Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции









PYEJIB B YAC

НОВАЯ ЕДИНИЦА ИЗМЕРЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ



Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

#### Формат N°7(75)-2012

#### СОДЕРЖАНИЕ

......

אחוזויוטחטחכ	
Еще одна печатная машина по цене про	граммного продукта
Повысить производительность типографии	в несколько раз можно путем
объединения заказов на одном листе, что приравнивается к покупке новой машин	
Правда, для этого потребуется соответству	лощее ПО
ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ	
Компания WeMaTec. <b>Новые стандарты на</b>	ружной рекламы
Типография «ТволиМедиа»	
Заведите «цифру», или Верный способ п	овысить лояльность клиентов 1
«Северодвинская типография»	
Как заполнить нишу малотиражных зак	азов, или Зачем покупают «цифру» 1
, ,	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
ОБОРУДОВАНИЕ	
Типография «Фебри»	
Заказчики, которые подталкивают к раз	звитию.
и Развитие, которое гарантируют поста:	
Типография «ПушкинПринт»	•
Первый в России Enthrone, или Технолог	гии, дедающие вас заметными
РПК «ЛИГО»	, H
Инновации в интерьерной рекламе, или	Что нужно сетевым компаниям 2
Типография «Фемели»	TIO II/IIIIO GOTODZINI NOVINGINIUM.
Полиграфия — бизнес, который хочется	THOROTORE VODOS TOVOTOVAS
Tronsit pagesti oxoneo, notoposi vo teta	породать торов полологовы
СОБЫТИЕ	
ON DEMAND 2012: итоги образовательн	roro donyas
ON DEI-IMID EO IE. MIDIM DOPASOBATEMBA	ото форума
ОБОРУДОВАНИЕ	
• •	
«Стар-Натурдарм»	5
Стандарты отрасли: экологическая печа	ть по колоасным ополочкам
Реклама в номере:	Фабрика офсетной печати вкладка
Альфа-Дизайн11	Формула цветавкладка
Выставка China Print 3-я обл	Epson
	I/D A 3.1

#### Учредитель Издательство «Курсив»

МТинвест

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

Почтовый адрес:

107140, Москва, а/я «Курсив» Адрес редакции: 107076, Москва, ул. Электрозаводская, д. 37 . Тел.: (495) 725-60-01, Факс: (495) 725-60-02

E-mail: format@kursiv.ru www.kursiv.ru

### Журнал «Формат»:

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

#### © Издательство «Курсив»

Все права защищены Отпечатано в типографии Viva-Star. Тел.: (495) 780-67-05 Подписано в печать 31.10.2012 Печать офсетная. Тираж 7000 экз.

УАМ International . . . . . . . . . 4-я обл

#### ВНИМАНИЕ!

Любое воспроизведение материалов или их фрагментов запрещено. За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет

#### Бумажная вечеринка в пиратском стиле

6 сентября в Москве на борту теплохода «Христина» состоялась совместная конференция компаний «Европапир» и «Монди». Приглашенные гости смогли ознакомиться со специальными материалами для цифровой печати и узнали о главном событии «Монди» 2012.

Конференцию открывали представители компании «Европапир». Алена Юченкова начала свою презентацию с представления материалов для цифровой печати, а также бумаг для HP Indigo, уже нарезанных под формат для этих машин. Особое внимание было уделено материалам для широкоформатной печати, а именно, белой бумаге для лазерной ч/б печати, фотобумаге, холстам и самоклеящимся материалам для цветной струйной печати. Среди новинок в этом направлении выделили эконом-рулоны российского производства Economy Copy Reels и Economy Inkjet Reels, холсты с матовым покрытием SmartLine Canvas и с покрытием сатин Folex Canvas и самоклеящуюся бумагу Sihl. Что касается дизайнерской бумаги, то в презентации был сделан акцент на американской бумаге Mohawk и металлизированной бумаге Majestic Digital. Ирина Монакова, в свою очередь, рассказала о собственном бренде «Европапир» SmartLine, в который вошли дизайнерская бумага Top Style, калька и самоклеящиеся материалы. Также было упомянуто о появлении в ассортименте самоклеящихся пленок UPM Raflatac пленок HSLP, пригодных для высокоскоростной лазерной печати. Среди поставщиков конвертов в презентации были отмечены такие компании, как BONG и «Ряжская печатная фабрика», а также Sealed Air, выпускающая популярную серию защитных почтовых конвертов Mail Lite.

Компанию «Монди» на конференции представлял Василий Леонов, который рассказал о новейших тенденциях в печатной отрасли и их влиянии на ассортимент производителей бумаги, а также о специальных материалах для профессиональной печати Mondi, в которые вошли такие бренды, как Color Copy, DNS, BIOTOP3Next и Nautilus. Ирина Чайкина, в свою очередь, рассказала о главном событии Mondi в 2012 году, а именно о запущенном в июле на Сыктывкарском ЛПК новом комплексе резки и упаковки офсетной бумаги фолио. Ведущий инженертехнолог технического сервиса «Монди СЛПК» Татьяна Арпа ознакомила гостей с историей Сыктывкарского ЛПК, который за время своего существования, начиная с 1969 г., не раз модернизировался. Татьяна подробно объяснила, как организован производственный процесс и контроль качества, а также показала заводские спецификации по допускам.

После этого всех гостей пригласили на пиратскую вечеринку с розыгрышами и призами. И это стало приятным завершением насыщенного информацией и положительными эмоциями вечера на теплоходе.

Обложка отпечатана в типографии **«Фабрика Трафаретной Печати».** Тел.: (495) 362-10-79. Для декорирования обложки использован глянцевый УФ-лак, предоставленный компанией **«ОктоПринт** Сервис». Тел.: (495) 789-80-81.



нескольких предыдущих «Формата» мы рассматривали вопроперспектив использования технологии web-to-print в целом и процедуры объединения заказов на одном печатном листе в частности. И раз за разом приходили к выводу, что эти технологии дают реальную возможность типографиям, причем традиционным офсетным, иметь очень хорошие экономические показатели даже в условиях снижающегося по тиражам рынка. Причем каждая из возможностей технологии web-to-print эффективна как сама по себе, так и в комплексе с другими.

## Как повысить производительность?

На каждом следующем этапе роста любая типография сталкивается с необходимостью увеличения собственной производительности. Даже у самой современной с высочайшим уровнем автоматизации печатной машины производительность конечна, и рано или поздно встает вопрос о том, как добиться роста производительности предприятия. Безусловно, можно купить еще одну печатную машину или заменить машину малого формата на машину большего формата и таким образом решить эту задачу. Как правило, именно по этому пути и идут все типографии, которые сталкиваются с подобной проблемой. В принципе, есть еще и организационные, и технологические пути повышения производительности, а если быть более точным, то финансовой эффективности. Один из наиболее

простых путей — оптимизация выполняемых заказов, то есть отбор из общего потока тех заказов, которые являются наиболее выгодными и эффективными для типографии на данном этапе ее технического оснащения. Второй путь, позволяющий добиться повышения производительности, — это объединение заказов на одном листе.

Вопросы повышения производительности типографии можно решать как экстенсивным методом (приобретая дополнительное оборудование), так и интенсивным (специальная организация работы с заказами)

Как показывает практика, программные средства web-to-print позволяют решить обе эти задачи. Если типография принимает в работу заказы только через специальный сайт в Интернете, то разместить в этой типографии можно только те виды продукции, которые прописаны на этом сайте. Конечно, для этого придется приложить ряд программных и организационных решений. Нужные шаблоны для всех перспективных

заказов должны быть созданы и выложены для общего доступа, а менеджеры по приему заказов не будут иметь никакой возможности разместить любой другой заказ в обход системы. Однако такое решение можно принимать только в том случае, если число заказов в типографии достаточно велико, и предприятие может позволить себе такую роскошь, как выбирать заказы. Но и здесь могут помочь описанные ранее возможности web-to-print. Как мы уже писали, данная технология позволяет заметно снизить стоимость заказов и, таким образом, привлечь еще больше клиентов... Но есть еще одна особенность технологии web-to-print, о которой мы ранее упоминали лишь вскользь, а сейчас попробуем разобраться более подробно. Речь пойдет о реальном повышении производительности работы типографии при выполнении определенных видов полиграфических заказов. И связано это с технологией объединения заказов на один печатный лист.

С одной стороны, может показаться, что все, о чем мы говорим, не совсем корректно. Если печатная машина работает круглосуточно на максимальной скорости, печатники трудятся эффективно и приладки минимизированы до предела, то как за счет технологических приемов можно повысить производительность машины? Если внимательно посчитать, то получа-

ется, что увеличение производительности все же возможно. И достигаться оно будет в первую очередь за счет того, что время приладки, какое бы оно малое ни было, можно распределить на один заказ или на несколько. Рассмотрим это на конкретных примерах.

Как эффективно напечатать типовой флаер?

Допустим, нам необходимо напечатать типовой двусгибный флаер тиражом 3000 экз. Проведенное нами в прошлом номере небольшое исследование показало, что большие тиражи подобного вида продукции встречаются нечасто, поэтому тираж флаеров в 3-4 тыс. экз. следует считать наиболее реальным с точки зрения традиционной полиграфии. Конечно, на современных машинах можно эффективно печатать как существенно большие, так и заметно меньшие тиражи, но если принять во внимание, что web-toprint-типография может в той или иной степени отбирать себе заказы, а в некотором случае даже и навязывать нужные тиражи (достаточно запретить на сайте размещение заказов меньшими тиражами – «хочешь дешево печатать, печатай тот тираж, который указан»), то приведенный выше тираж можно считать оптимальным. Двусгибный флаер в развернутом виде представляет собой лист формата «около A4», и на формате листа типовой печатной машины (72х104 см) их можно разместить до 9 экз. Традиционно размещают 8 экз., но автоматизированные системы раскладки полос на листе могут свободно разместить 9 экз., а если есть возможность пожертвовать несколькими миллиметрами формата, то и 10 экз. Поскольку флаер делается из листовки, то никакие специальные спуски полос под подборку и фальцовку не требуются, задача стоит лишь максимально уплотнить изделия на листе.

Традиционный подход. Так вот, при традиционном подходе к производству такого флаера его размножат на листе и отпечатают тираж. Теоретически возможны два способа раскладки: под печать своим оборотом и печать чужим оборотом, причем раскладку на 9 изделий нельзя осуществить под свой оборот, да и на 10 изделий это также непросто (переворот придется делать «через голову»). Но сути дела это не меняет. Примем, что 10 изделий можно печатать и своим, и чужим оборотом. Тогда получаются следующие расчеты:

■ При печати чужим оборотом для изготовления одного флаера потребуется

две приладки и 300 тиражных листов (с приладочными — около 500 листов). Изделие можно получить, выполнив на четырехкрасочной машине два прогона: для лица и оборота, то есть общее число прогонов составит 1000. На автоматизированной скоростной

машине квалифицированный оператор выполнит эту работу за 20–25 мин. Если принять, что тираж указанных выше флаеров стоит около 10–12 тыс. руб., получается, что за час работы печатная машина может заработать около 30–35 тыс. руб.

**СТанции смешения** офсетных красок:

# цвета и оттенки **на любои вкус**

www.hostmann-steinberg.ru

Москва +7 (495) 789-8081 Санкт-Петербург +7 (812) 313-7448 Новосибирск +7 (383) 230-2798



ЭКОНОМИКА

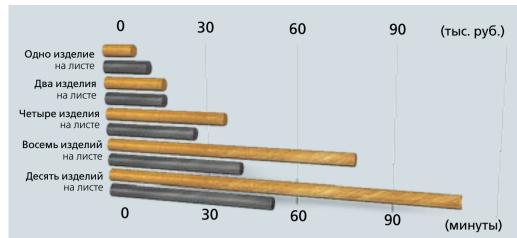


Диаграмма затрат времени на изготовление продукции и объем денег, зарабатываемый при этом. Светлым показан доход от выполнения заказов, темным — время, затрачиваемое на эту работу. Легко заметить, что объем зарабатываемых денег растет быстрее, чем время, затрачиваемое на производство. Это дает возможность анализировать, как именно следует группировать заказы на один лист для совместной печати. В этой связи становится понятно, почему типографии, применяющие объединение заказов, существенно чаще используют машины большого формата. Ну а для сбора большого количества заказов нужна технология web-to-print

■ При печати своим оборотом потребуется одна приладка и 600 тиражных листов (с приладочными - около 700). Таким образом, нужно будет отпечатать около 1300 листопрогонов: 700 листов лица (с приладкой), перевернуть стопу и отпечатать 600 тиражных листов оборота (приладка уже не требуется – все настройки сохраняются). На такой же скоростной автоматизированной машине оператор выполнит эту работу примерно за 15 мин. При указанных выше ценах на производство флаеров получается, что, используя свой оборот, можно заработать до 40 тыс. руб. в час. Не такие плохие показатели! Печать со своим оборотом оказывается выгоднее. Правда, есть одна особен-

ность: при печати со своим оборотом нужно дать краске возможность немного «схватиться», сразу переворачивать стопу и печатать оборот, вообще говоря, нельзя. Но для иллюстрации экономического процесса попробуем пренебречь этими требованиями или предположим, что у нас УФ-печать и оттиски сразу получаются сухими.

#### Печать с объединением заказов.

А теперь попробуем просчитать, что будет, если мы сможем объединить на одном листе несколько однотипных флаеров. Причем здесь также возможны два варианта: печать с чужим и со своим оборотом. При этом в первом случае на листе разместится 10 разных флаеров, во втором — 5.

■ При печати чужим оборотом для изготовления 10 флаеров потребуется две приладки и 3000 тиражных листов (с приладочными листами - около 3300 листов). Изделие можно отпечатать, выполнив на четырехкрасочной машине два прогона: для лица и оборота, то есть общее число прогонов составит 6600 листов. На автоматизированной скоростной машине квалифицированный оператор выполнит эту работу за 50-55 мин. При указанной выше стоимости тиража получается, что за час работы печатная машина может заработать около 120-150 тыс. руб. (!)

А вот теперь картина меняется. При объединении нескольких заказов на одном листе печатать своим оборотом оказывается не столь эффективным. Судите сами. При печати своим оборотом потребуется одна приладка и 1500 тиражных листов (с приладочными около 1700). Таким образом, нужно будет отпечатать около 3200 листопрогонов: 1700 листов лица (с приладкой), перевернуть стопу и отпечатать 1500 тиражных листов оборота (приладка сохраняется). На той же машине оператор выполнит эту работу примерно за 25-30 мин. При указанных выше ценах на производство флаеров получается, что, используя свой оборот, можно заработать до 100-120 тыс.

### **Q**:

#### Самая корректная единица измерения

Производительность любого полиграфического оборудования измеряется, как правило, в типовых единицах — экземплярах в час (скорость работы), тактах в час (тактовая скорость) или даже приладках в час. К сожалению, все эти привычные единицы измерения ничего не говорят о самом главном — финансовой эффективности. Можно с высокой скоростью изготавливать полиграфическую продукцию, но будет ли это выгодно, принесет ли это денег типографии?

В этой связи в основной статье мы решили измерять производительность в самых простых и понятных единицах — денежных. Руководству типографии не нужно знать, с какой скоростью печатает машина, сколько времени тратится на приладку или смывку печатной машины. Важно знать, сколько денег в единицу времени можно на этой машине зарабатывать. Поэтому и возникает обобщенная, универсальная единица измерения — рубли в час. Именно она характеризует эффективность работы производственного процесса. Используя ее, мы уже можем не думать, что выгоднее: печатать длинные дорогие тиражи или

много дешевых, но коротких. Подсчитав, что выгоднее в единице измерения «рубли в час», мы все понимаем.

Конечно, это несколько идеализированная ситуация. Для того, чтобы типография заработала быстро и профессионально, все остальные единицы измерения также необходимо учитывать, но для подсчета экономической эффективности «финансы в час» — наиболее корректная оценка. Более того, если «финансы в час» показывают не очень хорошие результаты, это повод задуматься об изменении других показателей производственного процесса: оптимизировать заказы, оперативнее печатать, быстрее выполнять переход с тиража на тираж и т. д. Так что «самая корректная единица измерения» помогает понять, в каком направлении совершенствовать производство, и дает реальный критерий оценки, позволяющий определить, насколько лучше или хуже стали работать на предприятии после внедрения тех или иных технических или технологических новшеств. Если развивать эту тему и дальше, то еще более корректным критерием оценки выступает такое понятие, как «прибыль в час». Но об этом мы поговорим в следующих статьях.

Формат № 7-12

руб. в час. Тоже неплохо, но все же чужим оборотом несколько выгоднее. В любом случае, объединение заказов дает увеличение производительности печатной машины в разы!

Чтобы определить, каким способом выгоднее печатать тот или иной заказ, нужно считать отдельно в каждом конкретном случае. Эта выгода определяется на базе рабочей скорости печатной машины и времени, которое нужно потратить на приладку. Тем не менее объединение заказов дает возможность повысить производительность работы в несколько раз, по крайней мере, если эта производительность выражена в самых конкретных единицах измерения — рублях в единицу времени.

#### Подводим итог

Таким образом, простыми средствами объединения заказов можно существенно повысить производительность типографии на отдельных видах заказов. По сути, в типографии появляется как минимум еще одна печатная машина, поскольку производительность при объединении заказов увеличивается более чем в три-четыре

раза. Правда, для этого требуется программное средство, которое организует работу по сбору заказов и автоматической раскладке их на листе печатной машины. Иными словами. то самое программное средство, которое организует работу типографии по архитектуре web-to-print. Теоретически, конечно, можно обойтись и без этого программного продукта - собирать заказы обычным способом и объединять их на одном печатном листе посредством шаблонов в системе workflow. Однако это не так эффективно, и скорее всего не удастся собрать нужное количество однотипных заказов, чтобы заполнить ими несколько печатных листов, которые нужно выполнить за смену. Простой подсчет показывает, что для эффективной работы с мелкими заказами (наподобие флаеров, о которых идет речь в статье) их нужно изготавливать около 80-100 в день. Даже при самой полной автоматизации процесса сбора заказов это маловероятно, столько заказов просто нет на нашем рынке. Даже в Москве, как мы писали в прошлом номере, для раздачи на улице и почтовой рассылки нужно существенно меньше флаеров, чем может отпечатать одна типография, которая решит специализироваться на подобных полиграфических работах и автоматизирует процесс их сбора и обработки.

Так что в полном объеме получить выгоду от методики, описанной в этой статье, будет сложно. Данные расчеты приведены, скорее, для того, чтобы понять способ повышения производительности работы типографии, построенный на принципах объединения заказов. Более того, здесь нужно понимать, что эффект увеличения производительности в финансовом исчислении возникает тогда, когда формат продукции существенно меньше формата печати (что и позволяет располагать несколько заказов на один лист). По этой же причине объединение заказов на одном листе не работает для многополосных изданий - книг и журналов, там эффективнее использовать большие спуски полос.

Так что если резюмировать, то получаем следующие результаты:

■ Производительность печати можно существенно (в несколько раз) увеличить, объединяя заказы на один печатный лист.



КВА-MePrint, MBO, MBO Digital, FIDIA, BOGRAMA, SOLEMA, RODA, TECH-NI-FOLD, PERONI RUGGERO, RICHTER pro-book ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ: ПОСТАВКА, МОНТАЖ, СЕРВИС

**WINTER** 

ЭКОНОМИКА

### 📜 Побочная экономия

В основной статье мы рассмотрели, как изменяется эффективность работы печатной машины при возможности объединения заказов. В этом случае производительность машины, выраженная в деньгах, оказывается в разы выше. Однако есть и еще один источник финансовой эффективности при объединении тиражей - это существенное сокращение расходов на бумагу. Печатая каждый заказ по отдельности, типография будет тратить на изготовление типовой продукции 600 листов/ч на приладку при печати чужим оборотом, а при печати со своим оборотом — около 400 листов/ч. И эта бумага - прямой убыток типографии. При печати объединенных тиражей будет израсходовано 300 листов/ч на приладку в случае чужого оборота и 400 листов/ч в случае своего. Таким образом, объединение заказов дает возможность заметно сэкономить еще и на бумаге. За месяц работы в две смены типография

с одной печатной машиной полного формата отправит в макулатуру, соответственно, 96 тыс. листов, 64 тыс. листов, 48 тыс. листов и вновь 64 тыс. листов. Несмотря на то, что подсчеты несколько обобщенные, поведение цифр они все же показывают. Например, для печати флаеров

100 320

75 240

50 160

25 80

0 0

С объединением тиражей (чужой оборот) (свой оборот)

С объединением тиражей (чужой оборот) (свой оборот)

График экономии бумаги при разных способах печати заказов. Темным цветом показано количество перерасходованной в силу специфики технологии бумаги, светлым — дополнительная экономия (в деньгах), которая возникает в связи с экономией бумаги. Объединение тиражей и печать чужим оборотом дает максимальный выигрыш в экономии бумаги

обычно используют мелованную бумагу 115 г/м². Сделав расчет, мы получаем, что при объединении заказов и печати чужим оборотом можно сэкономить до 200 тыс. руб. в месяц. И это еще один аргумент в пользу печати чужим оборотом объединенных заказов.





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

Москва, Электрозаводская, 20 **(495) 780 67 05** 

- Необходимо обеспечить возможность объединения разных видов изделий на одном листе, поскольку собрать однотипные заказы в нужном количестве сложно.
- Сбор заказов и их автоматическое расположение на листе нужно доверить специальному программному обеспечению. Ни один самый профессиональный оператор не сможет выполнять вручную сборку разных по объему и формату изделий на один печатный лист за те 15–20 мин., за которые этот лист тиражируется и требуется новый спуск полос.
- Указанные в статье расчеты показывают, что производительность может быть увеличена в разы, но для примера мы взяли довольно жесткие временные рамки и по приладке, и по тиражированию. Но даже если существенно смягчить эти временные рамки, все равно получается, что переход на технологию web-to-print для типографии, специализирующейся на изготовлении мелкой полиграфической продукции, равен как минимум установке еще одной печатной машины.

## СТРЕМИТЕЛЬНЫЙ ПУТЬ В БУДУЩЕЕ – НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПЕЧАТНЫХ МАШИН



Speedmaster SX — это инновационные технологии Speedmaster XL на успешной платформе Speedmaster SM. Новое поколение печатных машин Heidelberg серии SX — идеальное решение для достижения необходимого уровня производительности и успешной работы в будущем независимо от изменений на рынке.



000 «Гейдельберг-СНГ» Центральный офис

127550 Москва, ул. Прянишникова, 2А. Тел.: +7 495 775 80 20 Факс: +7 495 775 80 22

E-mail: HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru

\_ АТАРЭП RABO9ФИД\_

# Новые стандарты наружной рекламы

егодня возможность экономичной, производительной, надежной и при этом экологичной печати интересует большинство полиграфистов, в том числе задействованных в сфере производства наружной и интерьерной рекламы. В последнее время на рынке широкоформатных принтеров появляются новые решения, предназначенные для самых разных задач — от вывода цветопробы до печати высокохудожественных и фоторабот. Тем не менее цифровая печать большого и сверхбольшого форматов используется преимущественно для изготовления продукции для оформления точек продаж, наружной рекламы, декора интерьеров или автостайлинга (тюнинга автомобилей при помощи специальных пленок). Недавно в линейке широкоформатных устройств, позволяющих изготавливать подобного рода печатную продукцию, появился новый четырехцветный принтер SureColor SC-S30610 от компании Epson, работающий на базе специальразработанных экосольвентных чернил. Тем, какие возможности он открывает для пользователей, мы поинтересовались в компании WeMaTec, которая с этого года является официавторизованным широкоформатных принтеров Epson.

## Поставщик комплексных решений

Группа компаний WeMaTec была создана еще в 1992 г., когда реклама в России в привычном для нас виде только зарождалась. Как тогда, так и сейчас рекламные агентства и дизайн-студии нуждаются в новых и качественных материалах для своего производства. На сегодняшний день компания WeMaTec является одним из крупнейших поставщиков материалов и оборудования ведущих мировых производителей для изготовления наружной рекламы, интерьеров, оформления выставочных и торговых залов, графического дизайна транспортных средств и т. д. С самых первых шагов на рекламном рынке в качестве поставщика WeMaTec стремилась профессионально подходить к работе с клиентами, поэтому одновременно с расширением ассортимента поставляемых материалов для широкоформатной печати был создан и отдел по

продажам оборудования с собственным сервисным центром. Таким образом, сегодня компания занимается не только прямыми продажами материалов, оборудования и программного обеспечения, но и осуществляет гарантийное и постгарантийное обслуживание печатного оборудования и оказывает консультативную помощь по вопросам технологии широкоформатной печати, подбору материалов и наладке производственного процесса.

#### Расширение партнерства

В этом году компания WeMaTec, стремясь расширить партнерские свя-

зи и линейку предлагаемых решений, заключила дилерское соглашение с компанией Epson, которая в последнее время активно развивает широкоформатное направление своего бизнеса. Сегодня в ассортименте WeMaTec представлены принтеры Epson для различных применений - интерьерной печати фотографий и репродукций, печати чертежей и архитектурных проектов, рекламы и POS-материалов, а также наружной печати. Одной из последних новинок Epson в области широкоформатной печати стал экосольвентный принтер SureColor SC-S30610. Сегодня он удачно дополнил предложение WeMaTec в этом сегменте.



Новый экосольвентный принтер Epson SureColor SC-S30610



В демонстрационном центре компании WeMaTec в Новосибирске недавно состоялась презентация нового широкоформатного устройства Epson

10

#### Экосольвентная печать

Четырехцветный принтер SureColor SC-S30610 может использоваться для печати постеров, указателей, баннеров, выставочных панелей, POS-материалов для наружного и интерьерного использования и многого другого, причем на самых разных материалах — виниле, холсте, пленках, бумаге и различных других носителях шириной до 64 дюймов (162,6 см).

Преимущество нового принтера заключается в использовании специально разработанных экосольвентных чернил Epson UltraChrome GS2, благодаря которым обеспечивается высокая светостойкость отпечатков. Особенно это актуально для outdoor-рекламы, которая, как правило, подвергается агрессивному внешнему воздействию. Продукция, отпечатанная на таком принтере, сохранит яркость красок в течение трех лет даже без ламинации. Немаловажно еще и то, что чернила не имеют резкого запаха, не содержат летучих органических соединений и никеля и не требуют специальной вентиляции, что позволяет эксплуатировать принтер Epson SureColor SC-S30610 в закрытом помещении и даже в офисе, как это и делает компания WeMaTec.

В то же время принтер Epson SureColor SC-S30610 обладает традиционной для бизнес-оборудования Epson высокой надежностью. Он гарантирует стабильно высокое качество даже при непрерывной печати, а также требует минимум сервисной поддержки. Принтер легко справляется с высокой производственной загрузкой. Его скорость печати может составлять от 7,3 до 29,4 м²/ч в зависимости от задач пользователя. Это обусловлено тем, насколько тщательной должна быть печать мелких деталей. Кроме того, принтер Epson SC-S30610 обладает сертификатом ENERGY STAR благодаря низкому энергопотреблению, что позволяет не только экономить на энергоресурсах, но и сократить негативное воздействие на окружающую среду.

Андрей Цыганов, руководитель отдела продаж оборудования группы компаний WeMaTec комментирует: «Наши впечатления от использования принтера Epson SureColor SC-S30610 только положительные — и от получаемого качества, и от простоты работы с ним. Удобно, комфортно, а главное — принтер обеспечивает высококачественную печать на большой скорости на любых носителях. Оптимальное решение и по соотношению «цена-качество», и по характеристикам «разрешение-скорость».

Благодаря отличному качеству в сочетании с низкой себестоимостью данная модель принтера окажется интересной для производителей наружной рекламы, стремящихся оптимизировать собственные затраты. Компания WeMaTec нацелена сегодня на активизацию продаж широкоформатного принтера Epson SureColor SC-S30610 и уже организовала серию семинаров и демопоказов работы этого устройства в Москве, Новосибирске и Санкт-Петербурге. Помимо этого, работу принтера можно посмотреть в демо-залах WeMaTec, открытых в вышеперечисленных городах. Для клиентов, особенно начинающих пользователей широкоформатных устройств, специалисты WeMaTec готовы предложить услуги по установке и настройке оборудования Epson. Более того, поскольку широкоформатные устройства позволяют печатать на самых разнообразных поверхностях, специалисты компании-поставщика могут оказать помощь в построении цветовых профилей для печати на выбранных типах материалов, что позволит обеспечить полное соответствие цветопередачи изображения между макетом и готовым изделием.

# СЕЗФН ФТКРЫТ



#### Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

- издания в твердом переплете
  - (книги, альбомы, ежедневники, еженедельники). А также любую другую полиграфическую продукцию.
- сувенирную продукцию и подарочные наборы (в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).

из высококачественных переплетных материалов, цвет которых Вы можете выбрать по каталогу Pantone

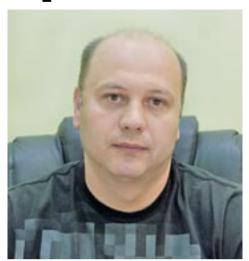
100 оттенков итальянской искусственной кожи

оттенков итальянского переплетного шелка

на нашем складе в Москве

\_ЦПРОВАЯ ПЕРВЕТЬ

## Заведите «цифру», или Верный способ повысить лояльность клиентов



**Владимир Масликов,** зам. генерального директора, типография «ТволиМедиа» [Москва]

ля любой типографии приобретение полиграфической техники всегда обусловлено рядом причин: увеличением мощности предприятия, развитием новых направлений бизнеса, расширением пакета услуг, оптимизацией заказов и другими. В последнее время довольно много инсталляций происходит на традиционных полиграфических производствах, причем активность наблюдается преимущественно в покупке оборудования для послепечатной отделки и, как ни стран-

но, цифровых печатных машин. Одна из таких установок состоялась около полугода назад в типографии «Тволи-Медиа». На классическом офсетном предприятии была запущена профессиональная цифровая печатная машина Копіса Minolta bizhub PRO C6000L. Мы попросили рассказать заместителя генерального директора типографии «ТволиМедиа» Владимира Масликова о том, почему на предприятии возникла потребность в цифровой печати и как ее наличие помогает сегодня организовать бизнес типографии.

#### Турецкий след

Если обратиться к истории типографии «ТволиМедиа», то свою деятельность она ведет на российском рынке уже 10 лет. Правда, до 2009 г. она была известна под названием «Трой Мерекламно-производственной компании, в которую, помимо типографии, входило и рекламное агентство. В свою очередь, «Трой Медиа» являлась частью крупной турецкой фирмы TROY Group, многопрофильной группы компаний, которая имеет сегодня представительства в нескольких странах мира и специализируется на реализации проектов в области строительства, инженерных коммуникаций, промышленных технологий, производства и торговли.

В 2002 г., когда «Трой Медиа» начала работу в Москве, одноименная типография, изначально

имевшая одну двухкрасочную печатную машину второго формата, очень быстро переоснастила парк оборудования, приобретя полноформатную четырехкрасочную машину Мап Roland 704, устройство фотовывода и комплекс послепечатного оборудования для изготовления многополосной продукции с клеевым скреплением и на скобу. Собственно, до сих пор основной специализацией типографии остается производство журналов, каталогов, брошюр и буклетов. В 2009 г. типография вышла из состава международного холдинга TROY Group, сменила название на «Тволи-Медиа» и обеспечила себе полную финансовую самостоятельность.

#### Свобода маневра

Со сменой руководства в типографии начали воплощаться в жизнь и новые проекты по реорганизации производства. Первым делом была приобретена пятикрасочная печатная машина manroland 705+LV Hi Print с секцией лакирования. Так совпало, что День знаний, 1 сентября 2011 г., был ознаменован запуском новой офсетной техники. По словам Владимира Масликова, сегодня у предприятия появилась маневренность, которая позволяет более гибко реагировать на изменения рынка и дооснащать производство с учетом требований времени.

Так, в прошлом году с целью улучшения качества скрепления журнальных блоков было принято решение при-





Печатный парк типографии «ТволиМедиа» состоит из офсетных печатных машин manroland (справа), в дополнение к которым недавно была приобретена цифровая печатная машина Konica Minolta

12





На послепечатных этапах производства используется оборудование ведущих мировых брендов, причем это оборудование применяется как для офсетных заказов, так и для цифровых

обрести линию клеевого бесшвейного скрепления Wohlenberg Quickbinder для нанесения PUR-клея, более эластичного материала, нежели термоклей. Оборудование настолько оказалось эффективным, что пришлось покупать еще одну такую же линию КБС.

Другим направлением компании стало освоение производства календарной продукции. По признанию Владимира, изготовлением календарей в типографии никогда серьезно не занимались, поскольку это не отвечало ее основной специализации. Однако спрос на такого рода полиграфию подсказал купить необходимое оборудование полуавтоматическую машину Autobind 700 для навивки спиралью Wire-O с автоматическим формированием и вставкой ригеля, а также перфоратор RENZ 700. За три месяца работы (с ноября по февраль) типографии удалось выполнить более 1,5 млн календарейдомиков! В этом году у «ТволиМедиа» еще более оптимистичные прогнозы на календарный сезон.

Также в производственных цехах было смонтировано климатическое оборудование для промышленного

кондиционирования воздуха и автоматического поддержания заданного уровня влажности. Сегодня руководство компании уже задумывается о покупке собственного помещения, что позволит более уверенно планировать дальнейшие инвестиции в расширение бизнеса.

## Для чего потребовалась «цифра»?

В свете новых изменений в компании «ТволиМедиа» еще одним приобретением недавно стала цифровая машина Konica Minolta bizhub PRO C6000L. «У нас всегда были офсетные машины первого формата, - рассказывает Владимир Масликов. – Тем не менее довольно часто нам приходилось выполнять малотиражные заказы, в частности, для турецкого посольства или зарубежных компаний (визитки, приглашения, листовки и т. д.). В силу того, что наше офсетное производство настроено на печать крупных заказов, мы даже визитки для собственных сотрудников не могли отпечатать в нашей типографии. Все мелкие тиражи переразмещали у коллег, имеющих цифровое оборудование. Однако, оценив объем таких заказов, решили, что вполне могли бы загрузить цифровую машину, пожалуй, не самой высокой производительности».

Поиски цифрового оборудования привели по совету коллег в демозал компании Konica Minolta. Как рассказывает Владимир, в первую очередь



Малотиражные объемные каталоги являются типичной продукцией для «цифры»





Подобного рода заказы есть почти во всех типографиях. Разумеется, печатать визитные карточки на цифровой машине удобнее и выгоднее, чем на офсетной

Формат № 7-12

\_ЦИФРОВАН ПЕЧАТЬ



Высококачественная иллюстрированная каталожная продукция, изготавливаемая малыми тиражами, — это реальная загрузка для цифровой машины









Ресторанные меню также типично цифровая продукция в силу небольших тиражей и часто меняющейся информации

приятно удивила возможность протестировать машину на разных видах работ и различных бумагах: «Нам очень понравилась открытость компании-поставщика. Прежде чем приобрести машину, мы смогли детально ее изучить, увидеть реальное качество оттисков, сделанных в нашем присутствии. В то же время нас устроили финансовые договоренности и условия по кликовому контракту».

#### Калибровка по цвету

После установки в типографии «ТволиМедиа» Konica Minolta bizhub PRO C6000L первым делом ее откалибровали под цветовой профиль имеющихся офсетных машин. Для этого здесь имеется соответствующее программное обеспечение. Профилирование позволило использовать цифровую машину для изготовления цветопроб и распечатки спусков полос. Теперь к каждому заказу на Konica Minolta выводится готовый спуск полос, что позволяет сразу оценить правильность расположения изделий на печатном листе, проверить макет на наличие ошибок прежде, чем будет отпечатан большой тираж. Кроме того, распечатка служит для оператора еще и эталоном для попадания в цвет при печати на офсете.





Для некоторых видов престижной продукции с помощью цифровой печати изготавливается сигнальный экземпляр (или несколько экземпляров), после чего основной тираж печатается офсетом

14





# **bizhub PRESS C6000/C7000**

для полиграфии и оперативной печати

- Рациональное дополнение офсетной печати
- Гармония цены, качества и производительности
- Печать на широком спектре материалов
- Разрешение растрирования и печати 1200 dpi

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ



Для поддержания стабильного уровня качества отпечатков на цифровой машине в типографии предусмотрели систему кондиционирования воздуха, что позволяет обеспечивать постоянные условия по влажности и температурному режиму. Как выяснилось, для цифровой печати климат-контроль не менее важен, чем в офсетном производстве.

#### Повышение лояльности клиентов

смысла нет

Владимир отмечает, что для многих постоянных клиентов появление в типографии цифровой машины стало приятной новостью. Дело в том, что с «ТволиМедиа» теперь им стало удобно работать не только по офсетным заказам, но и по мелким тиражам, которые раньше кли-



Предварительная печать спусков полос на цифровой печатной машине помогает избежать некоторых ошибок в дальнейшем

енты были вынуждены отдавать другим подрядчикам.

«Цифра» выручает иногда и в таких ситуациях, когда прямую выгоду от печати на ней просчитать нельзя. Владимир приводит такой пример: одному из постоянных крупных заказчиков потребовалось напечатать несколько листов для вложения в готовое издание. На офсете это делать неразумно, а «цифра» легко позволяет вывести несколько полос. Для заказчика это обошлось бесплатно в качестве приятного бонуса. Еще один пример также показателен. Для другого клиента, заказывающего дважды в год крупные тиражи каталогов, в типографии предложили сделать единичный экземпляр такого каталога на цифровой машине. Готовый сигнальный экземпляр удобнее вычитывать, вносить изменения и проверять на соответствие по цвету. Выяснилось, что для клиента это очень удобно. Таким образом, возможность предоставить услуги по цифровой печати является для заказчиков удобным сервисом,

что повышает уровень их лояльности к типографии и оказывается неким стимулом для размещения других заказов.

Если поначалу в типографии выполняли на цифровой машине мелкие тиражи, то вскоре проявилась еще одна положительная сторона оборудования в плане оперативной печати. Как рассказывает Владимир, так получилось, что одного из заказчиков подвела другая типография, а тираж в 50 тыс. листовок нужен был срочно на следующий день. Достаточная производительность машины, а также запас на складе тонера и бумаги позволил уложиться в очень сжатые сроки и выполнить большой тираж к началу мероприятия.

Кстати, Владимир отмечает, что в Konica Minolta понравилась еще и «всеядность» бумаг. Машина позволяет печатать и на обычных мелованных бумагах, и на дизайнерских материалах, и даже на кальке. Правда, как говорит Владимир, при необходимости использовать гладкие бумаги лучше приобрести бумагу, сертифицированную для цифровой печати, — так точно можно гарантировать безупречный результат.

«Для тех задач, для которых мы взяли машину Konica Minolta, она подходит идеально, — говорит Владимир Масликов. — Сегодня машина используется для изготовления как спусковых распечаток, так и заказов, которые офсетом печатать неудобно. Постепенно цифровые заказы увеличиваются, мы даже изготавливали объемные каталоги тиражом до 500 шт. Так что по всем совокупным показателям выбором мы остались очень довольны».

# Как заполнить нишу малотиражных заказов, или Зачем покупают «цифру»

этом году в «Северодвинской типографии» была установлена цифровая печатная машина Хегох DC 8080, которая впервые была анонсирована компанией-производителем в прошлом году как одно из тех печатных решений, которые способны помочь заказчикам сократить затраты на печать и обслуживание оборудования и повысить эффективность их бизнеса. Примечателен тот факт, что такого рода машина установлена в абсолютно традиционной, преимущественно даже газетной типографии. О мотивах такого приобретения мы поинтересовались у генерального директора «Северодвинской типографии» Елены Буяновой.

#### Развитие в традициях офсета

«Северодвинская типография» является сегодня одним из крупнейших полиграфических предприятий Архангельской области. Она была основана в 1937 г., за год до того, как поселок Судострой, расположенный возле Никольского устья Северной Двины, в 35 км к западу от Архангельска, получил статус города и был переименован в Северодвинск. Типография изначально создавалась для печати городской газеты, и первым ее месторасположением стала пристройка Николо-Корельского монастыря. Гораздо позже, только в 1984 г., у типографии появилось собственное здание, в котором она обитает до сих пор, а также возможности для переоснащения предприятия.

Основной специализацией «Северодвинской типографии» долгие годы оставалось производство районных газет, которые в середине 1980-х гг. стали печатать офсетным способом на приобретенной в те годы индийской газетной печатной машине РО-62. С началом перестроечных времен ассортимент выпускаемой продукции был расширен. В типографии освоили изготовление календарей, рекламных изданий, что стало возможным с приобретением листовой офсетной печатной техники.

Начиная с 2000-х гг. в типографии кардинально переоснастили производственный парк. Здесь появилась рулонная офсетная печатная машина Cityline Express, которая позволила печатать 32-страничные тетради формата АЗ со скоростью до 35 000 экз./ч. Так что возможность выпускать газеты такого объема одной тетрадью есть у издателей Архангельской области только в «Северодвинской типографии». Кроме того, это предприятие первым в области приобрело систему CtP, позволяющую экспонировать пластины цифровым способом. Здесь же имеется и парк листовых офсетных машин преимущественно компании Heidelberg для полноцветной высококачественной печати. Есть в оснащении типографии и трафаретная линия, и разнообразный парк профессионального послепечатного оборудования для производства многостраничной продукции - книг, журналов, фотоальбомов, брошюр, каталогов и т. д.

#### Потребность в коротких тиражах

В настоящее время «Северодвинская типография» обладает большим производственным потенциалом,

выпуская каждый месяц до 15 млн экз. печатной продукции. Среди ее основных заказов - около 60 наименований газет Архангельской области, большинство журнальных изданий Архангельска и значительная часть заказов на рекламную полиграфию региона. Тем не менее при довольно широком ассортименте выпускаемой продукции в типографии ощутили влияние общерыночных тенденций по снижению тиражей. «К нам все чаще стали обращаться наши клиенты с просьбой отпечатать небольшой тираж той или иной продукции, - рассказывает Елена Буянова, генеральный директор «Северодвинской типографии». - Поскольку наше производство представлено офсетными машинами, то печатать на них тиражи менее 300 экз. нерентабельно. Мы задумались над тем, чтобы заполнить пробел в заказах от 1 до 200 экз. и подобрать экономически более оптимальную технологию печати коротких тиражей, потребность в которых только увеличивалась». Речь, безусловно, шла о внедрении цифровой печати на производстве и изучении принципов работы на рынке не столько оперативной, сколько малотиражной полиграфии.

#### Условия для «цифры»

Однако задача стояла не просто иметь возможность изготавливать единичные или малые тиражи. Заказчики типографии, за многие годы привыкшие получать оттиски высокого качества, не должны были заметить принципиальной разницы в случае печати их тиража на другом оборудовании, другим способом. Таким об-



Елена Буянова, генеральный директор «Северодвинской типографии»

Формат № 7-12

\_ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ



В «Северодвинской типографии» установлена цифровая печатная машина Xerox DocuColor 8080

разом, одним из главных требований к цифровому устройству было обеспечение качества, максимально близкого к офсетному. Другим условием покупки нового оборудования была возможность работы на различных материалах, ведь среди заказов типографии есть и такие, которые печатаются не только на обычной меловке, но и на дизайнерском картоне, самоклеящихся материалах и даже самокопирующейся бумаге. Кроме того, с учетом большой удаленности от столицы, немаловажным фактором был выбор такого поставщика цифровых решений, который смог бы гарантировать бесперебойную поставку расходных материалов, адекватный сервис и техническую поддержку.

Как отметил Юрий Владимирович Буянов, главный инженер «Северодвинской типографии», при выборе рассматривали двух основных поставщиков — Konica Minolta и Xerox. Однако на выставке «Полиграфинтер» прошлого года внимание привлекла новинка от компании Xerox — цифровая машина DocuColor 8080. Помимо выставочного

знакомства с машиной, представители Хегох организовали поездку специалистов «Северодвинской типографии» в учебный центр в Москве и посещение полиграфических компаний в Санкт-Петербурге, где была возможность не только посмотреть качество печати реальных коммерческих тиражей, но и протестировать печать нескольких своих спусков полос.

По словам Юрия Буянова, качество получаемых оттисков очень впечатлило. Дело в том, что в Хегох DC 8080 используется тонер с пониженным уровнем глянца, благодаря которому получаются матовые отпечатки с хорошей проработкой деталей в светлых и темных участках изображения. Это делает цифровые отпечатки максимально приближенными по качеству к офсетным, такими, что, как говорит Юрий Владимирович, «неспециалист не отличит».

О своем выборе этой машины в типографии не жалеют. С момента ее поставки прошло уже семь месяцев и на ее счетчике более 200 тыс. отт. Машина позволила разгрузить офсетное оборудование от не совсем удобных и

выгодных малотиражных работ — тех же календарей, которых требуется от нескольких десятков до пары сотен экземпляров, рекламных буклетов, бланков, афиш, этикеточной продукции, даже книг и журналов, которые несмотря на малый тираж скрепляются на профессиональном послепечатном оборудовании.

«Мы не позиционируем себя как типографию оперативной печати, поэтому загрузка Хегох DC 8080 идет по мере поступления заказов, подходящих для печати на цифровом оборудовании, говорит Юрий Буянов. — Благодаря этой машине мы смогли предложить нашим постоянным клиентам выполнение тиражей малых объемов. При этом у нас появились и новые заказчики, для которых важно качество печати на «цифре».

Что интересно, в компании Хегох смогли не только подобрать цифровое оборудование, отвечающее типографии, но и, учитывая ее удаленность от столичного региона, предложить уникальные условия по сервису. На производственной базе «Северодвинской типографии» был организован склад расходных материалов и запчастей для Xerox DC 8080, к тому же компания взяла на себя инициативу бесплатно обучить навыкам технического обслуживания цифровой машины одного из сервисных инженеров типографии, чтобы у предприятия всегда была возможность самостоятельно устранить неполадки оборудования, если таковые возникнут. «Мы еще ни разу не пожалели о том, что приобрели эту машину Хегох. Пока все наши ожидания оправдываются в плане как заявленного качества, так и обещанного сервиса по поставке расходных материалов на наш склад», - отмечает Елена Владимировна.

В планах типографии в ближайшее время - продвигать свои услуги и развивать сервис. С этой целью недавно был открыт офис-продаж «Северодвинской типографии» в Архангельске. В новом офисе компании работают менеджеры по приему заказов и дизайнеры, которые помогают готовить файлы к печати. Теперь клиенты из Архангельска, которых большинство в типографии, могут сдавать заказы на печать в своем городе, а готовые тиражи доставит им собственная логистическая служба типографии. Такой шаг, безусловно, говорит о развитии компании и стремлении более чутко реагировать на те задачи, которые стоят перед клиентами, и стараться помочь их реализовать, будь то рулонная, листовая офсетная печать или цифровая полиграфия. 🖽



На цифровой машине в типографии печатают самые разные заказы

18

#### Северодвинская типография (Северодвинск)

Год рождения: 1937

**Оборудование:** Xerox DC 8080 (с 2012)



Генеральный директор, Буянова Елена

Владимировна

Совсем недавно наша типография была исключительно газетной, но теперь у нас работают офсетные листовые машины, трафаретная линия, а также разнообразное постпечатное оборудование.

Наблюдая неуклонное снижение тиражности заказов, мы задумались о приобретении ЦПМ и освоении ниши оперативной малотиражной полиграфии. Основными требованиями при

выборе модели были качество, близкое к офсетной печати, стабильная работа на различных видах бумаги и наличие сервисной службы в нашем регионе.

Компания Хегох зарекомендовала себя с лучшей стороны, обеспечивая оперативные поставки расходных материалов и отличный сервис, что немаловажно для нашего местоположения.

На Xerox мы печатаем штучные и малые тиражи журналов, книг, календарей и рекламной продукции, разгрузив офсетные машины, благо цветовоспроизведение при соответствующем контроле приближено к офсету. При этом, круг заказчиков типографии заметно расширился.

В планах - организация отдельного участка оперативной полиграфии с рекламным агентством.

### Типография ИНТ (Кемерово)

Год рождения: 1997

**Оборудование:** Xerox Nuvera Classic Light (c 2012)

Xerox DC 8080 (c 2011)

К покупке цифровой машины нас подтолкнуло желание иметь оборудование для печати многостраничной продукции небольшими тиражами с достойным качеством и приемлемой себестоимостью. Основными критериями выбора для нас были себестоимость отпечатка и качественный сервис, но подходящих предложений в нашем регионе не было.



Зам. директора по развитию, Андрей Грузин

Хегох первым предложил устраивающие нас оборудование и условия обслуживания, что и определило выбор этой марки.

8 месяцев эксплуатации DC 8080 оправдали наши ожидания. Отпечатано около 350 тыс. оттисков формата SRA3, появились новые заказчики, потребности которых не ограничиваются цифровой печатью. Объем продаж продукции, отпечатанной на DC8080, достиг 15% от общего объема продаж типографии в денежном измерении.



### Типография «Борус» (Тула, Орёл)

Год рождения: 1991

Оборудование: Xerox DC 250 (c 2010), Xerox 700 (c 2011), Xerox 700i Pro (c 2012), Xerox Nuvera Classic Heavy (c 2012)

## Типография «Футурис» (Москва)

Год рождения: 2004

**Оборудование:** Xerox Color 800/5C (c 2012) Xerox Color 700 Pro (c 2011) Xerox Nuvera 144 EA(c 2011)



Генеральный директор, Михаил Тенцер

Мы любим Хегох и поэтому оснащаем этими машинами наши салоны оперативной полиграфии «Борус-Принт». Весной этого года мы открыли такой салон в г. Орле и установили там Хегох 700. Качество, себестоимость оттиска, сервис - нам нравится все. Хотелось бы пожелать нашим друзьям из компании Xerox и дальше совершенствовать службу поддержки клиентов. Будем развиваться вместе!





Демьян Гресь

мы имеем склад ресурсных запчастей и расходных материалов прямо в типографии. Хегох заранее перемещает сюда все, что может потребоваться в ближайшее время, а мы оплачиваем использованные материалы.

Что касается технических особенностей машин, то сейчас различия между марками оборудования уже не так велики, как 5-7 лет назад. Каждую особенность, будь то расширенный формат или улучшенную пропечатку фактурных материалов, необходимо оценивать в применении к конкретной бизнес-модели. Дополнительные возможности очень интересны, но для нас важнейшим фактором остается сервис, а значит, вопрос использования ЦПМ других марок пока остается закрытым.



## Заказчики, которые подталкивают к развитию, и Развитие, которое гарантируют поставщики



**Виктор Демин,** генеральный директор, типография «Фебри» [Москва]

мировой практике существует такое понятие, как «растущая типография». Как правило, такие компании, начав работу с минимального набора полиграфического оборудования, постепенно развиваются, укрупняются и со временем переходят из разряда малого предприятия в среднее и так далее. Подобные компании являются желанными клиентами любого поставщика, поскольку параллельно с ростом они испытывают потребность в том или ином виде оборудования. Московская типография «Фебри», расположенная в микрорайоне Северный, относится именно к таким предприятиям. Имея три многокрасочные печатные машины, две из которых полуформатные

Speedmaster SM 74 разных поколений и одна малого формата, но высокотехнологичная – Heidelberg Anicolor 52-5, а также собственный участок вывода пластин на базе CtP Suprasetter 75 и комплекс оборудования для послепечатной отделки, «Фебри» сосредоточилась сегодня на производстве рекламнокоммерческой полиграфии. Впрочем, как рассказал генеральный директор этой компании Виктор Демин, предприятие начинало с малого, и для того, чтобы оно превратилось в полноценный производственный комплекс, потребовалось время.

#### Мечта о своем бизнесе

Как выяснилось из разговора, Виктор начинал свою трудовую деятельность в компании Heidelberg в качестве сервисного инженера. Однако он всегда мечтал организовать собственный бизнес. В результате

восемь лет назад он решил вместе с другом, а теперь и партнером, основать свою небольшую полиграфическую компанию. Учредители типографии приобрели на личные сбережения простую цифровую печатную машину (точнее, обычный цветной копировальный аппарат) для печати рекламной продукции. Возможности этой машины были довольно ограниченны, поэтому существенную часть заказов приходилось переразмещать в других типографиях, но поскольку к тому времени у Виктора уже сформировался определенный круг общения в полиграфической среде, существенных проблем это не составляло. «Впрочем, дружеские с целым рядом таких типографий сохранились и по сей день, хотя сейчас мы во многом конкуренты, но это совершенно не мешает нам дружить и общаться», - говорит Виктор.







В типографии «Фебри» вся печатная техника производства компании Heidelberg. Вверху — новый Heidelberg Anicolor 52-5, внизу — две машины Heidelberg Speedmaster SM 74 разных годов выпуска

20







Большая часть допечатного и послепечатного оборудования типографии «Фебри» также установлено компанией Heidelberg...

#### Когда выбор очевиден

Наработав первый капитал и группу постоянных заказчиков, типография столкнулась с вопросом расширения производства и выбора нового оборудования. Но для Виктора вопрос выбора не существовал: «Имея опыт работы в компании Heidelberg, да еще и в качестве инженера, я хорошо знал возможности машин, уровень их исполнения, качества и сервисного обслуживания. Так что когда мы задумались о покупке офсетной машины, вопрос выбора вообще не стоял – что брать было и так понятно». В итоге в 2007 г. в типографии приобрели первую офсетную машину - бывший в употреблении малоформатный Speedmaster 52-4. «Попался неплохой вариант с относительно небольшим пробегом под 40 млн оттисков. Эта машина позволила выйти на новый уровень и производства, и качества, что оценили наши постоянные клиенты», — рассказывает Виктор Демин.

#### Основа бизнеса — постоянные клиенты

Виктор отмечает, что вопрос постоянных клиентов для типографии очень важен: «У нас совсем немного менеджеров по продажам, всего четверо, хотя я знаю, что в аналогичных по производительности предприятиях их бывает в разы больше. Нам не нужно активно «шер-

стить» рынок в поисках заказов, чтобы загрузить оборудование. На предприятии все устроено таким образом, чтобы гарантировать клиентам и качество, и сроки, и разумные цены. Они это ценят и стараются максимум заказов размещать именно в нашей типографии». «Тем не менее производство есть производство, — продолжает Виктор, — а на нем всякое бывает: и человеческий фактор, и поломки оборудования, и сбои... Но наши клиенты этого никогда не ощущают. Бывает, что на заказе не зарабатываем, а теряем (например, при перепечатке), но на это мы идем ради того, чтобы остаться в хороших отношениях с заказчиком».

В качестве примера Виктор рассказал о недавно случившейся в типографии аварии — вышло из строя электропитание, в результате несколько дней оборудование не работало. Разумеется, это ставило под угрозу сроки сдачи тиражей, но с этим удалось справиться: часть заказов переразместили у друзей-полиграфистов, часть удалось отодвинуть по срокам. В итоге, никого не подвели. А добросовестность и надежность исполнения заказов — это ценное качество, которое должно удерживать клиентов и в то же время привлекать самые влиятельные мировые бренды, за которыми идет охота со стороны как рекламных агентств, так и типографий.



...но есть оборудование и других поставщиков, работой которого в типографии недовольны

Формат № 7-12

\_ОБОРУДОВАНИЕ







Изготовление высококачественной полиграфической продукции со сложными видами отделки и послепечатной обработки является одной из специализаций типографии «Фебри»

#### Расширение мощностей

С увеличением количества доверенных клиентов типография довольно быстро поняла, что мощностей имеющейся машины уже не хватает, поэтому вскоре на предприятии появилась полуформатная машина с небольшим пробегом Heidelberg Speedmaster SM 74-5, а через некоторое время к ней добавился еще один, но уже новый Speedmaster SM 74. Весной этого года старый Speedmaster 52,





Изготовление продукции для премиальных брендов требует не только высокого уровня технологий, но и профессионального маркетинга, стабильности и высокого уровня сервиса

который к тому моменту отпечатал свыше 300 млн отт., был заменен на новую современную машину Heidelberg Speedmaster Anicolor 52-5. «Такая машина очень успешно работает у наших друзей в типографии «Формула Цвета», так что посмотрев, как с ее помощью можно оперативно выпускать продукцию, решили поставить себе и не прогадали», — говорит Виктор.

Впрочем, привычка работать с Heidelberg и получать качественный сервис в какой-то момент сыграли не самую лучшую службу. Некоторые виды оборудования Heidelberg не продает, поэтому когда встала задача приобретать послепечатное оборудование, в частности, вкладочно-швейно-резальный комплекс, обратились к другим поставщикам и получили массу негативных эмоций. «Стандарты работы с типографиями у разных поставщиков, к сожалению, отличаются, — делится Виктор. — Ситуация, с которой мы столкнулись при покупке послепечатного оборудования, нам крайне не понравилась. Так что, по всей видимости, еще новый комплекс придется менять. Нормально работать на нем не получается... Жаль, что Heidelberg не предлагает оборудование такого класса».

Благодаря своим заказчикам и стремлению качественно удовлетворять их потребности, типография «Фебри» стабильно развивалась, несмотря даже на то, что существенный период ее существования пришелся на кризисные годы. Сегодня этот процесс роста продолжается. Как сказал Виктор, теперь настает время задуматься о расширении бизнеса. «Мы подумываем о новой листовой машине первого формата. И если решим, то, скорее всего, это будет Heidelberg», — уточнил он.



Еще одна специализация типографии «Фебри» — нестандартная рекламная продукция

# Первый в России Enthrone, или Технологии, делающие вас заметными

олиграфическая жизнь Северной столице такая же активная, как и в Москве. Одним из заметных событий этой осени стала презентация первой в России листовой офсетной машины Komori Enthrone 529 в типографии «ПушкинПринт», расположенной в Пушкине недалеко Санкт-Петербурга. Компания «ЯМ Интернешнл», реализовавшая проект поставки, собрала журналистов отраслевых изданий на производственной площадке этого предприятия, чтобы продемонстрировать в работе новое для российского рынка печатное оборудование.

#### Жизнь в монохроме

Типография «ПушкинПринт» сама по себе является интересным примером развития государственных полиграфических предприятий в нашей стране. Она была образова-

на в 1996 г. путем реорганизации одной из старейших полиграфических компаний — Производственнополиграфического предприятия №1, имеющего богатую 70-летнюю историю. Эта ведомственная типография долгие годы занималась печатью бланков. Разумеется, весь ее производственный цикл был приспособлен для изготовления именно этого вида продукции. До недавнего времени парк печатного оборудования типографии составляли офсетные машины Adast Dominant, установленные еще в советские времена и позволяющие выпускать продукцию с красочностью 1+1, что являлось оптимальным решением для печати бланков, на производстве которых специализировалось данное предприятие.

Как рассказал директор типографии «ПушкинПринт» Сергей Чефранов, с постепенным разви-



Сергей Чефранов, директор, типография «ПушкинПринт» [Пушкин, Ленинградская обл.]







До приобретения новой машины типография «ПушкинПринт» в основном изготавливала черно-белые книги небольшими тиражами

тием рыночных отношений на предприятии была поставлена задача «коммерциализации», то есть зарабатывания собственных средств на конкурентном рынке, а значит, требовалось расширить ассортимент выпускаемой продукции. Благодаря наличию указанных выше печатных машин, а также некоторого набора послепечатного оборудования, в типографии успешно освоили производство черно-белых книг. «В последние годы тиражи книж-





Парк печатного оборудования типографии «ПушкинПринт»: слева машина для печати черно-белой продукции, справа новая печатная машина Komori Enthrone 529

**В** Формат № 7-12

ОБОРУДОВАНИЕ







В типографии используется послепечатное оборудование ведущих мировых производителей: Muller Martini, Duplo, Heidelberg

ных изданий заметно сократились, и издатели, которые раньше печатали книги в крупных типографиях большими тиражами, стали искать пути оптимизации своего бизнеса. Крупные печатные производства, оснащенные рулонными машинами, не могли эффективно справляться с небольшими заказами, а мы смогли», — так объяснил нам Сергей успехи типографии на рынке книжной продукции. «На наших двух печатных машинах мы можем выполнять до 40 приладок в смену, и, таким образом, оперативно и экономически эффективно печатать книги тиражом от 300–400 экз., — продолжает он. — В этом сегменте наша типография даже успешно конкурирует с цифровой печатью. Но в отличие от «цифровиков» мы печатаем книги на листах большого формата и получаем тетради, которые



Допечатный участок недавно пополнился современным устройством вывода пластин компании Fujifilm

шьем нитками, в то время как цифровые типографии обычно используют клеевое бесшвейное скрепление».

#### Набираем цвет

Несмотря на успехи в производстве книг типографии нужно было переходить на цветную печать, поскольку на свободном рынке зарабатывать только на черно-белой продукции сложно. Даже черно-белые книги довольно часто требуют цветной обложки, цветных вкладок и т. д. В итоге несколько лет назад в типографии приобрели в лизинг офсетную четырехкрасочную машину Heidelberg GTO, а несколько позднее добавился и ряд современного послепечатного оборудования (фальцевальная машина, вкладочно-швейно-резальный агрегат, машина бесшвейного скрепления, а также пооперационный комплекс для изготовления книжных блоков). Это позволило типографии закрепиться в книжном сегменте и начать осваивать рынок коммерческой рекламной продукции. «Постепенно мы стали заметным игроком на санкт-петербургском рынке, с нами начали считаться», — сказал Сергей.

#### Новая ступень развития

Тем не менее работать на рынке коммерческой печати на машине малого формата сложно. Конкуренция велика, причем со стороны как традиционных офсетных, так и цифровых типографий, которых в Санкт-Петербурге и области довольно много. В этой связи некоторое время назад было принято решение о необходимости покупки новой офсетной машины второго формата. После проведения тендера среди предложений нескольких поставщиков выбор был остановлен на пятикрасочной офсетной машине Komori Enthrone 29, инсталляцию которой осуществила компания «ЯМ Интернешнл», официальный дистрибутор Komori в России. Как сказал Сергей Чефранов, причин выбора этой печатной машины было несколько: «Во-первых, компания «ЯМ Интернешнл» предложила интересные условия финансирования, во-вторых, «ЯМ Интернешнл» хорошо известен в Северо-Западном регионе и имеет богатый опыт и отлаженный сервис. А еще одним из важнейших факторов выбора машины стали ее габариты», – перечислил он. Дело в том, что здание, в котором располагается типография, очень старое. Более того, оно является объектом исторического наследия, то есть реконструировать, перестраивать или сносить внутренние перегородки в нем невозможно. Нужна была машина, размеры которой позволяли бы разместить ее в существующем помещении, не столь большом, как, может быть, хотелось. При этом Сергей отметил, что типографии требовалась машина с пятью красочны-









После установки новой машины типография смогла закрепиться на рынке цветной продукции, как книжной, так и рекламной

ми секциями, поскольку спрос на продукцию с дополнительными цветами был хорошо заметен, а печатать многокрасочную продукцию в два прогона неэкономично, и от такого решения отказались сразу.

Таким образом, Enthrone 29 идеально подошел и по габаритам, и по своим возможностям. Многие узлы и агрегаты в этой машине (головка самонаклада, красочный аппарат, передаточные цилиндры и др.) аналогичны тем, что ставятся на Lithrone. В результате качество печати практически не отличается от флагманских моделей. Да и скорость переналадки весьма достойная: во время презентации переход с одного заказа на другой со сменой типа бумаги (с тонкой

мелованной на упаковочный картон) был осуществлен примерно за 7,5 минут. Это, конечно, не мировой рекорд, но от данной машины этого и не требуется. В конце концов, она стоит дешевле флагманских моделей.

#### Малохимическое экспонирование

По словам директора типографии «ПушкинПринт», возможности машины полностью отвечают потребностям предприятия. «Мы делаем довольно много заказов в смену на однокрасочных машинах, а теперь сможем удерживать аналогичный темп и при работе в цвете, тем более что в типографии появилось и цифровое устройство экспонирования офсетных пластин, — го-

ворит Сергей Чефранов. - Раньше мы обходились аналоговой (пленочной) технологией, но для успешной и производительной работы на новой машине этой технологии уже не хватает ни по качеству, ни по производительности». Система CtP Fujifilm, поставленная также компанией «ЯМ Интернешнл», работает с фиолетовыми пластинами Fujifilm Brillia HD PRO-V с упрощенным циклом проявления и минимальным количеством обрабатывающего раствора. Для работы с этими пластинами нужен проявочный процессор облегченной конструкции с одной ванной, однократно заполняемой слабощелочным агрессивным раствором, который автоматически подпитывается водой для компенсации испарения и поддержания рабочего уровня. Раствор достаточно менять один раз в два месяца. Эта технология очень удобна для небольших типографий, загрузка в которых может быть неравномерной.

Впрочем, загрузка в типографии нам показалась весьма приличной. Пока еще видно, что основная продукция — это книги с цветными обложками, но, как объяснил Сергей, заказы на полноцветные рекламные материалы и периодику уже появились, и дальше их доля будет расти.

Подводя итог этой поездки, можем отметить, что типография «ПушкинПринт» — это наглядный пример того, как может развиваться небольшая ведомственная типография, если у нее есть желание и если ей позволить это сделать. Она не только окупает себя, но и приносит прибыль.









Еще один сегмент, который теперь доступен типографии, это печать малотиражных специализированных журналов, преимущественно отраслевых или корпоративных

**Ф**ормат № 7-12 **25** 

ОБОРУДОВАНИЕ

# Инновации в интерьерной рекламе, или Что нужно сетевым компаниям

екламно-производственная компания «ЛИГО» за 12 лет работы в индустрии рекламы стала настоящим профессионалом на рынке и совсем не случайно свой подход к делу определяет следующей фразой - «такого нет ни у кого». Это относится как к решениям и печатным услугам, которые она предлагает клиентам, так и к уникальному оборудованию, которым оснащено ее производство. Недавно на предприятии был установлен новый производственный комплекс, благодаря которому «ЛИГО» опять оказалась на шаг впереди ее многочисленных конкурентов. Речь идет об инсталляции

планшетного УФ-принтера Inca Onset S40, поставку которого осуществила компания «АТ Десайн», и режущего плоттера Zund G3 3XL-2500 с двумя столами-расширителями, который стал уже вторым плоттером, приобретенным у компании «ОктоПринт Сервис».



Генеральный директор РПК «ЛИГО» Руслан Закиров

#### Реклама out- и indoor

РПК «ЛИГО» начинала свою деятельность в Ульяновске в 2000 г. Основной специализацией компания выбрала изготовление наружной рекламы — POS-материалов, широкоформатных панелей, постеров и т. д. Сегодня это серьезное производство площадью около 6000 м² и мощной инженерно-конструкторской базой. На счету компании четыре патента на уникальные конструкторские разработки. Добившись больших успехов в области проектирования и монтажа рекламных конструкций, «ЛИГО» берется за выполнение самых сложных проектов по всей стране. Два года назад компания открыла офис в Санкт-Петербурге. Однако в Северной столице решила сосредоточиться на интерьерной печати, причем основной упор сделать на новые технологии, которые уже давно используются европейскими коллегами, но пока мало применяются в России.

Генеральный директор «ЛИГО» Руслан Закиров признается, что проект был весьма рискованный, но сегодня уже оче-

видно, что риск был оправдан. Инвестиции были сделаны в приобретение оборудования для прямой печати по текстилю. Цифровой печатный комплекс Durst Rhotex 320 позволил получать фотографическое качество печати на ткани при скорости запечатывания до 1500 м<sup>2</sup> в сутки. Технология прямой печати и закрепления чернил при помощи каландера позволяет добиться высокой стойкости изображения - до 40 циклов стирки, и при этом яркости и сочности красок, что особенно важно в тех случаях, когда рекламное полотно приходится подсвечивать, например, при размещении в витринах или свето-

вых коробах. Важным преимуществом является также то, что в данном устройстве используются чернила на водной основе, а потому весь процесс печати ведется с соблюдением жестких экологических требований. Не случайно «ЛИГО» получила соответствующий сертификат ISO, свидетельствующий об экологичности производства. «Ткань — это живой материал, — отмечает Руслан, — чтобы печатать на ней, нужно чувствовать оборудование на кончиках пальцев. Это искусство, требующее высококвалифицированных специалистов». Сегодня на предприятии работают два принтера Durst, а скоро здесь планируется установить новое высокоскоростное оборудование для текстильной печати, что позволит компании эффективно работать в сфере fashion-индустрии.

#### Материалы и конструкции

Помимо печатных технологий, «ЛИГО» активно интересуется и новинками в области материалов для производства интерьерной рекламы. Например, в качестве альтернативы традиционному ПВХ здесь предлагают использовать беленый картон. Это новый материал, представляющий собой смешанный в массе картон с полиэтиленом. «Мы привыкли думать, что картон нельзя использовать вне помещения, поскольку он наберет влагу, размокнет и быстро придет в негодность. Однако этот картон не боится влаги, его не нуж-





Устройства для широкоформатной печати компании «ЛИГО»: недавно установленный планшетный УФ-принтер Inca Onset S40 (слева) и оборудование для прямой печати по текстилю — рулонный Durst Rhotex (справа)



В «ЛИГО» установлено два режущих плоттера Zund G3 3XL с дополнительными столами-расширителями

но ламинировать, он хорошо выдерживает перепады температур, не крошится и не раскалывается и при этом он абсолютно белый в массе и в 2 раза дешевле ПВХ. В силу своей специфики мы предлагаем его для интерьерной рекламы, хотя в Европе его успешно применяют для уличных вывесок», — рассказывает Руслан.

Одним из новых предложений на рынке является так называемая магнитная пленка FerroFilm, содержащая металлическую крошку. Технология заключается в наклеивании на стену, торговое или выставочное оборудование магнитного винила, к которому примагничивается пленка. Таким образом, крепеж и смена графики осуществляется за считанные минуты, что особенно актуально при сложных условиях монтажа.

Одной из интересных конструкций в ассортименте «ЛИГО» является рамочная система Alutextile для крепления текстильных изображений. По периметру постера, выполненного с помощью интерьерной печати на ткани, пришивается силиконовая лента, которая при монтаже просто вставляется в алюминиевую рамку, удерживающую рекламное полотно. Благодаря такой конструкции можно создавать не только рекламные стойки, постеры, баннеры, но и целые выставочные стенды.

Среди предложений «ЛИГО» еще много уникальных материалов и способов монтажа, которые компания постепенно выводит на российский рынок. Сегодня уже многие сетевые компании (ретейлеры) оценили удобство, легкость и экономичность таких решений для оформления торговых залов.

#### Планшетный принтер

Изготовление интерьерной рекламы, как правило, сопряжено с печатью на самых разных материалах. Традиционным «всеядным» способом нанесения изображения на любые поверхности всегда считалась трафаретная печать. Однако тенденции на европейском рынке говорят о том, что «цифра» вытесняет шелкотрафарет, технологически более сложный и трудоемкий процесс. Следуя наметившимся тенденциям в сфере рекламной индустрии, «ЛИГО» приобрела планшетный УФ-принтер Inca Onset S40.

Перечисляя причины покупки данного оборудования, Руслан Закиров отмечает, что, во-первых, принтер способен запечатывать практически любой материал, в том числе и отечественный картон, который зачастую имеет волнистую поверхность в силу своей высокой гигроскопичности, а периодически приходится выполнять заказы и на таком картоне. Во-вторых, большая часть используемых в компании листовых материалов хорошо вписывается в формат этого печатного оборудования (1,6 м х 3,16 м). В-третьих, себестоимость печати на Inca Onset S40 уже при тиражах от 350 шт сравнима с себестоимостью печати на офсетных машинах аналогичного формата. А поскольку в последнее время ретейлеры предпочитают заказывать несколько разных тиражей с учетом регионального распростране-

ния рекламных материалов, а не единый крупный тираж на всю сеть, то получается, что много мелких тиражей экономичнее печатать именно цифровым способом. И еще одно преимущество этого печатного устройства — его высокая скорость — оно способно запечатывать до 20 тыс. м² в сутки, что становится очень важно в условиях пиковой загрузки. Поскольку основные заказчики «ЛИГО» — это торговые сети, то и всевозможные акции у них начинаются примерно в одно и то же время (сезонные и праздничные скидки). Так что заказы нужно делать быстро и, что называется, не ставить клиентов в очередь.

Как отмечает Руслан, теперь тот объем заказов, который выполняли на предприятии за недели, удается делать в течение одного дня. А это уже экономия и по времени, и по зарплате, и по накладным расходам.

#### Возможности по резке

Очевидно, что качественная печать вовсе не гарантирует получение качественной готовой продукции. Конечный эффект во многом зависит от финишной обработки запечатанных материалов, особенно если речь идет о продукции, используемой в оформительских целях. Именно поэтому наряду с покупкой текстильных принтеров в «ЛИГО» сразу приобрели и цифровой режущий плоттер Zund G3 3XL-3200. Он позволил профессионально и на высокой скорости резать ткань прямо с отпечатанного рулона шириной до 3,2 м, исключив неточность ручной резки. Более того, в компании появилась возможность эффективно резать и жесткие панели, и любые листовые материалы. В этом году плоттер был дооснащен столамирасширителями с полуавтоматической подачей материала и пассивным устройством размотки. Как отмечают в типографии, раньше на 2 мин реза приходилось 8 мин подготовительных работ на укладку и позиционирование запечатанного полотна, теперь же благодаря столам есть возможность уже во время резки одного материала подготовить следующий. С увеличением мощности печатного парка в «ЛИГО» было принято решение приобрести и еще один режущий плоттер Zund G3 3XL-2500 уже сразу с двумя столами-расширителями на полную длину. Дополнительные столы позволяют резать большие полотна. экономить время на подготовку следующего полотна, а одного оператора хватает для того, чтобы подавать материал на обе режущие машины.

Руслан Закиров особо отмечает универсальность оборудования Zund, что для типографии, занимающейся производством интерьерной рекламы, является одним из важных условий работы. Режущие плоттеры Zund позволяют аккуратно и быстро резать пластик, оргстекло, дерево, картон, бумагу, самоклеящиеся материалы и ткань. Большое количество различных инструментов Zund дает практически неограниченные возможности выбора материалов, а их высокая производительность позволяет выполнить заказ в самые короткие сроки.

Таким образом, РПК «ЛИГО», прекрасно понимая задачи своих клиентов, может не только предложить им инновационные решения в плане выбора материалов и конструкций, но и максимально оперативно выполнить заказ на самом современном и технологичном оборудовании.

Формат № 7-12

# Полиграфия — бизнес, который хочется передать через поколения



**Дмитрий Кузьмин,** генеральный директор, типография «Фемели» [Пенза]

зречение, что Россия будет прирастать регионами, справедливо можно отнести к пензенской типографии «Фемели». Любопытно, что в последние годы большинство значимых и интересных полиграфических проектов реализуется не в Москве или Санкт-Петербурге, а именно в региональных центрах. Не так давно на новой производственной площадке «Фемели» была установлена шестикрасочная печатная машина KBA Rapida 105 с секцией лакирования. Однако познавательным оказался не только этот информационный повод, но и само отношение к полиграфическому бизнесу генерального директора и владельца компании «Фемели» Дмитрия Кузьмина.

#### Типография как семья

Сразу напрашивается вопрос, почему типография называется «Фемели». Дмитрий Геннадьевич пояснил, что такое название было выбрано не случайно. В прежние годы ему приходилось заниматься самыми разными видами деятельности, но именно полиграфический бизнес он считает стабильным и надежным настолько, что его можно считать семейным, то есть таким, которым будут заниматься дети, а возможно, даже и внуки. Отсюда и название компании, означающее в переводе с английского «семья». Еще более любопытно, что в разговоре с Дмитрием Кузьминым ни разу не прозвучали негативные мысли в отношении будущего полиграфии. Напротив, по его мнению, рынок еще сильно недоразвит и имеет большие перспективы в плане дальнейшего осуществила, и очень многое еще планируется реализовать.

#### Гофропроизводство

Типография начала свою деятельность в Пензе еще в 1999 г. с производства ящиков из гофрокартона. Для этого была приобретена простейшая вырубная машина — как ее называют, «катанка», которая позволяла небольшими тиражами изготавливать гофроящики. Впрочем, эти ящики могли быть и довольно сложной конструкции. Дело в том, что в отличие от других прорубных машин, позволяющих делать прямоугольные каналы в гофрокартоне, здесь использовался



Для того, чтобы эффективно работать на рынке гофротары, нужно иметь большой склад готовой продукции для постоянных клиентов

развития. Именно поэтому в сегодняшнее непростое время, когда многие типографии подумывают о том, чтобы продать или закрыть производство, Дмитрий, наоборот, активно инвестирует в свою компанию с целью создать одно из самых современных упаковочных предприятий, если не в России, то в своем регионе. Большой этап работ типография «Фемели» уже

вырубной штамп. Как сказал Дмитрий Геннадьевич, в регионе немало предприятий, которым требуется качественная и стабильно поставляемая гофротара, так что с заказами особых проблем не возникло.

Вскоре к вырубному прессу добавилась и двухкрасочная машина для флексографской печати на гофроящиках. В принципе, печать в два цве-





Комплекс оборудования для изготовления гофротары включает в себя вырубные линии, а также печатно-вырубные линии, использующие несколько флексографских печатных секций для нанесения изображения на гофрокартон





В типографии «Фемели» используется самое современное оборудование— и печатные машины, и устройство для изготовления форм

та является стандартом для гофроиндустрии. Однако, как отмечает Дмитрий Кузьмин, в последнее время появляются запросы на многокрасочную печать. И хотя эту задачу на предприятии могут решить, выполнив два прогона через печатную машину, генеральный директор компании «Фемели» считает, что это нетехнологично и неэкономично, поэтому всерьез задумывается о расширении печатного парка и приобретении многокрасочной флексографской машины для печати на гофрокартоне.

Впрочем, одной вырубкой и печатной машиной дело не ограничилось. Довольно скоро к простейшему оборудованию добавились производственные линии фирмы Martin (ныне эта

компания входит в группу BOBST), осуществляющие одновременно печать и вырубку гофрокартонных коробок.

#### Инфраструктура

За годы работы на предприятии сформировалась развитая инфраструктура, позволяющая эффективно вести бизнес по производству гофротары.

Сегодня основное сырье — гофрокартон — закупается у очень крупного производителя в Набережных Челнах и доставляется собственным транспортом типографии. В структуре «Фемели» есть свое транспортное предприятие, которое не только доставляет сырье на производство и готовую продукцию заказчикам, но и выполняет коммер-

ческие транспортные перевозки. Дмитрий Кузьмин рассказал, что у него существует специальная служба, которая следит за тем, чтобы исключить порожние пробеги транспорта.

Также для удобства заказчиков типография обладает собственным складом готовой продукции, на котором всегда есть приличный запас гофротары, уже полностью готовой к отгрузке для большинства клиентов. Принцип работы в типографии плановый: заказы изготавливаются не тогда, когда они поступили, а тогда, когда их производство запланировано. «Все наши крупные клиенты присылают нам предварительные заказы на свою тару заранее, примерно за месяц до предполагаемого

## **NISSA** I PRINTPACK

ЛИСТОРЕЗАЛЬНАЯ МАШИНА С ДВУМЯ СИНХРОННО ВРАЩАЮЩИМИСЯ НОЖАМИ **GMC TC II-1600** 



Эксклюзивный дистрибутор Goodstrong Machinery

**НИССА ПРИНТПАК**Телефон: +7 (495) 956-77-90
E-mail: info@nppack.ru; http://www.nppack.ru

В модельном ряду также машины: **GMC TC-1600, GMC SSCT-5** 

■Точный и чистый рез без волокон и пыли

Высокий уровень автоматизацииПрямой сервопривод ножей

Скорость до 350 резов в минуту

Низкая стоимость владения

\_ОБОРУДОВАНИЕ





Вырубной пресс SBL 1050 SE и фальцевально-склеивающая машина SBL TS 750W. В типографии «Фемели» отмечают, что это оборудование оптимально и по возможностям, и по качеству, и по цене

срока отгрузки, поэтому у нас есть время обработать и спланировать заказы так, чтобы их эффективно выполнить. А запас готовой тары на складе, во-первых, позволяет ее очень оперативно доставлять, а во-вторых, не дает возможности различным техническим или технологическим сбоям (на про-

Владелец типографии и технолог офсетного производства довольны выбранной печатной машиной KBA Rapida 105

изводстве все бывает) негативно повлиять на отгрузку продукции в срок», — рассказывает Дмитрий Кузьмин.

#### Качественное расширение

Такое развитое производство работает в Пензе уже не один год. Однако несколько лет назад Дмитрий Геннадьевич всерьез задумался о расширении производства, причем не количественном, а качественном. «Некоторые наши клиенты используют не только гофроупаковку, но и упаковку из плотного картона, в первую очередь, многокрасочную. Они вынуждены ее заказывать у других компаний, что неудобно самим заказчикам и неразумно с точки зрения экономики для нас», - говорит Дмитрий Кузьмин.

В итоге было принято решение о создании собственного офсетного производства для изготовления упаковки из плотного картона. Специально для этого была приобретена новая производственная площадка, которую пришлось соответствующим образом переоборудовать (усилить полы, залить фундамент для оборудования, возвести стены цехов и т. д.). Именно на новой площадке и разместилось приобретенное в кредит оборудование для изготовления упаковки из картона и кашированного микрогофрокартона.

Основой этой производственной площадки стала новая шестикрасочная печатная машина КВА Rapida 105 с секцией лакирования. О выборе машины Дмитрий Геннадьевич говорит так: «Я видел машины КВА в работе в различных типографиях как в России, так и за рубежом. И я уверен, что для работы с картоном – это лучшая машина. Я всегда хотел купить именно КВА. Установив ее на своем предприятии, я удостоверился в правильности сделанного выбора». Разумеется, при помощи одной печатной машины упаковку не изготовишь. В дополнение к ней в компании «Нисса ПринтПак» был приобретен внушительный комплекс послепечатного оборудования производства тайваньской компании SBL Group, а также устройство экспониро-





Один из путей получения конкурентоспособных цен на упаковку — использование рулонного картона вместо листового, который можно нарезать на нужный формат. Для этого в типографии установлена собственная флаторезальная машина Goodstrong TC-1600 (слева). Для нанесения лака на оттиски используется лакировальная машина HACUV 350 (справа) производства SBL

30



# Hовая Rapida 105. С техникой от Rapida 106

Надежная, быстрая, универсальная – как раз то, что требуется Вашему рынку. Благодаря разнообразным преимуществам, которые раньше были доступны только на машинах класса High-End, новая Rapida 105 задает высочайший уровень в своем классе. Она полностью базируется на платформе машины KBA Rapida 106, которая является чемпионом мира по переналадке, а, кроме того, оснащена красочными аппаратами с быстрой реакцией на изменения, системой проводки листов Venturi, приемкой Highline AirTronic и другими элементами автоматизации.

Больше информации о новой Rapida 105 можно получить по расположенному рядом матричному коду или просто позвонив нам.



000 «КБА РУС»: 119313 Москва, Ленинский проспект, 95а Тел. (495) 782-13-77, факс (495) 937-52-45, E-mail: kba@kba-print.ru, Internet: www.kba-print.ru Филиал 000 «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:

Тел./факс: (812) 320-92-03, 320-92-04, E-mail: spb@kba-print.ru Представительство в Южном Федеральной округе:

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



ОБОРУДОВАНИЕ





Упаковка из кашированного гофрокартона — одна из специализаций типографии «Фемели»

вания пластин. В состав этого комплекса вошел автоматический высекальный пресс SBL 1050SE, хорошо известный своей стабильностью в работе, автоматическая 3-точечная фальцевальносклеивающая машина SBL TS 750W с форсуночной клеевой системой Nordson, автоматическая УФ-лакировальная машина SBL HACUV 350 формата 1060х740 мм с увеличенными на 300 мм приемным и подающим стапелями, а также современная, высокоскоростная автоматическая кашировальная машина SBL 1100S с сервоприводом нижнего листа. Все оборудование от SBL Group является наиболее оптимальным и по качеству, и по цене, представляя собой «золотую середину» среди всех решений, представленных на рынке.

Прежде чем остановить свой выбор на данном оборудовании, в типографии провели тщательный анализ. Более того, в нескольких типографиях удалось посмотреть работу аналогичных комплексов на базе оборудования SBL, которые на протяжении 7–8 лет стабильно и качественно выпускают продукцию. На окончательный выбор повлияло и то, что весь набор послепечатного оборудования для производства упаковки можно приобрести в одной компании, что удобно и в плане сервиса, и в плане дальнейшего развития.

Сделанные инвестиции позволяют сегодня «Фемели» изготавливать упаковку любой сложности, причем с очень хорошей себестоимостью. Дмитрий Кузьмин лишь сетует, что пока не хватает машины для тиснения фольгой, что

несколько ограничивает возможности типографии по работе с кондитерскими фабриками, которым требуется много «золота». Но это дело наживное, и, скорее всего, подобное оборудование в типографии появится.

Вообще новая площадка сделана с большим запасом. Дмитрий Геннадьевич этого и не скрывает: «Мы заранее планируем площади под развитие производства. Конкуренция сейчас на рынке такова, что стоять на месте нельзя, нужно непрерывно развиваться. Это заставляет думать, двигаться... У нас буквально в соседнем доме появилось еще одно гофропроизводство. И мы не можем это не учитывать. В этой связи появление у нас офсетного производства большой шаг в нашем развитии. Сейчас мы можем предложить клиентам изготовление коробок из кашированного микрогофрокартона, которые никто из наших конкурентов пока не делает. Да и печатной техники подобного класса в регионе очень мало».

Со своей стороны можем сказать, что увиденные нами производственные цеха новой площадки позволяют разместить довольно крупное производство, как минимум в два—три раза крупнее того, что создано сейчас. И из общения с руководством компании «Фемели» становится понятно, что о расширении уже активно думают, хотя существующее оборудование еще не заработало в полную силу.

Есть и еще один вид оборудования, которым Дмитрий Кузьмин очень гордится. Это двухролевая с двумя синхронно вращающимися ножами листорезальная машина Goodstrong TC1600 2-2 для обработки бумаги и картона шириной до 1600 мм, также поставленная «Нисса компанией ПринтПак». «Эта машина дает реальную возможность экономить и зарабатывать, - отмечает Дмитрий Геннадьевич. – Мы участвовали в одном тендере на изготовление упаковки и выиграли его, при этом получили прибыль, хотя конкурирующая компания уверяла, что более низких, чем у нее, цен быть не может, поскольку листовой картон не может быть дешевле... Листовой не может. но кто сказал, что он обязательно должен быть листовой?»

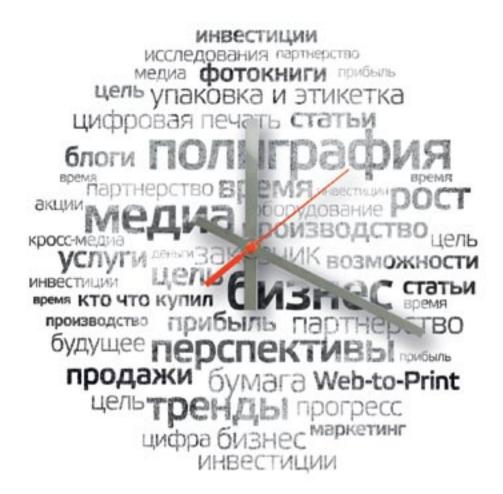
Судя по всему, подобным образом в типографии подходят к решению большинства задач. Дмитрий Кузьмин говорит, что нужно постоянно задумываться о том, как эффективнее работать, добиваться лучших результатов, развиваться: «Я и от своих сотрудников требую того же. Нам не нужны люди, которые приходят на работу «отбыть время». Нам нужны думающие энтузиасты. Мы и сами такие. Нет неразрешимых задач, есть задачи неразгаданные. Мы уже построили у себя одно из самых современных предприятий по производству упаковки в регионе и не собирамся останавливаться на достигнутом. Рынок на подъеме, и этим надо пользоваться». Вот такая «Семейная компания»...











Информационно-аналитический портал для тех, кто принимает решения

# Print Daily.ru

## Как заработать в полиграфии?

#### УЗНАЙТЕ:

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



СОБЫТИЕ

# ON DEMAND 2012:

# итоги образовательного форума

сентября 2012 г. на ВВЦ прошла 5-я Международная конференция для издательскополиграфического медийного бизнеса ON DEMAND Russia 2012. Организаторами мероприятия выступил Центр американских полиграфических технологий (АТРС) совместно с компанией Zwang&Co, специализирующейся на анализе и стратегическом развитии технологий в области электронного книгоиздания, дизайна, допечатных и печатных процессов в мире. В этом году конференция была посвящена теме «Пересечения современных цифровых технологий с новыми требованиями рынка и производства».

В течение последних двух лет ON DEMAND проходит в рамках ММКВЯ. По традиции и на этот раз соорганизатором конференции стала Генеральная дирекция международных книжных выставок и ярмарок при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Такое сотрудничество нельзя назвать случайным. Тенденции к снижению тиражей вынуждают издательства и типографии искать пути более эффективного производства печатных изданий малыми тиражами. И в этой связи современные цифровые технологии обладают большим потенциалом для создания на их основе производственной базы для решения задач книжного, журнального и рекламного бизнеса. Вот почему со стороны поставщиков цифрового печатного оборудования наблюдается стремление построить диалог с издательскими домами и типографиями, для которых все больше становится актуальной печать цифровым способом изданий малой тиражности. В свою очередь, ON DEMAND является той площадкой, где пересекаются интересы издателей, типографий и поставщиков цифровых услуг и решений.

Конференцию 2012 г. отличает новый формат ее проведения. Вместо привычных выставочных стендов, на которых поставщики демонстрировали цифровое оборудование для оперативной печати, было принято решение ограничиться модульными информационными стендами, уделив

больше внимания именно обсуждению вопросов цифрового печатного бизнеса. Для того, чтобы сегментировать спектр обсуждаемых вопросов, программа семинаров была разделена на две секции — «Полиграфия» и «Издательский бизнес», что дало возможность специалистам сосредоточиться на интересующих их темах. Участники

конференции — представители компаний Canon, HP, Kodak, Konica Minolta, Ricoh, YAM International (Screen) — стали активными докладчиками, осветившими актуальные вопросы цифрового бизнеса.

В качестве основных докладчиков конференции были приглашены такие зарубежные эксперты, как





В рамках форума было прочитано большое количество докладов, так или иначе связанных с перспективами цифровой печати

34

Майкл Мёльбэк, заместитель главы департамента производительного оборудования компании Konica Minolta Business Solutions Europe; Алон Бар-Шани, вице-президент и генеральный директор подразделения цифровых печатных машин HP Indigo; Дэвид Званг, международный консультант по издательским вопросам; Ральф Наппи, президент NPES, Ассоциации производителей оборудования и материалов для полиграфии (США), и другие.

В секции «Издательского бизнеса» обсуждались вопросы использования мобильных приложений в качестве платформы для издательских проектов; были рассмотрены информационные стандарты и технические характеристики, поддерживающие работу eMedia-публикаций; затронуты вопросы повторного использования печатного контента для разных платформ и т. д.

Для полиграфистов были организованы сессии, касающиеся вопросов оптимизации цифровой печати и организации эффективного рабочего процесса, технологии работы с переменными данными, использования послепечатной обработки в цифровом печатном производстве. Рассмотрены сферы применения струйной печати, а также представлен обзор расходных материалов, применяемых для печати на цифровых машинах. В частности, продукт-менеджер компании «Регент-Арт» Екатерина Подобед в своем выступлении озвучила интересные особенности цифровой печати на дизайнерских бумагах с разнообразной фактурой и покрытием и продемонстрировала образцы печати на бумагах из ассортимента «Регент-Арт», выполненные на различных цифровых машинах.

Несколько сессий было посвящено рынку печати фотокниг, одному из тех цифровых сегментов рынка, который ежегодно набирает обороты. Фотокниги рассматривались как современный способ сохранять фотографии, преподносить их в виде подарка, а это создает потенциальный рынок для поставщиков печатных услуг. Кроме того, обсуждалось, какой должна быть фотокнига, за которую заказчик готов платить, в чем кроется бизнес для типографий, работающих на этом рынке, и какие еще есть неиспользованные возможности в данном сегменте.

Таким образом, ON DEMAND Russia 2012 стал своего рода образовательным форумом, в ходе которого были затронуты вопросы, интересующие производителей оборудования, поставщиков услуг, руководителей и менеджеров корпораций, а также распространителей продукции, изготовленной с применением цифровых технологий. Организаторы мероприятия уверены, что ежегодное проведение конференции для издательско-полиграфического сообщества будет способствовать развитию как цифровой печати, так и кросс-медийного рынка в России.









Стенды ведущих цифровых компаний – участников форума

**Ф**ормат № 7-12 35

## Стандарты отрасли: экологическая печать по колбасным оболочкам



Тагир Салихов, зам. генерального директора по печатному производству, «Стар-Натурдарм» [Озеры, Московская обл.]

этом году одно из крупнейших современных производств натуральных колбасных оболочек компания «Стар-Натурдарм» отметила свое 10-летие. В 2002 г. руководство компании приобрело в Озерах в 130 км к югу от Москвы разрушенную ферму, где сегодня располагаются корпуса индустриального комплекса по селекции натуральных оболочек для колбасного производства. Около двух лет назад сюда же из столицы была переведена типография по печати на искусственных колбасных оболочках, которая в то время носила название «Стар-Принт» и была одним из подразделений производственного комбината, а теперь входит в состав единой управляющей компании. На сегодняшний день «Стар-Натурдарм» — единственное в России сертифицированное предприятие. занимающееся выработкой натуральной оболочки для колбасных и других мясных изделий, которое предлагает мясоперерабатывающим комбинатам комплексный пакет услуг по поставке в том числе пищевых и кормовых добавок, ингредиентов и специй для мясопереработки, а также печать по искусственным видам оболочек. Недавно мы посетили это производство, где нам рассказали о технологии маркировки и гофрирования колбасных оболочек, а также о том, как компании удается соответствовать высоким стандартам отрасли.

#### Структура заказов

Клиентами «Стар-Натурдарм» являются крупнейшие российские мясоперерабатывающие предприятия Москвы, Санкт-Петербурга, Волгограда, Иркутской и Челябинской областей, Краснодарского края, Дальнего Востока и т. д. Более 100 мясокомбинатов из общего количества клиентов постоянно заказывают километры колбасной оболочки с фирменной запечаткой. Тагир Салихов, заместитель генерального директора по печатному производству «Стар-Натурдарм», отмечает, что у каждого из клиентов довольно объемный пакет заказов на оболочку – разного диаметра и цвета, с маркировкой или просто гофрированную. Что интересно, за последние годы в компании не заметили снижения объемов заказов на печать. Другое дело, что сами мясокомбинаты стараются разнообразить свой ассортимент, потому растет и количество наименований колбасных изделий, хотя общий объем их производства сохраняется примерно на том же уровне. Закономерно это отражается и в структуре заказов типографии — заказов от каждого из клиентов становится больше, но в объеме они почти не прирастают. Пожалуй, дробление тиражей на сегодняшний день стало общей тенденцией рынка во всех его сегментах.

## Уровень сопровождения и контроля

Возможности печатного парка типографии, а это четыре флексографские узкорулонные печатные машины, позволяют запечатывать практически все виды искусственных оболочек белковые, целлюлозные, полимерные. Печать на этих машинах возможна до 5 цветов с лицевой стороны, а при двусторонней печати можно наносить на обороте до 2 красок. Как правило, этого достаточно, чтобы воплотить практически любые дизайнерские и цветовые решения, которые присутствуют в макете заказчика.

Надо сказать, что на предприятии стремятся на каждом этапе прохождения заказа обеспечить необходимый уровень его сопровождения и контроля, чтобы в итоге получить продукцию достойного качества, соответствующего стандартам не только полиграфической, но и пищевой отрасли.

Опытные дизайнеры помогают адаптировать оригинал-макет с учетом требований как флексографского производства, так и последующего использования запечатанной обо-



Предприятие «Стар-Натурдарм» использует для печати на колбасных оболочках как простые однокрасочные машины, так и планетарные многокрасочные







Готовые отпечатанные оболочки для колбас подвергают процедуре гофрирования на специальных гофрировочных машинах (слева), перед этой операцией оболочка увлажняется на другом станке (справа)

лочки на мясокомбинате, а профессиональные технологи и колористы всегда стараются подобрать такое колористическое решение, чтобы максимально точно воспроизвести цвета, предусмотренные в макете, на готовом изделии. Собственный отдел по изготовлению печатных форм позволяет в короткие сроки реализовать все технологические этапы, предшествующие выполнению заказа. А во время самого процесса печати осуществляется строгое отслеживание качества нанесения маркировки с помощью систем видеоконтроля. Помимо печати, на предприятии предлагают также гофрирование колбасной оболочки. Для этого здесь установлены две гофрировочные машины, которые

позволяют гофрировать оболочку диаметром от 35 мм.

## Стандарты качества и экологичности

Компания «Стар-Натурдарм» стремится следовать отраслевым стандартам качества и экологичности на своем предприятии. В 2010 г. здесь была внедрена система управления качеством продукции и процессами производства в соответствии с международными стандартами ISO, а в этом году компания в очередной раз прошла сертификацию системы управления безопасностью продукции по стандарту ISO 22000:2005. Следование европейским нормам распространяется в

том числе и на печатное производство «Стар-Натурдарм», где уже давно для печати по колбасным оболочкам используют краски на водной основе, которые безопасны при контакте с продуктами питания и рекомендованы для изготовления пищевой упаковки, чем, собственно, оболочка и является.

Как рассказал Тагир Салихов, более двух лет назад компания перешла на использование водоразбавляемых красок для флексографской печати Revalux датской компании Resino. Как выяснилось, на предприятии и до этого применяли краски на водной основе, но совсем другого поставщика. «Первое время краску Revalux мы закупали напрямую у компании-производителя,



Флексографские печатные формы предприятие «Стар-Натурдарм» изготавливает самостоятельно с использованием такого экспонирующе-промывочного комплекса



Для печати по колбасным оболочкам требуются специальные краски



\_ОБОРУДОВАНИЕ





«Стар-Натурдарм» может печатать практически на всех известных материалах для колбасных оболочек

пока не состоялось наше знакомство с официальным поставщиком красок Resino в России компанией «ДжейКолор», говорит Тагир. Одним из главных достоинств этих красок Тагир Салихов назвал их универсальность. «Мы работаем с достаточно широким ассортиментом материалов разных производителей, поэтому нам необходима такая краска, которая бы позволяла печатать на всех видах искусственных оболочек. Краски Resino полностью отвечают этому требованию. Как следствие, нам не требуется содержать большой склад расходников. Кроме того, нам важна экологичность и безопасность тех материалов, которые мы используем при изготовлении продукции для своих клиентов. А эти краски соответствуют всем экологическим международным нормам», — отметил заместитель генерального директора по печатному производству.

#### Поверка технологии

С началом сотрудничества с «ДжейКолор» у «Стар-Натурдарм» появилась возможность регулярно использовать технологический потенциал этой компании. Тагир Салихов рассказал, что некоторое время назад специалисты «ДжейКолор» предложили протестировать новую серию водоразбавляемых красок. Поскольку на предприятии с большим интересом относятся к новинкам, касающимся колбасного производства, эту идею восприняли очень положительно. К тому же в сопровождении знающего технолога и печатника флексографского производства эксперимент не вызывал сомнений. В результате под контролем специалистов «ДжейКолор» на предприятии был отпечатан тираж с применением новых красок Resino. Печатники «Стар-Натурдарм», в свою очередь, имели возможность поработать с новым материалом и услышать рекоменда-





ции по его использованию. «Подобный опыт взаимного сотрудничества с поставщиком печатных красок, безусловно, очень полезен, - подчеркивает Тагир Салихов. - Мы таким образом узнаем о новых продуктах, которые, возможно, позволят нам более эффективно и с еще более высоким качеством выполнять заказы, при этом мы сразу же можем оценить результат тестирования красок и понять. как использовать этот продукт в условиях конкретно нашего производства. Еще одним важным аспектом такого взаимодействия, на мой взгляд, в итоге является стабилизация производственного процесса. Все же периодически необходимо проверять, насколько грамотно отлажены все технологические этапы. После консультаций с технологами появляется дополнительная уверенность, что на предприятии все предусмотрено для того, чтобы продукция выпускалась в соответствии с последними технологическими требованиями. Тем не менее некоторые коррективы после нашей совместной работы с «ДжейКолор» мы внесли – поставили дополнительные вентиляторы, задали другие режимы работы сушильного устройства, использовали предложенные рекомендации».

Несмотря на то, что персонал «Стар-Натурдарм» имеет большой опыт и многолетний стаж работы в производстве колбасной оболочки, всегда радует возможность повысить свой профессиональный уровень и квалификацию, что является основой для дальнейшего развития и повышения качества услуг предприятия в целом.

Формат № 7-12 ■