

УПАКОВКУ
НУЖНО ПЕЧАТАТЬ
"ЦИФРОЙ"



ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №7 (120)-2017

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

«Цифра» в упаковке: варианты выгодного взаимодействия 2

СОБЫТИЕ

Возвращение к истокам: глобальный ребрендинг КВА 8

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография «Август Борг»

Книга с большой буквы, или Цифровой отпечаток для будущих поколений 11

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Келла»

Технологии для креативной печати, или Как работать в удовольствие 16

Типография «Спринтек», компания «Упакресурс»

Формы сотрудничества: когда заказчик становится партнером 20

Типография «Люксуapak»

Увеличение доходности, или Работа на оборудовании мировых брендов 24

Типография «Аква Арт Принт»

Экономичное производство, или Другая жизнь под новым именем 30

Реклама в номере:

Агфа 15	Фабрика офсетной печати. вкладка
Альфа-Дизайн 9	Bobst 27
ВИП-Системы. клапан, 7	FTP-Group клапан
ВМГ-Трейд 5	Heidelberg клапан
Илим 29	hubergroup 3
ОктоПринт Сервис клапан	Koenig & Bauer 3-я обл.
Петропринт 6	Kodak клапан
Ситипринт вкладка	Lamstore 23
Смарт-НН 19	NCL 2-я обл.
Терем 1	Ricoh 13
Терра Системы клапан, 31	YAM International. 4-я обл.

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

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

Адрес редакции:

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

© Издательство «Курсив»

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

ВНИМАНИЕ!

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

Печатайте
быстрее.

Зарабатывайте
больше.

ASiNC

ENVISION

Инновационные
листовые
краски



5 преимуществ
красок ENVISION
для вашего
производства

скорость

самые быстрые листовые краски
на рынке

от 2,5 мин.

первоначальное закрепление

от 3-х часов

окончательное закрепление

работают

в жестких климатических условиях

немедленная печать

оборота, резка и послепечатная
обработка



www.terem.ru

Компания ТЕРЕМ — эксклюзивный
дистрибьютор офсетных красок A.S. Inc
(Ю.Корея) в России и СНГ

(495) 956-04-04

sales@terem.ru



«Цифра» в упаковке: варианты выгодного взаимодействия

В прошлом номере («Формат» №6) мы рассматривали перспективы печати упаковки и пришли к выводу, что в настоящее время ожидать массового перехода упаковочной промышленности на цифровую печать преждевременно. По нашему мнению, рынком и использованием промышленных решений на практике в большей степени движет все-таки не мода и не мнения экспертов и маркетологов (хотя они, конечно, тоже оказывают влияние), а возможности извлечения прибыли или экономия. И вот здесь у цифровой печати есть сложности. По крайней мере, если говорить о массовом переходе производства упаковки на цифровые рельсы. Чтобы это произошло, требуется соблюдение ряда условий. Постараемся их перечислить и определить, насколько на данный момент они выполнимы.

■ Возможности цифровой печати не должны создавать каких-либо технологических ограничений при производстве. Иными словами, цифровое оборудование должно позволять работать с теми материалами, из которых традиционно изготавливается упаковка, со всеми имеющимися особенностями (красочность, варианты отделки, безопасность, простота и т. д.). Этот пункт пока следует считать выполненным не полностью.

■ Качество продукции, изготовленной с помощью цифровой печати, не должно уступать образцам упаковки, выполненным с использованием традиционных технологий. Держатели торговых марок не пойдут на компромиссы в качестве только потому, что упаковка печатается «цифрой». На самом деле качество цифровой печати сегодня практически

сравнивалось с качеством традиционных способов тиражирования, а в ряде случаев и превосходит его. Таким образом, в тех сегментах, где цифровая печать обладает рядом преимуществ, у нее есть перспективы применения уже сейчас. Движение в этом направлении очевидно.

Для того чтобы товаропроизводители начали заказывать печать упаковки цифровым способом, требуется выполнение ряда задач, которые на сегодняшний день еще не решены производителями цифрового оборудования. Тем не менее на рынке существуют направления, в которых цифровая печать упаковки может успешно развиваться уже сейчас

Ряд типографий готовы использовать «цифру» для производства упаковки или этикетки, поскольку

цифровой способ печати может давать лучшие результаты, чем, например, флексография, особенно когда речь идет о воспроизведении мелких шрифтов.

■ Себестоимость производства упаковки методом цифровой печати должна быть не выше себестоимости при использовании традиционных методов. Как мы уже указывали, изготовление упаковки для товаропроизводителя является весьма затратной статьей расходов, а если при переходе на «цифру» она станет еще затратнее, то перспективы такого перехода по меньшей мере туманны. Этот пункт пока следует считать невыполненным. В массовом производстве цифровая упаковка окажется заметно дороже традиционной, а значит, она не будет широко востребована.

■ Применение цифровой печати должно обеспечивать дополнительную ценность. Переменные данные, вариативность, возможность создания игровой или развлекательной функции упаковки, без сомнения, идут в плюс цифровой печати, но эта ценность в большинстве своем уже опробована рынком, и пока нет ощущения, что все товаропроизводители с нетерпением ждут, когда же начнется эпоха вариативной упаковки. Так что это, безусловно, козырь для

«цифры», но небольшой и легко перевешиваемый другими, например экономичностью.

Можно, конечно, и дальше продолжить подобные перечисления, но задача данной статьи не в том, чтобы показать, почему еще рано говорить о цифровой упаковке, а в том, чтобы обозначить направления, в которых цифровая печать упаковки может развиваться уже сейчас. А они есть...

Что считать цифровой упаковкой?

Если в интернете в поисковой строке задать запрос «цифровое производство упаковки», то несколько первых страниц результатов поиска будут содержать ссылки на рекламные материалы производителей цифрового печатного оборудования (или цифровых запечатываемых материалов), а также на статьи в профильных изданиях (в том числе и наших). При запросе «производство упаковки из картона» ситуация меняется радикально. Множество результатов будут ссылаться на конкретные типографии, которые этим активно занимаются. Это и не удивительно, поскольку интерес к цифровой упаковке пока проявляют в основном производители цифровых печатных машин. Если же говорить о производителях упаковки цифровым способом, то пока тех, кто готов предлагать подобные услуги, в нашей стране немного. Впрочем, тут следует определиться, что понимается под цифровой упаковкой. Практически любая цифровая типография может отпечатать на плотной бумаге развертку коробки, затем тем или иным способом ее вырезать (например, на режущем плоттере) и склеить (или сложить), получив таким образом коробку. Можно ли это считать производством упаковки? Если да, тогда вопрос цифровой упаковки не имеет смысла, поскольку такие изделия делают очень многие цифровые типографии. Но мы бы не считали такую продукцию промышленной упаковкой. Скорее, это сувенирная или рекламная продукция, которая также имеет право на существование и вполне успешно производится в ряде стран в огромном

количестве (см. справку на с. 5). Упаковкой следует считать продукцию, которая производится по заказу товаропроизводителя для того, чтобы он мог представить товар в торговых сетях или в других каналах реализации. Цифровая печать уже сейчас может многое предложить упаковочному рынку, правда почему-то этого не делает или делает не так часто.

Перспективы

Существует немало производств, где цифровая упаковка имеет смысл сама по себе. В первую очередь речь идет о многофункциональных производственно-торговых структурах. Давайте пред-

ставим производство (или торговую компанию), в ассортименте которого сотни или тысячи однотипных товаров. Заказывать для каждого товара отдельную упаковку — это очень накладно, поскольку изначально нужно вложить немалые деньги для того, чтобы напечатать сотни разных упаковок для всех товаров, сложить их на склад и расходовать по мере продажи товара. Это большой объем замороженных денег, и, как следствие, вряд ли кто-то будет делать это с большой охотой. Приведем в пример компанию, занимающуюся продажей рыболовной снасти. В ее ассортименте почти тысяча разных видов товаров, которые закупа-



huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

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



Коробка для системы автосигнализации отпечатана в одной из российских типографий на цифровом оборудовании. Как правило, у одной и той же охранной системы для автомобиля имеется несколько моделей, поэтому для каждой из них требуется индивидуальная упаковка. Благодаря этому можно увеличить ежемесячный объем производства упаковочной продукции для конкретного заказчика. Аналогично данному примеру производители и другой продукции приборостроения могут стать потенциальными заказчиками для типографий, которые планируют заниматься печатью упаковки цифровым способом

ются крупным оптом (скорее всего, в Китае), а продавать их нужно поштучно или мелкими наборами, при этом каждый товар или набор упаковывать отдельно. Единственно эффективное решение для такой компании — это собственное производство упаковки, осуществляемое непосредственно в процессе продажи. Такое предприятие имеет в наличии цифровую печатную машину и простой послепечатный комплекс (например, пресс для вырубки). Располагая комплектом типовых вырубных штампов, компания может производить несколько десятков коробок разных конструкций и размеров, меняя лишь изображение на них. В прошлом номере журнала был опубликован материал о типографии SuperWave, которая также начинала работать с цифровой упаковкой, изготавливая ее для собственных нужд, и лишь потом вышла на более широкий рынок.

Впрочем, есть другой вариант производства разнообразной упаковки. Например, компания, торгующая товарами для рукоделия, также имеет огромный ассортимент продукции, закупает его большим оптом, а продает в розницу. И она размещает заказ в типографии с точным указанием количества упаковок с условием поставки «завтра утром». И для типографии этот заказ вполне лакомый кусок, поскольку отправка товара осуществляется тысячами в сутки, нужно только обеспечить поставку нужных упаковок точно в срок. Для цифровых типографий, умеющих изготавливать коробки, выход на подобные компании был бы интересным направлением бизнеса. Но этим нужно специально заниматься.

Кроме того, есть возможность производить упаковку на заказ для сторонних компаний, нужно только четко понимать, кто будет заказчиком. Очевидно, что любая компания, связанная с крупным тиражным производством, не станет рассматривать цифровое изготовление упаковки для себя (точнее, ей все равно, как именно будет производиться упаковка, главное — чтобы она удовлетворяла техническим и стоимостным требованиям). А цифровая печать, скорее всего, не сможет пока обеспечить наиболее привлекательную по цене услугу по изготовлению упаковки. Другое дело, если объем производства относительно невелик. Лю-

бой вид продукции, который производится десятками или двумя-тремя сотнями, требует упаковки. И вот тут производить упаковку традиционными способами становится невыгодно. «Цифра» в этом случае выручит. Может показаться, что это какое-то несерьезное производство, измеряемое сотнями экземпляров. На самом деле компаний, которые изготавливают продукцию небольшими партиями, довольно много (речь идет об изделиях приборостроения, аппаратуре, аксессуарах к ним и т. д.). В одной из типографий, где нам довелось побывать, изготавливают упаковку для систем автосигнализации. Ежемесячные объемы производства относительно невелики (тысячи штук), но при этом есть еще и разнообразие товара, например по моделям автосигнализаций. Ряд китайских производителей в этом случае делают общую обезличенную упаковку сразу для всех моделей, но это не очень изящное решение. Наши компании заказывают отдельную упаковку для каждой модели. Более того, они стали предлагать автосалонам «брендингованную» автосигнализацию (специально для BMW или Nissan с соответствующей символикой). Системы сигнализации те же самые, но коробки нужны разные... Помимо этого, доводилось встречать производителей и другой продукции приборостроения, например отечественных измерительных приборов для лабораторий и производств (рН-метры, измерители проводимости, влажности, комбинированные приборы и т. д.). Такие приборы изготавливаются десятками или сотнями, но для них нужна упаковка, причем приборы достаточно дорогие, а значит, и упаковка должна быть достойная. И подобных примеров можно привести много.

Еще один вариант типично цифровой упаковки — это вариативная продукция (не упаковка, а именно продукция). В той же типографии, занимающейся цифровым упаковочным производством, нам показали упаковку для детских развивающих наборов (игровые карточки, буклетики, игрушки). Эти наборы собираются из десятка типовых заготовок, но число полученных вариантов довольно велико, при этом для каждого нужна упаковка. Конструктивно коробки все одинаковые, но изображения на них должны быть разные. И здесь цифровая печать подходит как нельзя лучше.

По мнению сотрудников компаний, занимающихся производством упаковки, цифровая печать подходит для изготовления достаточно дорогих товаров. В компании SuperWave нам назвали условную стоимость упаковываемого товара минимум 10 долл. Для более дешевых товаров цифровая упаковка, скорее всего, не подойдет или будет экономически не оправдана. Абсолютная стоимость товара здесь условна, но в целом с таким подходом следует согласиться. Поэтому тем типографиям, которые хотели бы предлагать услуги цифрового производства упаковки, это мнение нужно учитывать.

Наконец, есть еще один сегмент рынка, в котором в перспективе можно успешно применять цифровую печать. Речь идет о так называемых малых брендах. В европейских странах весьма развит малый бизнес: пекарни, кондитерские компании, производители парфюмерии и косметики, сыров, колбас, шоколада, продавцы чая, кофе и т. д., которые реализуют продукцию через собственные торговые точки. Это могут быть также кафе или рестораны, продающие продукцию навынос. К сожалению, в нашей стране подобные компании не выдерживают осуществляемой «поддержки» малого бизнеса. Но ростки предпринимательства все же есть, и упаковка таким компаниям нужна хоть и в небольших объемах, но регулярно. А значит, для цифровых типографий такие компании могут стать хорошими клиентами.

Продукция для праздников

Достаточно часто в американских фильмах можно увидеть, как там готовятся к проведению вечеринок. Как правило, для торжества заказывают пригласительные билеты, приобретаются или заказываются маски, клоунские колпаки, «языки» и другая развлекательная мишура, а также стаканчики, салфетки, скатерти, подставки под фужеры, какие-нибудь игры, и все это обычно выдерживается в едином тематическом ключе. Для упаковки подарков зачастую заказывают персонализированную упаковочную бумагу. Кроме того, по случаю юбилея или другого торжественного события могут изготовить гостевую книгу с фотографиями виновника торжества. И это только малая часть той продукции, которая существует в рамках понятия «для рядовых граждан» и печатается цифровым способом. Население Америки более 300 млн человек. И если каждый из них поучаствует в заказе или потреблении подобной продукции, пусть и в небольших объемах (100–200 долл. в год для США — очень скромная сумма), то получаются уже огромные деньги — до 60 млрд долл. А разного рода футляры, коробочки, бандероли и т. д. — неотъемлемая часть цифровой продукции, рассчитанной на обывателя. И их производят в огромных количествах. Тем не менее считать эту продукцию упаковкой все же неверно, это типичные сувенирные изделия.



На Западе существуют определенные традиции проведения торжеств и разного рода вечеринок. Как правило, к их организации подходят основательно. В том числе заказывают разнообразную полиграфическую продукцию: открытки, приглашения, фоторамки, фотоальбомы, сувенирную продукцию с персонализацией. Кроме того, для подарков зачастую оформляют на заказ упаковочную бумагу с персональными пожеланиями, подписями и фотографиями, а также различные коробочки и футляры. Правда, такая продукция имеет мало отношения к упаковке. Это, скорее, сувенирные изделия

TOYO INK

Visible Science for Life



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ



Сделано в Японии
Яркие цвета
Быстрое закрепление
Высокий глянец
Хорошие цены

VMG

trade

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

Делаем выводы

Из всего написанного выше в этой статье можно сделать несколько выводов относительно перспектив использования цифровой печати для производства упаковочной продукции как в мире, так и в нашей стране:

■ Рынок для цифровой печати упаковки есть, но он находится в сегменте малого бизнеса и не рассчитан на большие объемы и тиражи. В нашей стране малого бизнеса немного, поэтому и спрос на цифровую упаковку невелик.

■ Типографиям, желающим предлагать услуги по изготовлению упаковки цифровым способом, нужно правильно формировать свои маркетинговые усилия — они не должны быть направлены на те компании, для которых цифровая упаковка будет частью бизнеса. Надеяться, что крупные производители решат пользоваться услугами цифровых типографий, по меньшей мере нецелесообразно.

■ Цифровое производство упаковки — это такой же небольшой объем бизнеса, как и производство рекламной продукции цифровым способом. Крупных дорогих заказов здесь будет немного. Нужно учиться зарабатывать на большом количестве мелких. Впрочем, несмотря на то, что заказы малотиражные, норма прибыли на каждом из них может быть весьма существенной, что и позволит иметь неплохую экономику в целом.

■ Изготовление персонализированной или вариативной упаковки, без сомнения, полезная возможность, но спрос на нее будет весьма скромным. Скорее всего, изготовление такой упаковки целесообразно в качестве сувенирной продукции «для рядовых граждан», а не для бизнеса.

В большинстве случаев печатать упаковку цифровым способом можно на обычных цифровых машинах, не дожидаясь широкого распространения оборудования для цифровой печати формата B2 или даже B1. Развертки большинства коробок из описанных выше сегментов потребления вполне укладываются на формат SRA3, а размещать их несколько штук на листе не обязательно, поскольку тиражи будут небольшими и огромная производительность тоже не потребуется. В тех редких случаях, когда развертка не будет уместиться на лист, коробку вполне можно изготовить из двух-трех деталей, тем более что сборка все равно, скорее всего, будет ручной. А расцветка цифровой упаковки в нашей стране следует ожидать одновременно с расцветом малого бизнеса. Интересно, доживем?



Цифровая фармацевтическая упаковка

О производстве фармацевтической упаковки цифровым способом говорят достаточно давно. Производители цифровых печатных машин считают, что на их оборудовании очень удобно изготавливать упаковку для лекарств. Она простая по конструкции, малоформатная, что позволяет печатать ее на любой цифровой машине. Впрочем, производители самих лекарств об этом слышать не хотят. Из некоторых источников нам доводилось слышать, что сейчас в России всего две-три (в прямом смысле слова) специализированные фармацевтические типографии, продукция которых удовлетворяет требованиям производителей лекарств. И для изготовления этой упаковки используется очень серьезный комплект аналогового оборудования, стоимость которого многократно превышает цену самых дорогих цифровых машин.

Тем не менее «цифровые» перспективы у фармацевтики есть. Речь идет о персонализированной фармацевтической упаковке. Известно немало случаев, когда врач назначает пациенту одну дозировку и частоту приема лекарств, а он читает на упаковке общие рекомендации и принимает лекарство в соответствии с ними. В итоге либо лекарство не действует, либо возникает передозировка. Поэтому уже давно обсуждается возможность печати прямо на упаковке персональных данных пациента и предназначенной для него дозировки лекарств. Пока не очень понятно, как это выполнить технически и организационно, особенно учитывая, что в нашей стране большинство лекарств импортного производства, но решать этот вопрос необходимо. Как один из вариантов — электронный рецепт от врача и централизованная сетевая аптека, куда этот рецепт пересылается, а оттуда приходит нужное лекарство в персонализированной упаковке. Наверное, можно решить вопрос и более простым способом, печатая персонализированную инструкцию, вкладываемую внутрь упаковки, но собственно персонализированная коробка — это и нагляднее (в домашней аптечке не будет теряться), и эффективнее. В этом случае централизованная аптека должна иметь собственное цифровое производство персонализированной упаковки.

В таком же ключе рассматривается вопрос персонализированной упаковки для детских лекарств с любимыми героями на упаковке (или другими привлекательными изображениями). Порой заставить ребенка принять лекарство сложно, и персонализированная упаковка помогает решить этот вопрос. Впрочем, здесь есть и законодательная проблема, поскольку не рекомендуется делать упаковку лекарств привлекательной для детей во избежание нежелательного приема. В конечном итоге персонализированная фармацевтическая упаковка может появиться только законодательным образом, поскольку для фармгигантов она невыгодна.

Компания «ПЕТРОПРИНТ» ПРОДАЕТ

- WOHLBERG 200/69, листоподборка, 1985 г.
- HERZOG & HEYMANN M 7.40/52, фальцовка, 1 станция — 8 кассет, 2 станция — 4 кассеты, новые валики, 1996 г.
- PFAFFLE - WOHLBERG 200/44, линия для производства календарей, 1988 г.
- HERZOG & HEYMANN M 7.40/52.8, фальцевальный аппарат, 2002 г.
- STAHL TD78-4.6 MASTER MAILER, фальцовка, 1996 г.
- SMYTH M-41, книго-вставка
- LOTUS STEINEMANN 102 F, ламинатор, 2001 г.
- MBO KZR76 (круглостapelная), формат 76x112 см, в 1/32 долю
- BOGRAMA punching machine BS 450 S, 2004 г.

Контактное лицо:

Визирев Станислав Валерьевич
моб.: +7 (921) 992-37-98

ROLAND 700

EVOLUTION



Evolution in print.

manrolandsheetfed.com

АО "ВИП-Системы". 117 149, Москва, ул. Азовская, д.6, стр.3, офис 2/2
Тел.: +7 (495) 258-67-03. Факс: +7 (495) 318-11-55. E-Mail: vipsys@vipsys.ru
www.vipsys.ru

manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

Возвращение к истокам: глобальный ребрендинг КВА



Здание компании Koenig & Bauer в Вюрцбурге

В 2017 г. исполняется 200 лет компании Koenig und Bauer (сейчас это концерн КВА), первой создавшей механическую печатную машину, а сегодня являющейся одним из крупнейших производителей оборудования, предназначенного для печати на самых разных материалах. В честь своего двухсотлетия компания провела торжественное празднование, пригласив клиентов, партнеров и журналистов со всего мира. В рамках трехдневного мероприятия, которое прошло с 20 по 22 сентября в Вюрцбурге, приглашенным рассказали об истории концерна КВА, озвучили стратегические планы развития компании, показали новые разработки оборудования и специальные техники печати, в частности для изготовления защищенной продукции. Более подробный отчет о насыщенной юбилейной программе опубликован в журнале «Курсив» №5-2017.

Историческая зарисовка

Два столетия назад, в 1817 г. Фридрих Кёниг и Андреас Бауер основали компанию Koenig und Bauer, через три года после того, как им удалось осуществить свой первый грандиозный проект — на печатной машине Фридриха и Андреаса в ноябре 1814 г. отпечатали за ночь весь тираж лондонской газеты The Times, самого влиятельного на тот момент периодического издания в стране. Компания стала активно развиваться, разрабатывая и усовершенствуя свои машины. В 1876 г. она представила свою первую рулонную машину, и на целых 120 лет это стало главным бизнесом Koenig & Bauer. В 1901 г. фирма переехала на новую просторную площадку в Вюрцбург, где сегодня располагаются заводы и штаб-квартира Koenig & Bauer. В 1923 г. компания разработала свою первую маши-

ну для печати банкнот, причем в цвете, став с этого момента лидером в области печати защищенной продукции. В настоящее время до 75% банкнот в мире печатается с использованием оборудования КВА. В 1931 г. руководителем компании стал Ханс Больца, праправнук Фридриха Кёнига. Koenig & Bauer по сей день управляется представителями семьи основателя.

В последующие годы компания активно работала на рынке рулонной печати, переходила с высокой печати на офсет. Следующим переломным моментом в развитии следует считать 80-е гг. прошлого века, когда в продуктовой линейке появились листовые машины. Серьезным успехом стал показ в 1986 г. листовой секционной машины Rapida 104, заложившей основу всех современных машин Rapida. В 1990 г. Koenig & Bauer приобретает известного производителя рулонных печатных машин Albert Frankenthal и переименовывается в Koenig & Bauer-Albert. А вскоре после этого, в 1991 г., приобретает хорошо известный завод Planeta в ГДР (Радебойль), на базе которого создается компания КВА-Planeta. Используя опыт двух заводов (в Вюрцбурге и Радебойле), компания быстро осваивает выпуск листовых печатных машин большого формата и показывает их на выставке drupa 1995. В 1998 г. Koenig & Bauer-Albert и КВА-Planeta объединились в одну компанию, которая получила название Koenig & Bauer Aktiengesellschaft (сокращенно КВА). В 2001 г. КВА приобретает контроль над DelaRue Giori, известной в мире компании, работающей в области защищенной печати, и создает компанию КВА-Giori. В последующие годы КВА приобретала еще много других компаний (Bauer+Kunzi, Metronic, Kammann, Graphitec, Mailander, Flexotecnica, Iberica и другие). В результате у КВА образовалось большое количество торговых марок и структур по всему миру, что стало усложнять правильную идентификацию торговой марки, поэтому к своему 200-летию юбилею КВА подошла с пониманием глобального ребрендинга. На мировой пресс-конференции было озвучено, что компания «возвращается к корням» и отныне будет называться Koenig & Bauer. Логотипом становится символ «&». Помимо новой торговой марки, запускается и полный редизайн всего оборудования с целью создать более современный и привлекательный



К своему 200-летию концерн подошел с пониманием глобального ребрендинга. Компания «возвращается к корням» и отныне будет называться Koenig & Bauer. Логотипом становится символ «&». Помимо новой торговой марки, компания запускает полный редизайн всего своего оборудования с целью создать более современный и привлекательный промышленный дизайн



В ходе посещения компании KBA-NotaSys, занимающейся производством оборудования для защищенной печати, гостям показали в действии металлографско-орловскую машину Super Orlof Intaglio III, предназначенную для отправки в США, поэтому в качестве пробных оттисков на ней печатали сюжеты, похожие на однодолларовую купюру

промышленный дизайн. Полное представление о дизайне всего модельного ряда можно будет получить на выставке drupa 2020. Пока же в новом дизайне будут выпускаться только некоторые новые виды оборудования. Серийное оборудование изменения не затронут.

Задачи будущего

На 2017–2021 гг. главной задачей компании должно стать устойчивое развитие всех сегментов бизнеса. Более того, каждый сегмент должен быть прибыльным и прибыль генерировать самостоятельно. Компания активно будет развивать печать в самых разных направлениях: упаковка из плотного картона (помимо листовых машин, ставка делается на перспективную цифровую Varijet 106); гибкая упаковка (на базе недавно приобретенной Flexotecnica); печать по готовому гофрокартону (планируется выпуск специальной флексографской машины для гофрокартона CorruFlex); печать по лайнеру для гофрокартона (концерн совместно с HP производит цифровую машину HP PageWide T1100S); изготовление вырубных прессов для плотного картона (на базе Iberica и ротационной вырубки Rapida RDC); изготовление промышленного декора для мебельной промышленности и производства стройматериалов.

Помимо этого, концерн собирается упрочить свои позиции в тех областях, где он является мировым лидером, например в листовой печати по жести, печати по готовым флаконам и бутылкам (на базе приобретенной компании Kammann), маркировке и кодировании (на базе KBA-Metronic) и защищенной печати (на базе компании KBA-NotaSys).

Защищенная печать

В ходе программы мероприятия журналистов пригласили посетить компанию KBA-NotaSys, которая занимается производством оборудования для защищенной печати. Здесь весьма подробно рассказали о процессе производства банкнот с точки зрения как технологии печати, так и оборудования. В печати любой банкноты, как правило, применяются четыре вида оборудования, последовательность использования которых может быть разной. Существует оборудование для специальной офсетной печати (с ирисовым раскатом); ротационный трафарет для нанесения сложных пигментов с ориентацией частиц пигмента магнитным полем; машина металлографской печати (или, как вариант, совмещение металлографии с орловской печатью). Отдельно используется модуль нумерации, оснащенный специальными механически-

СЕЗОН ОТКРЫТ



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

1000 оттенков итальянского переплетного шелка

на нашем складе в Москве

www.alfa-design.ru



(495)221-74-94

Орловская печать

Исторически так сложилось, что почти все интересные изобретения и разработки в области полиграфии принадлежат представителям Западной Европы, преимущественно Германии. Однако посещение завода Koenig & Bauer освежило в памяти одно важнейшее российское изобретение, которое по-прежнему используется почти во всем мире, — орловскую печать, или Orlof Printing. Компания Koenig & Bauer и сейчас производит печатные машины, использующие принцип орловской печати. Как это ни странно, именно орловская печать, совмещенная с металлографией, по-прежнему считается самым надежным способом защиты от подделки и поэтому используется для производства банкнот, паспортов, ценных бумаг и т. д.

Орловская печать — способ однопрогонной многокрасочной печати для воспроизведения ценных государственных бумаг. Изобретен Иваном Ивановичем Орловым в 1890 г. Этот способ печати позволяет воспроизвести эффект изменения цвета поверхности или линии без нарушения их целостности. Сущность орловской печати состоит в формировании отдельных красочных слоев на цветоделенных формах, их переносе на сборную форму и далее на запечатываемую поверхность. За один прогон с помощью орловской печати может быть осуществлен своеобразный вид репродукции — однопрогонная цветная гравюра.

Иван Орлов — изобретатель в области полиграфического производства, автор способов изготовления тканых кредитных билетов, многого другого. Он стоял у истоков промышленного использования фотографии в России. Большинство его изобретений так или иначе связаны с защитой ценных бумаг от подделки. В 1884 г. ему попался на глаза фельетон о простоте подделки российских денег, автор которого в шутку высказался о необходимости вплетения ниток в бумажные купюры, чтобы затруднить их подделку. Иван Орлов воспринял идею всерьез и в 1885 г. разработал устройство, технически реализующее эту задачу. Сейчас вплетение различных нитей в банкнотную бумагу является нормой для большинства стран.

В 1890 г. он создал способ однопрокатной многокрасочной печати (орловская печать,



Способ однопрогонной многокрасочной печати для воспроизведения ценных государственных бумаг был изобретен И. Орловым в 1890 г. и носит его имя

ирировая печать). В 1897–99 гг. Иван Орлов запатентовал его в России, Франции, Англии и Германии. Этот способ стал широко применяться для изготовления банкнот и ценных бумаг. В 1898 г. Иван Иванович сконструировал оригинальный пневматический самонаклад, принципы работы которого и сейчас используются всеми ведущими производителями печатных машин.

Так что российский след в мировой полиграфии есть, причем весомый. При производстве денежных знаков большинства стран используются технологии, которые впервые разработал Иван Орлов. Обидно только, что машины для орловской печати выпускают в Германии. Впрочем, радует, что название технологии сохранилось...



Орловская печать по-прежнему считается самым надежным способом защиты от подделки, поэтому применяется для производства ценных бумаг



ми нумерующими головками, работающими по сложным изменяемым алгоритмам. Проводивший экскурсию сотрудник компании NotaSys рассказал много любопытного в области защищенной печати, в частности пояснил, почему в нумерации не используется цифровая печать, хотя это, казалось бы, напрашивается. Нумератор оставляет на бумаге не только номер, но и следы давления на бумагу, что является дополнительным очень важным средством защиты, например в случае попытки изменить номер документа. Наконец, существуют машины для сквозной оптической проверки отпечатанных листов по большому количеству параметров и автоматической отбраковки в случае, если хоть по одному из параметров лист не проходит. Гостям рассказали, что металлография, совмещенная с орловской печатью, по-прежнему является основным способом защиты и идентификации банкнот, поскольку все остальные технологии подделываются намного проще и дешевле. А по поводу «новомодных» голографических средств защиты докладчик пояснил, что нужную голограмму можно легко заказать в ряде стран (например, в Китае) — «пришлите только рисунок, и через месяц она у вас». В цехе гостям также показали в действии металлографско-орловскую машину Super Orlof Intaglio III, предназначенную для отправки в США, поэтому в качестве пробных оттисков на ней печатали сюжеты, похожие на однодолларовую купюру, для печати которой она, по всей видимости, и предназначена. Показали также и машину для автоматической визуальной отбраковки листов с купюрами Nota Check III.

Книга с большой буквы, или Цифровой отпечаток для будущих поколений

Андрей Зарецкий,
генеральный директор,
типография «Август Борг»
[Москва]

Цифровое печатное оборудование является сегодня неотъемлемой частью технологического процесса многих традиционных офсетных типографий, каждая из которых решает собственные задачи при использовании цифровых печатных устройств. Не так давно в московской типографии «Август Борг» были установлены две цифровые машины Ricoh. Эта полиграфическая компания имеет солидный опыт в производстве многостраничных печатных изданий: книг, брошюр, каталогов, журналов, календарей, и специализируется на изготовлении продукции премиального уровня, благодаря чему и заслужила доверие столичных заказчиков и признание коллег по цеху. О том, для чего компании потребовались цифровые технологии, нам рассказал основатель типографии «Август Борг» Андрей Зарецкий.

Специализация — престижная книга

«Последние несколько лет мы целенаправленно сосредоточились на производстве весьма специфического вида продукции — высококачественной престижной книги, — говорит Андрей Зарецкий. — Некоторое время назад возникло опасение, что книга постепенно исчезнет как продукт и ее заменят электронные издания. Однако этого не произошло, и в обозримом будущем вряд ли ситуация изменится. По крайней мере, в сегменте престижной книги. Я убежден, что ценность бумажной книги, выполненной на добротной бумаге, с филигранно сделанным переплетом, не сопоставима ни с какими другими вариантами существования книги в современном ее понимании».

Андрей пояснил, что книги, которые изготавливает типография «Август Борг», все больше становятся малотиражными: «И нам эта ситуация очень нравится. Книги тиражом 500 экз. — это очень хороший заказ. На таком тираже

получается высокий уровень добавленной стоимости, в первую очередь за счет послепечатных процессов, которые у нас хорошо развиты. На нашем предприятии установлены профессиональные послепечатные комплексы ведущих производителей (в основном Muller Martini), что позволяет делать высококачественную книгу с точки зрения переплета и отделки. Этим мы сильно отличаемся от типографий, которые изготавливают книгу на простом пооперационном оборудовании. Конечно, промышленный послепечатный комплекс рассчитан на средние

и большие тиражи, и эффективно его использовать на малых тиражах — не совсем правильно. Тем не менее качество получаемых книжных блоков — на высоте, и это ценят заказчики, которые приходят к нам именно за Книгой с большой буквы. Более того, благодаря профессиональному оснащению мы оказываем услуги по шитью, переплету, бесшвейному скреплению, брошюровке для многих типографий Москвы».

Прибыльная малотиражка

Среди заказчиков книг типографии «Август Борг» есть и частные лица, и



В типографии «Август Борг» установлены две цифровые печатные машины Ricoh — полноцветная Ricoh Pro C7100 (вверху) и монохромная Ricoh Pro 8110E (внизу). Оборудование прежде всего выбиралось для печати сверхмалых тиражей книг, а также для изготовления востребованной сегодня продукции на немелованных бумагах. Именно «цифра» позволяет получить насыщенные отпечатки на офсетной и других сложных бумагах



Типография «Август Борг» специализируется на изготовлении многостраничной печатной продукции, для производства которой важна стабильность и предсказуемость результата. Эти основные требования обеспечивает мощный печатный парк, представленный тремя машинами Heidelberg Speedmaster и пятикрасочной KBA Rapida 105

коммерческие структуры, и издатели разного уровня, в том числе и самые известные. «На отечественном рынке не так уж много типографий с современным оборудованием, которые могут изготавливать книги на самом высоком уровне. Все они хорошо известны и, как правило, стремятся работать с ведущими издателями, стараясь забрать у них максимум объемов

заказов. Это нормально. Но все чаще даже у ведущих издателей, не говоря уже о заказчиках корпоративных или частных изданий, возникает задача изготовить книгу совсем небольшим по меркам издателя тиражом. И тогда крупным типографиям это становится либо невыгодно, либо трудоемко. А наш производственный процесс отлажен именно под изготовление книг малыми тиражами, причем на профессиональном оборудовании. Именно в силу того, что у нас относительно небольшая, гибкая структура производства, выполнять такие тиражи получается весьма эффективно», — отмечает Андрей.

Казалось бы, изготовление коротких тиражей целесообразно осуществлять при помощи цифровой печати. Однако, как пояснил генеральный директор типо-



Производство оснащено профессиональным послепечатным комплексом, в частности от компании Muller Martini. На фото: листоподборочная линия, вкладочно-швейно-резальный агрегат, линия для изготовления книг в твердом переплете. Такого рода серьезное оборудование позволяет изготавливать книги высокого полиграфического качества вне зависимости от тиража, хотя на малотиражных заказах использование подобной техники не всегда оправданно, но подход типографии к ценности и значимости книги перевешивает экономические расчеты

RICOH PRO

8200S/8210(S)/8220(S)

МОНОХРОМНЫЕ
ПРОМЫШЛЕННЫЕ
ПЕЧАТНЫЕ УСТРОЙСТВА

✓ Копир ✓ Принтер ✓ Сканер



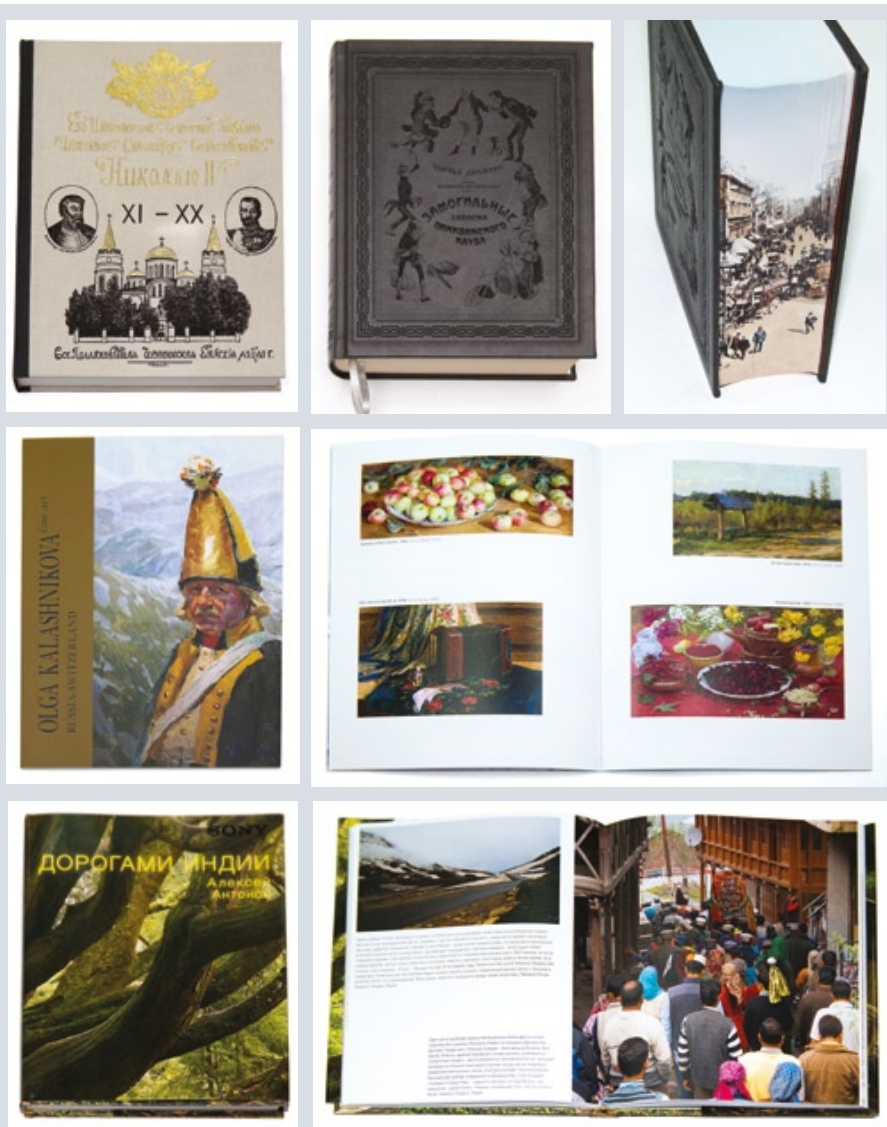
ВЫСОКОПРОИЗВО-
ДИТЕЛЬНЫЕ
ПЕЧАТНЫЕ
СИСТЕМЫ
ДО 136 СТР А4 В МИН

ВЫСОКИЙ РЕСУРС
ДО 3 МИЛЛИОНОВ
ОТПЕЧАТКОВ В
МЕСЯЦ

ПЕЧАТЬ НА
БУМАГАХ
ПЛОТНОСТЬЮ
ОТ 40 ДО 350 Г/М²

ПОДДЕРЖКА
ЗАПЕЧАТАННЫХ
ОФСЕТОМ
МАТЕРИАЛОВ И
САМОКОПИРКИ

RICOH
imagine. change.



«Август Борг» подходит к книге как к произведению высокого полиграфического искусства. В числе изданий, отпечатанных в типографии: исторические, художественные книги, издания по искусству и другие. Тиражи книг в среднем от 500 экз. Однако все больше становится сверхмалых заказов от 100 экз., для изготовления которых необходимо использование цифрового печатного оборудования

графии «Август Борг», не все так просто: «На нашем предприятии установлено несколько серьезных офсетных машин. Исторически мы работаем на машинах компании Heidelberg. У нас их три. За тем в силу ряда обстоятельств мы приобрели KBA Rapida 105. Надо сказать, что работать на ней приходится не так, как мы привыкли, но важным оказалось другое. В книжном производстве важно иметь возможность стабильно и предсказуемо печатать множество тетрадей, одну за одной. Благодаря нашему офсетному парку оборудования мы прекрасно справляемся с этой задачей. А наличие на КВА и других печатных машинах лаковой секции позволяет наносить ВД-лак в линию и, не дожидаясь, когда оттиски высохнут, сразу отправлять их на послепечатную обработку — наши производственные

площади не позволяют раскладывать полуфабрикаты на просушку».

Цифровая печать в помощь

В последние годы, как пояснил Андрей, наметился тренд на еще более короткие тиражи книг: «Офсетом мы успешно печатаем тиражи, начиная от 250–300 экз., но иногда к нам поступают заказы еще меньшие по тиражу — 100–150 экз., и таких книг становится все больше. Печатать их на офсете можно, но уже не так эффективно, поэтому мы задумались о приобретении цифровой машины. Собственно, с цифровым печатным оборудованием мы имели дело и раньше — для решения вспомогательных «цифровых» задач использовали машину Konica Minolta. Но на этот раз нам нужна была техника, которая бы позволяла печатать продукцию с ка-

чеством, неотличимым от офсетного. Мы придирчиво выбирали цифровое оборудование и нашли решение в установке двух цифровых машин Ricoh». Так на предприятии появились одна монохромная машина Ricoh Pro 8110E, другая — полноцветная Ricoh Pro C7100. Поставка оборудования осуществлялась через российский офис «Гейдельберг-СНГ». «В этих машинах нас покорило несколько вещей, — отмечает Андрей. — Во-первых, на полноцветной машине мы смогли отпечатать наши тесты практически офсетного качества. Только большой специалист «с лупой в глазу» сможет отличить один вид печати от другого. Во-вторых, обе цифровые машины Ricoh очень хорошо печатают на немелованных бумагах. Сейчас есть тенденция печатать книги и другую продукцию на хорошей офсетной бумаге — в результате достигается благородный и престижный внешний вид издания. Но печатать офсетом на немелованных бумагах не так просто, краска все же «проваливается». А «цифрой» достигается насыщенность цветопередачи и яркость отпечатка. Так что теперь заказы на офсетной бумаге, даже большими тиражами, мы печатаем на цифровом оборудовании. В-третьих, монохромная цифровая машина позволяет получить четкие, с правильным воспроизведением света и тени черно-белые изображения на сложных бумагах, что нравится некоторым нашим заказчикам. Мы даже для фотографов печатаем на «дизайнерке» подборку черно-белых фотографий».

Андрей подчеркнул, что ему импонирует подход компании Ricoh к продаже оборудования. «У нас не серийные машины, а специально подготовленные для нашей типографии, — говорит Андрей. — В процессе тестирования мы выдвигали ряд пожеланий к оборудованию, касающихся использования разных сложных бумаг (для нас это важно). И в компании Ricoh, в отличие от других поставщиков оборудования, к нашей просьбе отнеслись с пониманием и реализовали наши требования. Теперь мы вправе говорить, что у нас машины, выполненные под спецзаказ. И пока к работе цифрового оборудования у нас замечаний нет».

Конечно, цифровая печать книг не лучшим образом укладывается в послепечатный технологический процесс, который отлажен в типографии «Август Борг». Сформировать тетради для шитья нитками из малоформатных листов, отпечатанных «цифрой», не так просто. Но тот факт, что книги печатаются небольшими тиражами, серьезных проблем не создает. Тем не менее в компании подумывают о специальном послепечатном оборудовании, предназначенном для обработки цифровых отпечатков. «Нам нравится работать в сегменте малотиражных качественных книг, — признается Андрей Зарецкий. — Рынок этот растет, по крайней мере у нас. Добавленная стоимость на нем хорошая, конкурирующих типографий нашего уровня немного: высокопрофессиональным, крупным типографиям небольшие тиражи книг не очень интересны, а у чисто цифровых игроков нет многих наших возможностей. Но самое главное, что книга остается востребованной как вид продукции. Ее заказывают, за нее готовы платить».



Такие черно-белые художественные фотографии печатают в типографии на монохромной цифровой машине Ricoh Pro 8110E. Оборудование правильно воспроизводит свет и тени, делая изображения четкими и детально прорисованными



Полноцветные фотоиздания профессионального качества печатаются на Ricoh Pro C7100

Гибридные УФ-принтеры Anapurna LED

Высокоскоростные гибридные 6-цветные УФ-принтеры со светодиодным отверждением чернил и шириной печати от 2,05 до 3,2 метра, идеально подходящие под широкий круг задач и применений.

UV LED



Загляните в будущее вместе с Agfa Graphics

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

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

Технологии для креативной печати, или Как работать в удовольствие



Евгений Келин,
генеральный директор,
типография «Келла»
[Санкт-Петербург]

рованных железом ртутных лампах. Более того, машина имеет модуль InPress Control, который автоматически считывает (при помощи встроенных спектрофотометров) контрольные шкалы на листе, а также настраивает и автоматически поддерживает нужный накат и приводку краски.

Надо сказать, что «Келла» широко известна не только на рынке Санкт-Петербурга, но и далеко за его пределами производством продукции очень высокого качества и уникальных дизайнерских решений. Компания неоднократно удостоивалась наград отраслевых конкурсов по качеству печати, в частности не раз была победителем конкурса «Мэтр Полиграфии». Мы решили воспользоваться появившейся возможностью и побеседовать с основателем и генеральным директором группы компаний «Келла» Евгением Келиным.

Тренды рекламного бизнеса

Типография «Келла» с момента своего основания занималась исключительно изготовлением рекламной продукции и продолжает работать на этом рынке. Поэтому руководитель этой компании, как никто другой, ориентируется в спросе на рекламную полиграфию и имеет возможность оценить тенденции, происходящие в рекламном полиграфическом бизнесе за прошедшие десятилетия. «Рекламный рынок, безусловно, меняется, но, хотим мы того или нет, количество игроков на нем растет, а сам объем рынка не увеличивается, — отмечает Евгений. — Более того, по нашим наблюдениям, до 75% объема рекламных заказов в нашей стране создают зарубежные компании. Российских производителей, которые нуждаются в хорошей рекламе, мало. Сырьевикам, торгующим за границу, реклама не нужна, а производителей

В середине сентября компания «Гейдельберг-СНГ» пригласила журналистов и своих клиентов на презентацию нового печатного оборудования в Санкт-Петербург, в типографию «Келла», где недавно была установлена первая в России машина Heidelberg Speedmaster XL 106-5+L LE UV в данной конфигурации. Она способна печатать как обычными масляными красками, так и высокореактивными УФ-красками, для чего оснащена экологичными УФ-сушками компании IST, построенными на леги-



В типографии «Келла» состоялась торжественная презентация первой в России машины Heidelberg Speedmaster XL 106-5+L LE UV, которая способна печатать как обычными масляными красками, так и высокореактивными УФ-красками. Новое печатное оборудование позволит компании воплощать уникальные дизайнерские решения в изготовлении рекламной продукции



Комплекс послепечатного оборудования подобран таким образом, чтобы иметь возможность выполнить любые пожелания заказчиков

тавливать продукцию с высокой добавленной стоимостью.

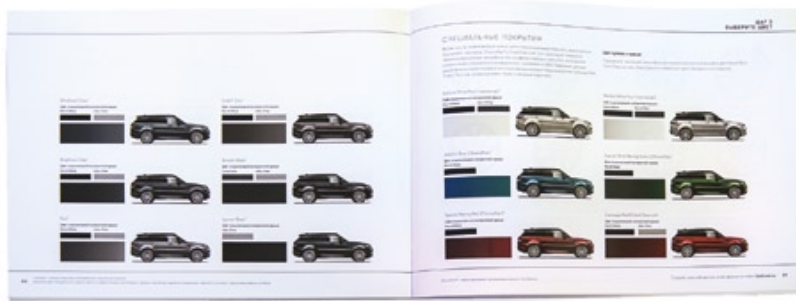
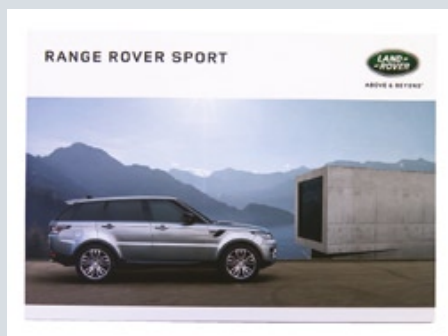
Творческая составляющая

Стремление создавать нестандартную рекламную продукцию было заложено с самого начала деятельности компании. Как рассказывает Евгений Келин, в полиграфии он оказался волей случая: «Жизнь, как известно, состоит из череды случайностей. В начале 90-х гг. благодаря своей жене-дизайнеру я попал в творческую среду. Вскоре мне предложили создать отдел печати при Санкт-Петербургском Союзе дизайнеров. Несколько лет ушло на его создание и развитие. Печать была трафаретная. Впоследствии этот бизнес трансформировался в индивидуальное частное предприятие, которое постепенно переросло в то, чем является сегодня «Келла». Но с тех пор, как я начал заниматься полиграфией, мне хотелось делать продукцию интересную, необычную, креативную, и общение в дизайнерской среде этому способствовало».

товаров для продажи на внутреннем рынке в нашей стране немного. В последнее время более-менее активны в рекламном плане лишь строители элитной недвижимости, поскольку товар у них дорогой и без хорошей рекламной поддержки его не продать, тем более что и спрос на недвижимость не очень высокий. Есть объем рекламного ширпотреба, но там главный критерий — это цена, и ни о хорошем дизайне, ни о хорошем полиграфическом исполнении заказчики особенно не беспокоятся». Так что когда в компании «Келла» задумались о дальнейшем развитии, ставку делали именно на премиальный рекламный сегмент, и было решено приобрести печатную машину, которая позволит изго-



«Келла» известна на рынке как типография, выпускающая высококачественную и креативную рекламную продукцию, поэтому к каждому этапу производства здесь требования весьма серьезные. На участке вывода форм используются оборудование и материалы европейских и хорошо зарекомендовавших себя производителей — CtP-устройство Heidelberg Suprasetter и термальные пластины Fujifilm Superia



Одна из самых взыскательных к качеству категорий полиграфической продукции — каталоги автомобильных салонов, косметических фирм (особенно содержащие палитры красок для волос или оттенки декоративной косметики), агентств недвижимости. Такие каталоги обычно представляют дорогой товар, поэтому их внешнее исполнение должно быть на очень высоком уровне

Шаг в офсет

Тем не менее возможности трафаретной печати не позволяли изготавливать многие полиграфические работы и охватить желаемый объем рекламной продукции, и вскоре «Келла» перешла на офсетную печать. «Первую офсетную машину я привез, когда в России еще не было представительства Heidelberg (работала торговая компания Berthold&Shtempel), — рассказывает Евгений. — Мне тогда посчастливилось взять в долг денег у одного хорошего знакомого, поскольку получить кредит для ИП, да еще и в валюте было нереально, и на эти деньги приобрел маленькую печатную машину Heidelberg T-Offset, с которой и началась офсетная деятельность». Бизнес пошел в гору, компания стала расширяться. Как отметил Евгений, у него побывало множество разных печатных машин, и все они были производства Heidelberg. Сначала одно-красочные и двухкрасочные, но постепенно формат машин увеличивался, а число секций прибавлялось. «Наша компания была едва ли не первой в России, где появилась пятикрасочная машина с секцией лакирования, — гово-

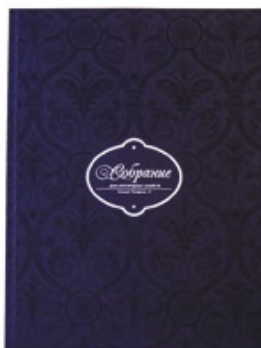
рит Евгений. — В конце 90-х гг. мы вышли на рынок с услугой по производству продукции с отделкой лаком и некоторое время чувствовали себя очень комфортно. В то время никто не мог предложить ничего подобного, и большинство элитных заказов мы выполняли на своем предприятии». Имея пятикрасочную машину, «Келла» также активно продвигала печать с дополнительным цветом Pantone, что оказалось весьма востребованным. «Мы являемся чемпионами по печати пантонов в городе. Причем очень часто приходилось работать с цветами четырехзначных номеров, отличить которые друг от друга без специальных приборов невозможно. Но заказчики находились и требовали своего. И это было интересно... Так что мы научились очень успешно печатать сложные цвета и понимали, как этого добиться», — отмечает Евгений Келин.

Машина одна, но лучшая

Тем не менее жизнь не стоит на месте, и со временем многие петербургские типографии приобрели собственные офсетные машины с дополнительными секциями.

Печать «с лаком» или «с пантоном» перестала быть экзотикой. И хотя не все типографии изготавливали подобную продукцию с должным качеством, конкуренция усилилась. Для эффективной печати полноцветной продукции «Келла» приобрела восьмикрасочную машину с переворотом листа. «Стало очевидно, что нужно работать более эффективно, чем раньше. На тот момент у нас было две полуформатные машины: одна пятикрасочная с секцией лакирования, другая — восьмикрасочная. Мы готовились к следующему этапу своего технического перевооружения и решили продать восьмикрасочную машину. Через некоторое время выяснили для себя, что и на одной машине при должном подходе мы можем печатать даже больше, чем раньше на двух. Вскрылось множество внутренних резервов», — признается Евгений.

Таким образом, в типографии пришли к выводу, что для работы достаточно будет одной современной машины листового формата. Но только машины нового поколения с возможностью автоматического контроля наката краски, автоматического удержания цвета и приводки, с наличием дополнительных функций. Эти требования к оборудованию полностью отвечали стремлению изготавливать оригинальную печатную продукцию, которая привлекает внимание,



Использование дизайнерских материалов для обложек, а также разных видов отделки (вырубки, фактурного лакирования, выборочного тиснения фольгой и многого другого) — все это входит в каждодневные заказы типографии «Келла». Благодаря новой машине Heidelberg у компании появилось еще больше возможностей для декоративной отделки печатной продукции

удивляет и заставляет гордиться результатом работы типографии.

«Посмотреть на оборудование, выполняющее печать высокореактивными красками и УФ-лакирование в линию, нам впервые предложили в компании «ЯМ Интернешнл». Сама идея нам понравилась, — признается генеральный директор компании «Келла». — Естественно, мы понимали, что подобные решения сейчас есть у всех производителей печатного оборудования, поэтому предельно открыто предложили всем поставщикам машин сделать нам предложение и отпечатать наш собственный тест. Тест у нас был простой, но именно он был для нас важен. На печатном листе было всего два задания. Одну половину листа занимал тест на шаблонирование, а вторую — большая плашка баланса

серого. Такое задание мы отпечатали на машинах нескольких производителей. Далее мы долго анализировали и сам процесс печати, и его результаты, которые оценивались по более чем пятидесяти пунктам. Затем между двумя машинами, которые нам понравились больше, был и ценовой тендер. И вот в итоге у нас Heidelberg Speedmaster XL 106 в комбинированном исполнении. Дополнительным аргументом в его пользу стал и тот факт, что у компании есть сервис-центр в Питере. При наличии всего одной машины нужен максимально оперативный сервис». Евгений пояснил, что наличие возможности УФ-лакирования, печати drip-off и других декоративных эффектов для компании очень важно: «Сейчас главным критерием выбора типографий является цена. Нам хочется немного



отойти от этой истории. Имея уникальные возможности по печати и отделке, сделать это проще. К сожалению, в последние годы почти не осталось той художественной и дизайнерской эстетики, которая была в те времена, когда мы только начинали свой бизнес. Дизайн осовременился, упростился, стал более функционален. Это немного расстраивает, но зато появляются интересные технологии, использование которых также позволяет создавать нестандартную продукцию, что сохраняет интерес к тому, чем занимаешься. А работать надо с интересом...»

Смарт

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

smart-nn.rf

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

- Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества
- Расфрловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

СКОРО в типографии



apd52.ru

установка
и презентация
новой печатной машины

HEIDELBERG
Speedmaster CD 102-5+L
с Prinect Image Control 3

Следите за информацией от «Гейдельберг-СНГ»

Формы сотрудничества: когда заказчик становится партнером

Олег Третьяков,
генеральный директор,
типография «Спринтек»
[Химки, Моск. обл.]

Александр Нежелский,
генеральный директор,
компания «Упакресурс»
[Химки, Моск. обл.]

Может ли быть успешной типография, у которой нет ничего, кроме печатных машин? А как вести бизнес предприятию, у которого нет ничего, кроме послепечатного оборудования? На первый взгляд, и той, и другой компании работать очень непросто. Как правило, предприятия, которые пытались делать бизнес на послепечатных процессах, в итоге приобретали печатную технику. И наоборот, компании, имеющие только печатное оборудование, неизбежно сталкивались с необходимостью осваивать послепечатные процессы. Однако, как оказалось, есть и другой путь. В середине сентября мы побывали сразу в двух компаниях, производство которых расположено в Химках Московской области, — «Спринтек» и «Упакресурс», и пообщались с директорами этих предприятий Олегом Третьяковым и Александром Нежелским.

Путь в полиграфию

Олег Третьяков много лет работал в известной в Москве полиграфической компании и прошел путь от молодого специалиста, только что закончившего институт, до начальника производства типографии. За это время ему удалось глубоко погрузиться во все процессы производства полиграфической про-

дукции, обрести знакомствами и собственной клиентской базой. Поэтому дальнейший карьерный рост был возможен только в рамках собственного бизнеса. Так появилась типография «Спринтек». Что же касается компании «Упакресурс», то в настоящее время это едва ли не крупнейший в Московском регионе производитель микрогофрокартона и упаковки из него. Компания была основана в 2000 г. и обладает сегодня серьезными производственными мощностями для выработки высококачественного материала. Как пояснил Александр Нежелский, спрос на упаковку из кашированного микрогофрокартона достаточно высокий. При этом компаний, специализирующихся на изготовлении этого вида продукции, не так много. «Чтобы успешно

работать на этом рынке, важно иметь собственное производство гофрокартона, поэтому мы установили на предприятии гофроагрегат. Только в этом случае удастся иметь хороший уровень добавленной стоимости. Мы решили сосредоточиться на производстве гофрокартона, кашировании и вырубке-склейке готовых коробок. Отпечатать лайнеры для последующей кашировки в Московском регионе нет никаких проблем — на рынке много типографий с недогруженными мощностями, которые готовы недорого печатать листы. Так что упаковку мы производим таким способом: наш гофрокартон и послепечатные процессы, а печать заказываем на стороне», — рассказывает Александр.

Пересечение бизнесов

Так, при размещении заказов на печать лайнеров в типографии, где в то время работал Олег Третьяков, состоялось знакомство двух буду-



В типографии «Спринтек» работают две шестикрасочные печатные машины Roland 700 компании manroland. Одна из них оснащена двумя секциями лакирования и приспособлена для нанесения УФ-лака. Надо отметить, что кроме печатных машин и СтР-устройства в типографии нет другого полиграфического оборудования. Тем не менее компания успешно ведет свой бизнес, специализируясь на печати лайнеров и заготовок для будущей упаковки



На базе устройства вывода офсетных форм Creo построен допечатный участок в типографии «Спринтек»

щих партнеров по бизнесу. Имея такого заказчика, как «Упакресурс», можно рассчитывать на стабильный объем заказов, поэтому когда Олег приступил к созданию собственного полиграфического бизнеса, первое время он выступал в качестве посредника, пока не удалось ор-

ганизовать свое производство. «В Санкт-Петербурге распродавалась типография, занимающаяся изготовлением упаковки, но по ряду причин решившая выйти из бизнеса, — рассказывает Олег. — Продавали ее только целиком, поэтому в числе оборудования нам досталось множество полиграфической техники. Было решено, что весь комплект оборудования оставлять нет смысла, поэтому послепечатную технику впоследствии продали. Оставили только две печатные машины Roland 700 компании manroland и CtP-устройство Creo (теперь это Kodak). Обе печатные машины Roland 700 шестикрасочные. Одна из них подготовлена для УФ-лакирования и имеет две лаковые секции».

Надо сказать, что печатные машины достались типографии «Спринтек» с весьма приличным пробегом, но после того, как к ним присмотрелись повнимательнее, стало понятно, что печатают они по-прежнему очень неплохо. «После приобретения мы восстановили печатные машины до очень хорошего состояния, — отмечает Олег. — Мы запечатываем листы для будущей упаковки весьма престижных товаров, но претензии от заказчиков по поводу качества печати бывают редко. Впрочем, претензии к исполнению заказов бывают и у типографий, работающих на новом обо-



Оборудование компании «Упакресурс» для производства микрогофрокартона и упаковки из него: собственно гофроагрегат, кашировальная линия, резальная машина, автоматический пресс для высечки с удалением облоя, фальцевально-склеивающая машина для гофрокартона и многое другое. Обладая мощным парком послепечатного оборудования, «Упакресурс» в сотрудничестве с типографией «Спринтек» имеют возможность изготавливать упаковку любой сложности и очень высокого качества из материала собственного производства





«Упакресурс» закупает картон в рулонах, а затем распускает его на листы на специальном оборудовании. Так производство микрогофрокартона и упаковки получается экономически выгоднее



Объединив объемы заказов на ламинированную продукцию, руководители компаний «Спринтек» и «Упакресурс» приобрели промышленный ламинатор, при этом организовав совместное предприятие

рудовании». Олег пояснил, что своими машинами очень доволен, хотя есть, конечно, некоторые вопросы по эксплуатации и обслуживанию, так как машины далеко не новые. Однако, имея некоторый опыт ремонта таких машин, с их приведением в рабочее состояние можно справиться самостоятельно.

Александр рассказал, что положительный опыт взаимодействия с Олегом сформировался в прежние времена: «Мне нравилась его ответственность. Я мог быть полностью уверен — что бы ни случилось, обещанные мне листы будут отпечатаны именно тогда, когда мы договорились. При работе с другими печатниками такое получалось далеко не всегда. Поэтому когда стало известно, что Олег основал собственную типографию, мы начали сотрудничать с ним». Таким образом, у Олега сразу образовался определенный объем заказов от надежного партнера, что позволило «Спринтеку» остаться только печатающей компанией, не прибегая к созданию послепечатного подразделения. «Мне показалось нелогичным становиться конкурентом своему проверенному клиенту, тем более что наше сотрудничество вполне успешно, — говорит Олег. — Более того, выяснилось, что есть и другие компании, которым интересна только печать, а остальные операции они могут делать либо у себя, либо в других типографиях».

Формы сотрудничества

Дальнейшее развитие компаний «Спринтек» и «Упакресурс» было вполне предсказуемым. Около двух

лет назад оба производства оказались на общей площадке в районе Сходня города Химки. Теперь работать стало удобнее, поскольку полуфабрикаты не нужно далеко перемещать. Компании взаимно дополняют друг друга, образуя, по сути, единое предприятие, но при этом имеют разную экономику и общаются посредством встречных заказов и оплаты друг другу. Это дало возможность достичь того, что редко удается компаниям, которые участвуют в выполнении всего комплекса работ. Здесь оба юридических лица имеют прибыль. Более того, прибыльными получаются даже отдельные операции при изготовлении упаковочной продукции!

Уровень доверия компаний вырос настолько, что стали появляться новые совместные юридические лица. Александр рассказал: «Проанализировав характер наших заказов, мы выявили много работ на ламинацию. И хотя мы их успешно переразмещали, стало понятно, что неплохо иметь собственные возможности по ламинированию. Однако объем все же не такой, чтобы приобретать промышленный ламинатор. В то же время у нашего партнера, компании «Спринтек», также есть объем заказов на ламинацию, что дало возможность, объединив наши усилия, купить серьезную машину для ламинирования. Приобретали мы ее уже на новую, совместную компанию». Аналогичным образом на производстве появилась и флаторезальная машина для роспуска листового картона и бумаги на листы нужного для конкретного заказа формата.

Любопытно устроена работа двух компаний. Каждая из них самостоятельно ведет своих заказчиков, заключает с ними договоры и использует партнера для тех задач, которые сама не может выполнить. Может показаться, что стоимость продукции у этого своеобразного холдинга должна быть выше, чем у компаний, которые владеют всем комплексом полиграфического оборудования. Но оказалось, что это



Микрогофрокартон чаще всего используется для изготовления упаковки для непродовольственных товаров: автозапчастей, компьютерной и бытовой техники и т. д.



Образцы упаковки совместного производства компаний «Спринтек» и «Упакурс»: коллекция новогодней упаковки, групповая упаковка, коробки для алкогольной продукции, картонные футляры для коробок конфет, упаковка для другой пищевой продукции

не так — цена более чем конкурентная. Интересно еще и то, что у компаний нет своего отдела продаж. Эту функцию для них выполняют несколько посреднических компаний, которые успешно собирают заказы. «У нас все устроено просто. Для всех посредников — прозрачная и понятная цена, а дальше они могут продавать услуги за сколько угодно», — говорит Олег. И этот подход работает.

Таким образом, в полиграфической отрасли существуют весьма интересные формы сотрудничества и ведения бизнеса. Можно, как выяснилось, эффективно работать, имея только печатные машины, причем пробежавшие полмиллиона листов. Или же сосредоточиться только на выполнении послепечатных процессов. А можно часть функций делегировать на аутсорсинг, благодаря чему все участники процесса только выиграют. А еще можно разбить производственный процесс на отдельные операции, отслеживая прибыльность каждой из них. Какой бы подход ни был выбран, главное, чтобы он положительно сказывался на экономике всего предприятия.

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

17 микрон — глянцевая: **4,31** Р за м²; матовая: **4,36** Р за м²
 20 микрон — глянцевая: **5,18** Р за м²; матовая: **5,30** Р за м²
 28 микрон — глянцевая: **7,57** Р за м²; матовая: **7,86** Р за м²
 75 микрон — глянцевая: **29,10** Р за м²; матовая: **55,29** Р за м²
 125 микрон — глянцевая: **33,75** Р за м²
 А так же: софт тач - **30,73** Р за м²; черн. софт тач - **46,09** Р за м²;
 голографические пленки - **11,64** Р за м².

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

На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

серебро - **8,64** Р за м² Форматы от 0 до 1,88, сроки — в течение дня.

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

0,15 мм - **180,41** Р; 0,30 мм - **238,60** Р цена указана за м²
 Оптовым покупателям - скидки.

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

2000 Р коробка, по 35 м **1580** Р коробка, по 24,5 метра

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

от **256** Р цена за 1 кг.

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

от **0,10** Р/шт. в наличии 4 и 5,5 мм

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

Цвет - белый — **2999** Р Цвет - серебро — **3800** Р

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

г. Москва, метро Пражская, ул. Подольских Курсантов, 3	г. Чебоксары, ул. Гагарина д.55, офис 310	г. Санкт-Петербург, ул. Химиков 18	г. Ульяновск ул. Ленина д. 50/115, т. +7-8422-303711
---	---	---------------------------------------	---

Мы работаем без выходных с **9.00** до **21.00**
 +7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50
 e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

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

Увеличение доходности, или Работа на оборудовании мировых брендов



Александр Леонов,
генеральный директор,
типография «Люксупак»
[Тверь]

типографии постепенно увеличивается, поэтому руководство компании считает одной из перспективных задач постепенную замену оборудования на образцы ведущих мировых брендов. Об увеличении производственных мощностей, выборе полиграфической техники и направлениях развития предприятия мы поговорили с генеральным директором и владельцем типографии «Люксупак» Александром Леоновым.

Открытие новой площадки

«В последнее время в нашей типографии произошли серьезные изменения, — говорит Александр Леонов. — Недавно мы открыли новую производственную площадку, которая существенно расширила наши возможности и увеличила мощности предприятия». Новая площадка действительно впечатляет. Это построенный с нуля производственный корпус,

который укомплектован всем необходимым оборудованием и уже полноценно работает. Для этой площадки были приобретены: шестикрасочная печатная машина с секцией лакирования Heidelberg Speedmaster CD102, два вырубных прессы, две фальцевально-склеивающие линии, пресс для тиснения фольгой и линия для трафаретной печати. Весь этот производственный комплекс предназначен для изготовления высококачественной упаковки.

Послепечатное оборудование, которое было приобретено для оснащения нового упаковочного цеха, в основном представлено техникой достаточно известной тайваньской компании, опыт работы с которой в «Люксупак» уже был. Так что сложностей с ее введением в строй и освоением не возникло. Отчасти это позволило за короткий срок практически удвоить производственные возможности типографии.

Типография «Люксупак» является специализированным полиграфическим предприятием в Твери по производству упаковки для непродовольственных товаров, пищевой, косметической и фармацевтической продукции. За прошедший год мощности предприятия существенно увеличились — здесь построен и полностью введен в эксплуатацию новый производственный корпус, оснащенный комплексом оборудования, который предназначен для изготовления упаковочной продукции. Стоит отметить, что доля люксовой упаковки в числе заказов



Для изготовления упаковки типография «Люксупак» installировала три года назад печатную машину KBA Rapida 105, благодаря которой объем производства вырос в 4 раза. Недавно в целях расширения парка оборудования была приобретена шестикрасочная печатная машина с секцией лакирования Heidelberg Speedmaster CD102



За прошедший год типография существенно увеличила производственные мощности. На предприятии был открыт новый упаковочный цех, для оснащения которого закуплен целый комплекс полиграфического оборудования: линия для трафаретной печати, два вырубных прессы, две фальцевально-склеивающие линии и другое

Мировые бренды

Тем не менее в типографии считают обоснованным постепенный переход на использование оборудования европейских брендов. В конце 2014 г. в «Люксупак» была установлена печатная машина KBA Rapida 105, благодаря которой объем производства вырос в 4 раза! «Печатное оборудование KBA по производительности заменило нам четыре машины Planeta, — отмечает Александр. — После инсталляции современной печатной техники для нас стали очевидны перспективы работы на оборудовании мировых лидеров». В связи с этим на предприятии осуществляется замена полиграфического оборудования. Около двух лет назад в «Люксупак» инсталлирована новая фальцевально-склеивающая линия Bobst VisionFold. И вот совсем недавно здесь появилась вторая подобная линия для комплектования новой производственной площадки.

Александр Леонов прокомментировал так: «Фальцевально-склеивающие операции — это окончательный этап в изготовлении упаковки. И если что-то идет не так в этом процессе, то в брак уходит все, во что вложены средства на промежуточных этапах (печать, отделка, вырубка и т. д.). Поэтому терять часть продукции на заключительной стадии производства особенно обидно. Поработав на фальцевально-склеивающей линии Bobst VisionFold, мы поняли, насколько это перспективно. На этой машине мы стабильно и без остановок работаем на скорости до 250–300 м/мин (на простых одноточечных коробках — на сложных, конечно, медленнее). На оборудовании азиатского производства для выполнения подобных операций требовалось еще больше времени. Но даже не это самое главное. На Bobst работать легко, все настройки простые и понятные, с ними может справиться любой оператор. А для работы на машинах из Азии нужна очень высокая квалификация и «чувство» машины. Производственные кадры мы готовим сами, и для получения работником необходимых навыков и опыта требуется длительный срок, поэтому очень важно, что при использовании автоматизированного оборудования Bobst человеческий фактор никак не сказывается на качестве изготавливаемой продукции».



Допечатный участок типографии «Люксупак» оснащен современным CtP-комплексом Kodak Achieve Platesetter. Для изготовления печатных форм используются беспроцессные термальные пластины Sonora XP от компании Kodak



После инсталляции два года назад фальцевально-склеивающей линии Bobst VisionFold производительность типографии увеличилась почти вдвое при существенно меньшем объеме макулатуры. Оценив преимущества работы на современном оборудовании признанного лидера в производстве послепечатной техники, в «Люксупак» приобрели вторую аналогичную линию. Она позволяет стабильно, безостановочно работать на скорости до 250–300 м/мин (на простых одноточечных коробках)

Александр пояснил, что у всех сотрудников в компании есть перспективы роста и развития. Поэтому высококвалифицированным специалистам здесь дают возможность себя реализовать и из простых операторов перейти на более сложные работы. Так что подготовка новых кадров всегда актуальна. В этой связи оборудование, с которым проще работать, является для типографии более предпочтительным, поскольку оно позволяет получать продукцию, отвечающую требованиям взыскательных клиентов.

«Мы никогда не ощущали нехватку заказов, — отмечает Александр. — У нас хороший отдел продаж, и мы очень

много внимания уделяем развитию предприятия. Сегодня наша компания может изготавливать практически любую по сложности упаковку. Мы освоили большое количество технологий отделки продукции, работаем с самыми разными материалами, постоянно следим за тем, что происходит в отрасли и какие дополнительные возможности имеет смысл внедрить на предприятии. Это позволяет отделу продаж предлагать заказчикам самые разные варианты производства упаковки, что, безусловно, способствует увеличению клиентской базы. Более того, зачастую мы совместно с заказчиками придумываем, какие техноло-

гии можно использовать, чтобы получить желаемый результат. Такая тесная и доверительная работа с заказчиками, стремление услышать и воплотить их задумку способствуют долгосрочному сотрудничеству, и, как следствие, большинство наших клиентов работают с нами далеко не первый год».

Вектор движения

Перспективами развития производства в компании «Люксупак» занимаются постоянно. Не так давно типография вышла на рынок упаковки из микрофр-



Типография «Люксупак» специализируется на производстве упаковки для самых разных отраслей. Значительная часть заказов связана с фармацевтической и косметической продукцией. Как правило, требования к такого рода упаковке достаточно высокие, поэтому компания уделяет большое внимание современному оснащению, выбирая оборудование ведущих производителей и осваивая разнообразные технологии отделки печатной продукции

ACCUCHECK



СИСТЕМА КОНТРОЛЯ В ЛИНИЮ ACCUCHECK

В наши дни, когда предприятия работают в режиме «точно в срок», сроки вывода новой продукции на рынок значительно сократились.

Система ACCUCHECK позволяет производителям упаковки выполнять фальцевально-склеивающие работы быстро и качественно, удовлетворяя требованиям самых взыскательных заказчиков. Встроенная в линию система ACCUCHECK проверяет каждую коробку

на последней стадии производства, перед ее упаковкой и отправкой на фасовочные линии.

Это совершенно новое устройство превратит вашу фальцевально-склеивающую линию в высокоскоростную систему со 100% контролем качества выпускаемой продукции.

BOBST: Бракованных коробок больше не будет.



Упаковка для пищевых продуктов; упаковка для детских сувениров, объединяющая сладости и игрушку; групповая упаковка для выкладки товара в местах продаж — все это продукция типографии «Люксупак». Для производства такой упаковки требуется сложная вырубка, профессиональная склейка и фальцовка. Поскольку упаковка изготавливается для товаров, которые приобретаются в торговых сетях, заказчики весьма требовательны к ее внешнему исполнению и качеству

картона, которая становится все более востребованной. С этой целью была приобретена кашировальная машина. Кроме того, введена в эксплуатацию собственная линия для раскроя рулонного картона под конкретный заказ. Теперь отходы из-за несоответствия форматов картона и спуска полос практически исключены.

«До недавнего времени мы росли в основном экстенсивным способом, количественно увеличивая свои производственные мощности. Но сейчас настало время

более внимательной работы — мы будем оптимизироваться изнутри, работать более эффективно и профессионально. Увеличение производительности возможно и за счет этого. Причем интенсивный путь выгоднее, поскольку осуществляется за счет внутренних резервов. Часть этой стратегии — постепенная замена бывшего в употреблении азиатского оборудования на новое ведущих мировых компаний. Как показал опыт инсталляции Bobst VisionFold, замена фальцесклейки на новую современную машину дало почти двукратный прирост производительности при существенно меньшем объеме макулатуры. Но мы планируем идти дальше. Нам очень интересны современные средства автоматизации производства и контроля качества. Мы хотели бы

иметь систему отбраковки дефектных заготовок на фальцевально-склеивающем оборудовании (система Accusheck у Bobst) и систему приводки вырубного прессы по изображению (Power Register, также компании Bobst), а не по краю листа, как сейчас. В перспективе надеемся установить систему автоматического контроля качества на печатных машинах. Мы будем к этому постепенно двигаться», — рассказал Александр.

По словам генерального директора «Люксупак», типография все больше стремится соответствовать своему названию: «Сейчас мы печатаем самую разную упаковочную продукцию, но уже понятно, что наиболее интересные для нас заказы — это упаковка, которая изготавливается относительно небольшими тиражами (около 50 тыс. шт.), но сложная, с большой долей отделки и с высокими требованиями к качеству. Именно на этом сегменте упаковки у нас получается наилучшая прибыльность. По мере совершенствования нашего производства мы сможем более эффективно выполнять заказы на подобную продукцию. Все время расти экстенсивно невозможно. Где-то нужно остановиться. И остановиться нужно в той нише продукции, которую лучше всего удастся изготавливать, причем с максимальной прибылью».



Типография «Люксупак» изготавливает также упаковку из микрофроккартона. Для того чтобы сделать производство более эффективным, здесь приобрели кашировальную линию



25 ИЛИМ

**ВАЖЕН КАЖДЫЙ ЧЕЛОВЕК,
ВАЖЕН КАЖДЫЙ ГОД**

Экономичное производство, или Другая жизнь под новым именем

В начале августа в московской типографии «Аква Арт Принт» состоялась презентация для журналистов отраслевых изданий. Поводом стала установка нового печатного оборудования — пятикрасочной офсетной машины RMGT 920 ST-5 с секцией лакирования, инсталлированной специалистами компании «Терра Системы», эксклюзивного дистрибутора RMGT (ранее — Ryobi) в России. Эта машина заменила установленную в 2014 г. пятикрасочную машину Ryobi 765E второго формата, приобретенную также у «Терра Системы». За неполные три года на этой машине успели отпечатать более 100 млн оттисков (весьма внушительный пробег за такой небольшой срок!), и это при относительно коротких тиражах, на печати которых специализируется типография. Генеральный директор «Аква Арт Принт» Ирина Корчагина и коммерческий директор Александр Каргальцев подробно рассказали о деятельности типографии, подходах к работе и выбору оборудования, а также причинах замены печатной техники.

Обновление производства

«Аква Арт Принт» позиционирует себя как типографию, которая берется за производство сложных видов рекламной продукции, в первую очередь для серьезных мировых торговых марок. В числе ее постоянных заказчиков: Nestle, Unilever, Mars, Danone, ряд автомобильных брендов (Audi, Nissan), «Газпром» и другие. Компания была создана в 2013 г. рекламным агентством «Аква Арт» и учредителем типографии «Полиграфикс», достаточно давно работающим на московском полиграфическом рынке. Обе компании специализировались на изготовлении нестандартных рекламных печатных изданий, требующих использования большого количества послепечатных процес-



В честь торжественного запуска машины генеральный директор компании «Терра Системы» Стефан Валуйский вручил руководству «Аква Арт Принт» памятный диплом. Ирина Корчагина, генеральный директор типографии (слева), Александр Каргальцев, коммерческий директор типографии (справа)

сов, ручных операций и т. д. В результате типография под новым названием «Аква Арт Принт» начала свою деятельность с замены старого печатного оборудования на новую полуформатную машину Ryobi 765E в пятикрасочном исполнении, а следом приобрела линейку послепечатного оборудования: брошюровальный комплекс Horizon StitchLiner, устройство для вывода офсетных форм Cron и резальную машину Schneider Senator. Задача по-



В типографии «Аква Арт Принт» установлена пятикрасочная печатная машина RMGT 920 ST-5 с секцией лакирования, инсталлированная специалистами компании «Терра Системы». Она оснащена автоматической системой одновременной смены печатных форм Smart FPC сразу на всех секциях, что позволяет эффективно выполнять короткие тиражи. Для компании, специализирующейся на производстве рекламной полиграфии, это весомый аргумент при выборе печатного оборудования

ставки нового полиграфического оборудования была возложена на давнего партнера типографии — компанию «Терра Системы».

Надо сказать, что до приобретения собственного выводного устройства типография заказывала изготовление форм в другой компании, находящейся по соседству. «Наши расчеты показали, что разница в стоимости вывода форм на стороне и на своем предприятии позволит нам серьезно экономить средства, которых будет достаточно для ежемесячной оплаты лизинговых платежей не только за само CtP-устройство, но и за ряд послепечатного оборудования, которое мы планировали приобрести», — отметил Александр Каргальцев.

При выборе послепечатного оборудования в типографии следовали принципу производительности и компактности. В этой связи удачным приобретением здесь считают брошюровальный комплекс Horizon StitchLiner. Он оснащен листоподборочной станцией, биговально-фальцевальным модулем, проволокошвейным модулем и трехножевой резальной машиной. Оборудование позволяет профессионально и с высокой производительностью изготавливать брошюры с корешком классической формы, а не «фонарем», как на дешевых брошюровочных устройствах.

Проект — персонализация

Спустя год после обновления парка оборудования в «Аква Арт Принт» задумались над освоением производства нового для себя вида печат-



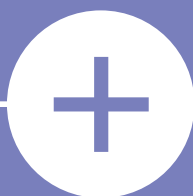
В рамках программы переоснащения производственного парка в типографии приобрели устройство для экспонирования офсетных пластин Crop. Наличие собственного допечатного участка позволило заметно сэкономить ресурсы

ных изданий. Как пояснил Александр Каргальцев, в последнее время все чаще появляются заказы на изготовление продукции с переменными данными. В типографии к этому вопросу подошли со свойственной здесь экономичностью. Наиболее оправданно такие издания изготавливать гибридными способами, поскольку сложная графическая персонализации пока не востребована рынком. Офсетом печатается

5 причин купить светодиоды



Совершенно сухой оттиск



Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по невпитывающим материалам



TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин
led@terrasystems.ru



SPECTRAL UV
A BALDWIN Technology Company



В связи с востребованностью рынком печатной продукции с переменными данными в типографии установили цифровую монохромную машину Ricoh Pro 8100, на которой впечатывают часть сменяемой графической информации

цветная графическая часть будущего изделия, а на приобретенной цифровой черно-белой машине Ricoh Pro 8100 впечатываются переменные данные, штрихкоды и т. д. Так получается намного выгоднее, чем печатать продукцию полностью на цветной цифровой машине. В «Аква Арт Принт» строят максимально экономичное производство, и это, пожалуй, один из важнейших трендов последнего времени.

Повышение требований

Однако даже полная замена основного полиграфического оборудования для типографии оказалась недостаточной. После анализа специфики заказов выяснилось, что для их эффективного исполнения требуется более высокий уровень автоматизации печатного оборудования, а также необходимо наличие дополнительной секции для сплошного и выборочного ВД-лакирования. Так что практически сразу назрела необходимость в замене печатной машины, в первую очередь для того, чтобы обеспечить большую гибкость в плане себестоимости готовой продукции. В процессе переговоров компания «Терра Системы» совместно с японскими коллегами предложили приобрести машину следующего форматного ряда на весьма выгодных условиях. В результате в типографии была установлена машина RMGT 920 ST-5 формата A1 в комплектации с пятью красочными секциями и лакировальным аппаратом. Оборудование RMGT серии 9 было разработано уже после объединения компаний Ryobi и Mitsubishi и содержит ряд усовершенствований, отработанных на старших машинах Mitsubishi. Новое оборудование позволяет экономически выгоднее печатать продукцию типовых форматов (A3, A4, A5). Учитывая, что, помимо рекламной полиграфии, типография изготавливает разнообразную продукцию для оформления мест продаж (POS-материалы), большой формат печати дает возможность использовать площадь листа более эффективно при расположении будущих изделий. Безусловно, наличие секции лакирования расширяет возможности типографии. Ранее для получения эффекта лакирования при-

ходилось использовать печатный лак, что обходилось весьма недешево.

Руководство типографии отметило, что новое печатное оборудование имеет высокий уровень автоматизации. Достаточно сказать, что это первая в России машина компании RMGT, на которой установлена автоматическая система одновременной смены печатных форм Smart FPC сразу на всех секциях. Эту функцию в «Аква Арт Принт» считают очень востребованной, поскольку структура заказов типографии такова, что необходимо очень быстро изготавливать различные, как правило относительно небольшие, тиражи. В компании гордятся тем, что печатникам удастся на одной машине выполнить столько заказов, сколько другие типографии делают на двух-трех машинах. Таким образом, благодаря современным печатным технологиям в типографии эффективно используют машинное время и ведут работу на высоких скоростях.



Типография «Аква Арт Принт» несколько лет назад обновила парк послепечатного оборудования, установив резальную машину Schneider Senator и брошюровальный комплекс Horizon StitchLiner, который оснащен листоподборочной станцией, биговально-фальцевальным модулем, проволокошвейным модулем и трехножевой резальной машиной. Оборудование позволяет профессионально и с высокой производительностью изготавливать брошюры с корешком классической формы