Некоторые сложности нам создала девальвация национальной валюты в 1999 г. (в России кризис случился в 1998 г., у нас чуть позже), тем не менее к началу 2000-х гг. у нас уже был серьезный набор оборудования для коммерческой печати. Мы приобрели машину GTO,







В типографии «Интеллсервис» установлен ряд печатного оборудования компании Heidelberg, с которой у предприятия сложились партнерские отношения с самых первых шагов на полиграфическом рынке





четырехкрасочный Speedmaster 52, ряд послепечатного оборудования, став серьезным игроком на рынке коммерческой печати, но при этом изготавливали и периодику, в первую очередь журналы. А с приобретением в 2000 г. переделанной машины для УФ-лакирования, стали единственной в стране типографией, обеспечивающей производство продукции с УФ-лакированием».

Привлечение упаковщиков

Новые возможности типографии привлекли заказчиков на упаковочную продукцию. «Отпечатать мы ее могли, но нам не на чем было вырубать и склеивать. Тогда мы приобрели стопцилиндровую машину «Виктория», приспособленную под вырубку. Вскоре заказов на упаковку стало столько, что мы не справлялись с печатью», — говорит Александр. Типографии понадобились новые инвестиции на приобретение печатной машины большого формата. В конце 2001 г. на предприятии установили пятикрасочную машину Heidelberg Speedmaster СD102. Одновременно с этим у Александра появился партнер из Китая, который помог проинвестировать средства в приобретение оборудования для изготовления упаковки. Так в типографии появился первый китайский вырубной пресс и фальцевально-склеивающая линия. «Это оборудование у нас работает до сих пор, хотя последующие вырубные пресса у нас уже от компании Bobst», отмечает Александр Костин. В 2002 г. в компании поставили собственный гофроагрегат и кашировальную машину, что позволило выйти на рынок

упаковки новогодних подарков и премиальной упаковки (например, для алкоголя).

«После этого вновь стало понятно, что нам не хватает печатных мощностей. На выставке drupa 2004 мы приобретаем шестикрасочную машину Speedmaster CD102, параллельно с этим добавляется и всевозможное послепечатное и вспомогательное оборудование. Появи-



На производстве типографии «Интеллсервис» недавно установлена вторая печатная машина manroland 700 Evolution

лась трафаретная печать, расширились возможности лакирования, приобрели оборудование для холодного тиснения фольгой, ламинации, а также для создания дифракционных визуальных эффектов методом модификации поверхности лаковой пленки специальными трансферными пленками и многое другое. Все это позволило подняться на весьма серьезный уровень производства картонной упаковки», — говорит генеральный директор «Интеллсервис».

Тендеры на учебники

В компании по-прежнему занимались коммерческой печатью, но такого бурного развития в этом сегменте, как в упаковке, не было. Тем не менее развитие данного направления продолжалось, в первую очередь за счет приобретения послепечатного оборудования. «В какой-то момент мы начали подумывать о том, что будет правильнее закрыть это направление и сосредоточиться на упаковке, но судьба распорядилась иначе, — говорит Александр. — Будучи уже довольно крупной и известной типографией в стране, мы стали выигрывать серьезные государственные тендеры, в частности на печать учебни-



Для вывода офсетных форм используются термальные пластины DruckMaster от компании manroland



ОБОРУДОВАНИЕ





«Интеллсервис» является лидером в Казахстане по производству качественной упаковки. На предприятии используется современное профессиональное оборудование для высечки компании Bobst

ков для страны. Так получилось, что крупные государственные типографии не располагали оборудованием, способным обеспечить качественную печать. В итоге нам достались крупные заказы на производство книг. Причем в первое время мы брали больше, чем могли изготовить, и вынуждены были переразмещать часть заказов в других типографиях, преимущественно в России. Но в 2011 г. мы приобрели восьмикрасочную печатную машину Speedmaster XL105 и получили возможность обеспечивать приличный объем печати книжной продукции. К этому добавили привезенные из Европы книжные линии и стали довольно крупным производителем книжной продукции. Совсем недавно, ощутив нехватку мощностей по шитью книг, добавили несколько ниткошвейных машин».



Кашировальная машина для изготовления многослойного картона с приклейкой запечатанного листа

Продукция для фаст-фуда

Несколько лет назад в компании «Интеллсервис» появилось новое направление — производство бумажной посуды. «Я к этому рынку присматривался очень давно. Но в культуре Казахстана места для фаст-фуда долгое время не было, хотя в соседних странах он развивался. И лишь несколько лет назад на наш рынок стали приходить мировые игроки (например, КFC), которым эта продукция была очень нужна», — поясняет Александр. Тогда в типографии появился специальный экструдер для поливки картона полиэтиленом, а затем и специальное формовочное оборудование для изготовления стаканов, ведер и т. д. Сейчас компания — заметный игрок на рынке бумажной посуды. «Наш местный рынок такой продукции пока не велик, а далеко транспортировать готовую посуду невыгодно (возишь воздух). Поэтому мы начали поставки посуды в другие регионы в виде полуфабрикатов (отпечатанные и вырубленные заготовки, которые на местах только склеиваются). И сейчас мы активно движемся в этом направлении. Интерес к данной продукции большой, поскольку оборудование для сборки стаканов компактное и относительно доступное, а подготовка картона и печать есть далеко не у всех. Мы сейчас строим отдельный цех, где развернем подготовку картона, запустим экструдер и начнем производить заготовки для посуды в существенно большем объеме», — поделился планами Александр.

Первый Evolution

Около двух лет назад в типографии «Интеллсервис» произошло еще одно важное событие. Здесь была смонтирована первая в СНГ печатная машина manroland 700 Evolution. Александр рассказал: «Наши машины, на которых мы печатаем упаковку и которые были приобретены еще в 2000-х гг., уже наработали приличный ресурс, и их нужно было менять. Мы начали изучать рынок. Конечно, рассматривали и





В типографии инсталлирован развитый комплекс оборудования, позволяющий выполнять как послепечатную отделку, так и подготавливать сам материал (картон и гофрокартон, в том числе металлизированный) для производства упаковки



Proserv 360°: Максимальная производительность

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

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

Бантинка -1967-ОСТИМА- поставлет печетали минена выпатам, миненат линтег, разлит и обществляю вечетных минен байме всех сорой, полителя подпиную вестину замения честей.



AO "BHT-Cocramer", 117148, Maccas, yr. Assessma, p.S., crp.2, crjmc 2/2 ren.:+7(485) 258-67-08, quar: +7(485) 318-11-55. E-mail: vipays@vipays.ru www.cologu.ru



WE ARE PRINT.*

ОБОРУДОВАНИЕ









Одним из весомых направлений бизнеса «Интеллсервис» является производство книжной продукции — в основном учебников, учебных пособий. Для этих задач смонтирован комплекс специализированного послепечатного оборудования

Heidelberg, и К&B, и японских производителей. В компании VIP Systems (с этой компанией мы успешно работали и раньше по целому ряду единиц оборудования, приобретаем у них офсетные пластины для изготовления форм, она вообще активна в Казахстане) нам предложили ознакомиться с последними разработками машин manroland. Мы их внимательно изучили. Затем я побывал в типографиях России



Оборудование для изготовления бумажных стаканов. На предприятии таких устройств — восемь

и Европы, где эксплуатируются машины manroland, поговорил с печатниками, с руководителями типографий. И понял для себя, что эти машины, как минимум, не хуже тех, на которых мы работали раньше. При этом manroland (вместе с VIP Systems) предлагал очень привлекательные условия для приобретения этого оборудования. Мы постоянно во что-то инвестируем, поэтому свободных средств немного. И возможности хорошего финансирования всегда стараемся использовать. При этом VIP Systems были готовы принять существующую у нас машину в качестве первого взноса за новую, что для нас было удобно. В результате на drupa 2016 мы приобрели наш первый manroland 700 Evolution, который вскоре был смонтирован в нашей типографии».

Как отмечает Александр, переход на машину нового поколения не прошел легко. Печатникам было непросто перестроиться, многие привычные функции приходилось осваивать заново, в машине многое решается программным способом (а не механически, как раньше), что потребовало привыкания. Тем не менее внедрение новой техники прошло удачно. «Спустя время могу оценить — выбор мы сделали правильный. Машина отлично печатает, лучше держит цвет, чем наши предыдущие машины (этому способствует развитая автоматика и системы контроля наката краски). На этой машине мы смогли существенно повысить производительность. Для нас это важно, поскольку мощностей по печати всегда не хватает. К тому же наша машина в





Флексографская машина для запечатки картона под будущие стаканы и ротационная вырубка для флексозаготовок (слева)



HOBЫE MAШИНЫ EXPERTFOLD 145/165

Благодаря превосходному контролю процесса фальцевания, удобству эксплуатации и возможности оснащения новейшими системами контроля качества, фальцевально-склеивающие машины EXPERTFOLD 145 и 165 способны обеспечить одновременно и высокую производительность, и отличное качество готовых коробок.

Модульная конструкция, передовая система подачи, высокоточные системы предфальцевания и фальцевания, позволяющие свести к минимуму дефекты типа «рыбий хвост» и зазоры - все это делает новые модели EXPERTFOLD идеальными машинами для расширения вашего производства упаковки из гофрированного или кашированного картона.



ОБОРУДОВАНИЕ





В серьезный процесс офсетного производства в типографии «Интеллсервис» внедрили цифровую печать на базе машин Ricoh — Pro C7100 и Pro 8200S

специальной более широкой версии (ширина листа 78 см, а не 75 см), что оказалось выгодно при печати упаковки, поскольку в этот формат зачастую умещается на один ряд коробок больше. Мы очень рады этому приобретению». В результате, через год после запуска в эксплуатацию первой машины manroland, в типографии появился и второй manroland 700 Evolution, заменивший еще одну машину для печати упаковки.

Цифровое подразделение

Но и это еще не все. Около года назад в «Интеллсервис» появилось цифровое подразделение. Здесь установили









На цифровом оборудовании Ricoh изготавливают малотиражные книги, фотоальбомы и даже заготовки для бумажных стаканчиков. Монохромная ЦПМ используется для персонализации

две цифровых печатных машины компании Ricoh. Одна полноцветная серии Рго С7100, вторая — черно-белая серии Pro 8200S. «Мы довольно долго обходились без цифровой печати, хотя и в городе, и в стране она развивается довольно активно. Мы считали, что нашему серьезному производству «цифра» не очень нужна. Изменить свое мнение нам пришлось после того, как у нас стали появляться малотиражные заказы. Выиграв тендер на печать учебников, мы получаем, помимо крупнотиражных заказов, еще и версии этих же учебников на редких языках, где тиражи могут быть сотни, а то и десятки экземпляров. Печатать их традиционным способом невыгодно. А на цифровой машине получается экономически эффективно», — подметил Александр.

Выбор машин Ricoh Александр объяснил так: «У нас в городе работает хороший дилер этой компании. Нам важна качественная поддержка, тем более что мы только начинаем двигаться в «цифру». Более того, с руководством «Рико Рус» мы договорились о хорошем финансировании (по сути, рассрочке)». Появление цифровой машины позволило типографии успешно решить проблемы высокой себестоимости

Байшеш











Технические возможности «Интеллсервис» позволяют получать тендеры на производство учебной литературы. В числе заказов также — многополосная полиграфия (книги, журналы)



В типографии развивают направление производства бумажной посуды, в частности упаковки для фаст-фуда

Казакстан



В «Интеллсервис» освоили изготовление бумажных стаканчиков и ведер разных размеров. Процессом специальной подготовки картона на предприятии занимаются самостоятельно











Упаковочная продукция, выпускаемая «Интеллсервис»: от сложной пишевой упаковки с декоративной отделкой до коробок для лекарственных препаратов

малотиражных книг. «Мы двигаем «цифру» и в других направлениях. Мы не планируем работать на рынке «уличных заказов», но подумываем о «цифровой» (точнее, персонализированной) упаковке и о «цифровой» посуде. Бумажная посуда с логотипом к презентационным мероприятиям оказалась востребованной рынком, и мы ее изготавливаем. Есть у нас и отдельный бизнес, связанный с персонализацией, точнее с необходимостью нанесения нумерации и уникальных штрих-кодов. На чернобелой машине Ricoh Pro 8200S мы с этой задачей справляемся».

Подводя итог посещению типографии «Интеллсервис», можно отметить, что этой компании удалось успешно осуществить «узкую специализацию» в нескольких мало связанных друг с другом областях. И останавливаться на этом здесь не собираются. Идей развития у Александра и его партнеров много, и движение в разных направлениях идет. Нам кажется, что на таких энтузиастах и держится отрасль...



Изготовим любую рекламнокоммерческую 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+xax on-line

Переплетно.

Фенниные технологии

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



Compactные инвестиции, или Тренд в рулонном офсете



Олег Киселев, генеральный директор, «Типографский комплекс «Девиз» [Санкт-Петербург]

условиях падения тиражей традиционной печатной продукции (газет, журналов, книг, рекламных изданий) некоторые полиграфические компании осуществляют серьезные инвестиции в оборудование. Одним из интересных проектов последнего времени является установка в «Типографском комплексе «Девиз» рулонной печатной машины с газовой сушкой Koenig&Bauer Compacta C-518. Это высокопроизводительная 40-страничная машина с высоким уровнем автоматизации и гибкими производственными возможностями. Казалось бы, осуществлять такие крупные инвестиции в момент сокращения тиражей многих видов продукции - решение несколько странное. Однако генеральный директор «Типографского комплекса «Девиз» Олег Киселев нас разубедил.

Газетный лидер

Надо сказать, что коммерческое чутье у акционеров «Девиза» присутствовало всегда. Предприятие было создано в середине 1990-х гг., на волне высокой популярности традиционных газет и перехода газетных изданий на цветную печать. «Изначально свой бизнес мы выстраивали на печати газет, — рассказывает Олег. — Мы сразу поставили довольно серьезную газетную печатную машину, а вскоре на предприятии сформировался мощный парк газетного оборудования, благодаря которому мы могли обрабатывать большие объемы газетных изданий. Более того, спустя некоторое время начался бум перехода газет на цвет. Мы к этому моменту успели приобрести Goss Universal 45 и в этом «газетном буме» поучаствовали. Конечно, это было золотое время российской полиграфии, о котором многие, кто успел поработать в тот период, вспоминают с трепетом». В результате постоянных инвестиций и развития производ-

ства «Девиз» стал одним из крупнейших газетных печатников в регионе, активно конкурируя с существующимикрупными государственными газетными предприятиями. Конец 90-х гг. ознаменовался бурным развитием объемных рекламных газет (например, «Экс-

тра М»), многие из которых печатались в «Девизе». Спустя время печатная машина Universal 45 была заменена на более производительную Universal 70, на которой и сейчас в типографии активно печатают газеты несмотря на то, что рынок постепенно сжимается.

Печать на меловке

В компании не остановились на достигнутом, и вскоре в типографии появилась рулонная машина с газовой сушкой для высококачественной печати на мелованных бумагах. В тот момент на рынке начал хорошо просматриваться новый тренд — развитие глянцевой периодики. Мощностей по ее печати в нашей стране было немного, при этом существенные объемы глянцевых журналов печатались в Европе. «За долю этого рынка было интересно побороться, и в нашей типографии появилась 24-полосная офсетная машина с газовой сушкой Compacta S80. Это были внушительные инвестиции, но они оказались вполне оправданы. Мы смогли привлечь заметную долю глянцевых журналов и предложить издателям уникальные по тем временам условия: печать с европейским каче-





В «Типографском комплексе «Девиз» установили рулонную печатную машину с газовой сушкой Koenig&Bauer Compacta C-518, оснащенную единственным в России фальцаппаратом с самыми широкими возможностями по фальцовке и способам скрепления продукции







Парк рулонных машин «Типографского комплекса «Девиз»: слева — печатная машина Universal 70, справа — 24-полосная офсетная машина с газовой сушкой Compacta S80

ством на машине мирового уровня при вполне разумных финансовых условиях. И кстати, продолжаем это делать и сейчас», — отмечает Олег. Для изготовления журнальной периодики обычно требуется еще и листовое оборудование, как минимум, для печати обложек на плотной бумаге, которую невозможно использовать на рулонных машинах. Разумеется, такой цех появился и в «Девизе».

Цех листовой печати

«К листовой печати мы подошли с рыночных позиций. Некоторое время она у нас была на вспомогательных ролях, использовали ее для печати обложек и вкладок для журналов. Но мы решили сделать это направление коммерчески выгодным и самоокупаемым. Поэтому стали искать возможности привлечения дополнительных заказов именно на листовую

печать. В частности, изготавливаем сборные тиражи для компаний, которые занимаются их интеграцией. Эти компании находят мелкие заказы, аккумулируют их и передают нам на исполнение в виде сборных листов. А мы печатаем, режем, проводим послепечатную обработку и отправляем заказчикам. Мощности нашего листового цеха существенно выше, чем требуется для выполнения собственных заказов, поэтому такой дополнительный доход от сторонних компаний для нас хорошее подспорье. В нашей типографии серьезные накладные расходы. У нас высокая социальная ответственность: достаточно сказать, что на предприятии работает более 400 сотрудников, производство расположено близко к центру города и т. д. Все это требует стабильных финансовых поступлений в достаточно приличных объемах. Ну и, конечно, об акционерах мы не должны забывать. Поэтому

Планшетный УФ-принтер Jeti Mira LED



_ОБОРУДОВАНИЕ

мы всегда думаем о том, как развивать бизнес дальше», — рассказывает Олег.

В соседней Эстонии

Еще одним интересным развитием бизнеса «Типографского комплекса «Девиз» является приобретение производственных мощностей в соседней Эстонии. Там работает полноценная производственная площадка, оснащенная рулонной журнальной машиной Heidelberg M600 и цехом листовой печати. «Такой подход позволил нам более гибко управлять себестоимостью продукции, — отмечает Олег. — Сейчас в процессе просчета







Цех листовой печати на базе машин Heidelberg. Здесь печатаются обложки многополосных изданий

заказов всегда рассматривается несколько способов его изготовления. В каких-то случаях оказывается выгоднее в Эстонии (там дешевле бумага, но есть транспортное плечо), в каких-то — в России (бумага дороже, но нет транспортного плеча и несколько ниже заработная плата). В конечном итоге наличие производственной площадки в Евросоюзе само по себе является аргументом для ряда заказчиков, привыкших печататься за границей».



На допечатном участке используется CtP-устройство Screen. Для изготовления офсетных форм применяются термальные пластины Agfa :Energy Elite Pro

мы ее не новой. Если вдруг что-то с ней случится, то для нас это будет большой проблемой». Во-вторых, развитие и распространение относительно нового для нашей страны вида полиграфической продукции — рекламного каталога торговых сетей: «Мы видим этот тренд, можем с той или иной достоверностью прогнозировать его развитие на несколько лет вперед и понимаем, что развитие самих торговых сетей (оно вполне активно в регионах и небольших городах,

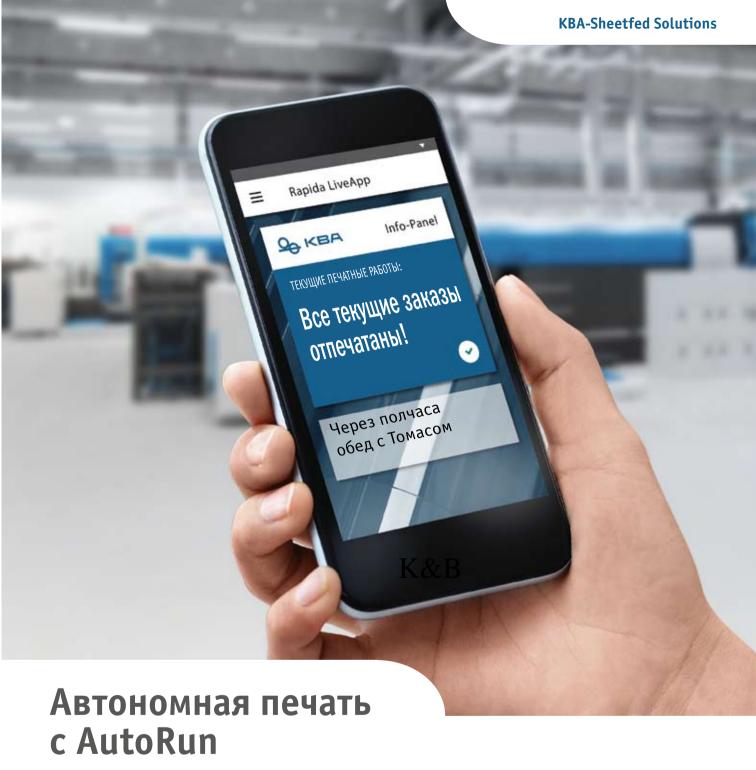
Инвестиции в «рулон»

Совсем недавно «Девиз» осуществил еще одну крупную инвестицию, связанную с приобретением рулонной машины Сотраста С-518. Как пояснил Олег, причин, побудивших реализовать такой масштабный проект, две. Во-первых, почтенный возраст существующей рулонной машины Сотраста S80: «Машина проработала у нас 12 лет, да и приобретали





Часть комплекса послепечатного оборудования: машина для бесшвейного скрепления, фальцевальная машина, вверху — вкладочно-швейно-резальный агрегат

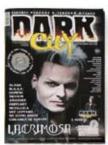


Благодаря AutoRun мы предлагаем Вам технологию будущего. Ваши машины КБА могут самостоятельно переналаживаться и переходить с тиража на тираж полностью автоматически. Таким образом, Вы оптимизируете производственное время и высвобождаете ресурсы для дополнительных заказов. Ориентированное на пользователей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

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



ОБОРУДОВАНИЕ















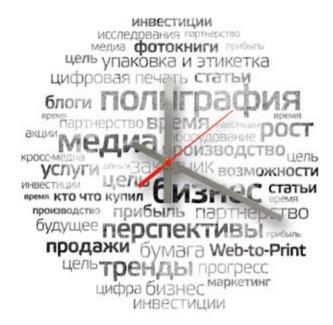


Печать периодических изданий составляет заметную долю в структуре заказов «Типографского комплекса «Девиз»

История развития «Типографского комплекса «Девиз» говорит о том, что руководство компании умеет очень хорошо видеть рынок и предсказывать его развитие. Инвестиции, которые здесь осуществляют, всегда оказываются точно в цель. И раз здесь решились на крупные инвестиции сейчас, когда многие говорят о «бесперспективности» полиграфии как бизнеса, скорее всего, не все так печально. Рынок жив и собирается развиваться в дальнейшем.

а в столицах уже ощущается насыщение) будет способствовать и увеличению объемов производства данного вида продукции. А значит, мы можем побороться за часть этого пирога. И у нас это вполне успешно получается, особенно с появлением новой машины. Конечно, мы не отказываемся от рынка периодики, но там серьезного развития мы не видим (да и издатели тоже). Но пока объемы есть, мы будем их производить».

Рассказывая о причинах выбора печатной машины Compacta C-518, Олег пояснил, что в «Девизе» очень внимательно изучали предложения на рынке: «Проведя исследование, мы лишний раз убедились, что выбирать нужно Koenig&Bauer. Приобретать новую машину можно для решения двух задач: первая — это обеспечение оптимального выпуска какого-то конкретного вида продукции, вторая — «приобретение возможностей», то есть не только машины, на которой можно выпускать тот или иной вид продукции, но и возможности развиваться, производить что-то еще. И в машине Compacta C-518 мы увидели именно это. Возможности ее фальцаппарата очень широки, что позволяет изготавливать продукцию самых разных форматов и на самых разных бумагах. Машина не только печатает на бумаге до 130 г/м², но и успешно ее фальцует и может даже скреплять несколькими способами непосредственно в фальцаппарате. Мы считаем, что Koenig&Bauer — мировой лидер в области фальцовки бумаги в процессе рулонной печати, обладающий к тому же огромным опытом. Таких фальцаппаратов, как у нас, в мире немного, а в России он единственный. И уже сейчас мы эти возможности эксплуатируем, предлагая клиентам необычные форматы изданий, гибкую полосность и т. д. Благодаря этой машине мы планируем выходить и на новые виды продукции, в частности, печать многотиражных календарей, которые поступают в торговые сети для массовой продажи. Но есть и другие задумки...»



Информационно-аналитический портал для тех, кто принимает решения

Print Daily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:

Что происходит на рынке, и что это значит для вашего оизнеса?
Что делают ваши конкуренты? Какие возможности есть на рынке?
Как повысить эффективность вашего бизнеса? Во что вкладывать деньги?
Нужно ли менять бизнес-модель и как это сделать?
Как меняются предпочтения заказучиков печатной продукции?

Что будет с полиграфией завтра и если не полиграфия, то что?

Вместе с Издательством «Курсив»



36 Формат №6-18 ■