

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№7, Октябрь, 2018

**ПРОДУКЦИЯ
КОТОРОЙ
НЕТ**



ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №7 (129)-2018

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Полиграфия для праздников, или То, чего у нас нет 2

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография «Эдвайзор-Принт»

Секреты пятой секции, или Альтернатива в декорировании оттисков 6

Типография «Паблит»

Рулонная «цифра», или Книгоиздание сверхмалыми тиражами 10

СОБЫТИЕ

Типография «Парето-Принт»

Обмен опытом: европейская делегация в России 14

Выставка и Форум Integrity

Площадка для общения, или Комфортный диалог с заказчиками 18

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Рубикон»

«Сухая» этикетка: выбор товаропроизводителей 20

Типография «Шико Дизайн»

Креатив и технологии: формула бизнеса в рекламной индустрии 24

Типография «Буки Веди»

Стиль «Буки Веди»: развитие на острие тренда и в противовес 28

Реклама в номере:

Агфа 31	Bobst 17
Альфа-Дизайн 1	Canon 13
ВИП-Системы клапан, 27	Heidelberg клапан
ВМГ-Трейд 5	hubergroup 3
Илим 3-я обл.	Integrity 19
ОктоПринт Сервис клапан	Lamstore 7
Ситипринт вкладка	NCL клапан, 2-я обл.
Смарт-НН 21	Ricoh 9
Терра Системы клапан, 23	Viva-Star 32
Фабрика офсетной печати вкладка	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. Улантимова

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

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



Полиграфия для праздников, или То, чего у нас нет

Праздники любят все — во всех странах, на всех континентах. Причем в большей степени люди любят праздники частные, семейные (юбилеи, дни рождения детей, свадьбы и т. д.). Государственные праздники отмечаются в меньшей степени, чаще всего по принципу «свой-чужой». У военных свои праздники (причем много разных), у гражданских в лучшем случае «день профессии». Есть общие праздники, в первую очередь День Победы и любимые народом Новый год и 8 Марта (реже 23 Февраля). Есть праздники корпоративные, городские, поселковые и т. д. Если посчитать, то различного рода праздников в нашей стране существует немало. И многие из них так или иначе отмечаются...

Резонен вопрос: зачем поднимается тема праздников в полиграфическом журнале? Дело в том, что в мировой практике существует целый сегмент полиграфии по производству печатной продукции для проведения праздников. Для целого ряда полиграфических предприятий это хороший источник дохода. Законодателем мод в этом вопросе вновь выступают США. По разным оценкам, в этой стране «праздничная полиграфия» приносит типографиям 3–5 млрд долл. в год (для сведения, эта цифра сравнима со всем оборотом российской полиграфии). Неплохо обстоит дело с этим и в Японии. А что в России?

Изучаем рынок

Если запросить поисковые системы интернета о «полиграфии для праздников», то найти удастся не так много. Есть ряд типографий, которые обещают изготовить печатную продукцию для проведения праздников. Под этим

понимаются в первую очередь пригласительные билеты, открытки, дипломы и наградные листы (для корпоративных праздников), меню и рассадочные карточки. Отдельной строкой обычно идет фотоальбом по результатам мероприятия, реже

В мировой практике существует целый сегмент полиграфии по производству печатной продукции для проведения праздников. Для целого ряда полиграфических предприятий это хороший источник дохода. По разным оценкам, в США «праздничная полиграфия» приносит типографиям 3–5 млрд долл. в год. А как обстоит дело в России?

встречаются постеры и прессволлы для корпоративных мероприятий. Также весьма популярны отдельные виды сувенирной продукции, на-

пример футболки для тимбилдинга, юбилейные памятные кружки или брендированные ручки. Особенностью России стал еще один любопытный вид праздничной полиграфии — наклейки на автомобиль ко Дню Победы. Вот, пожалуй, и все, что можно в нашей стране считать праздничной полиграфией. Да и предприятия, которые ее изготавливают, сами не очень активно продвигают себя в этом направлении, скорее такая продукция стоит в списке предлагаемых видов изделий далеко не на первом месте.

Впрочем, есть компании, которые продают полиграфическую продукцию для проведения праздников, в первую очередь детских. Здесь ситуация лучше. Появляются элементы украшений (флаговые гирлянды, колпаки, короны, маски, декоры для тортов и пирожных) и даже подарочная упаковка, например бонбонетки (коробочки для конфет) и т. д. Ассортимент неплохой. Но есть две проблемы. Первая — найти таких производителей не так просто, а вторая — весь этот ассортимент имеет типовой дизайн. Персонализация, как правило, представлена в минимальном объеме и обычно ограничивается впечатыванием имени виновника торжества.

Еще более любопытно, что на рынке имеется немало предло-

жений уже готовых комплектов для оформления праздничных мероприятий. Как правило, это наборы детской тематики, но не только. Состав наборов в целом похож на описанные в предыдущем абзаце. Продаются они не полиграфическими компаниями, а распространяются через супермаркеты, магазины игрушек, иногда салоны флористики. Производят их, как правило, не в России, а в Китае. Сложно оценить, насколько эти наборы популярны, и какой их объем продается, но сам факт наличия такого товара в продаже говорит о том, что он необходим. Есть и интересные гибридные решения. Часть набора, которую сложно изготовить (например, бумажную посуду, маски, колпаки и т. д.), берется уже готовой, а дополнительно изготавливается простая продукция (приглашения, обертки для шоколада и т. д.) с переменными данными в близком или повторяющемся дизайне. Более того, есть в продаже и наборы «сделай сам». Из заранее отпечатанных заготовок можно вырезать флажки, из которых собирается гирлянда с именем именинника или целым поздравлением...

Причины слабости сегмента

Нельзя сказать, что полиграфической продукции для проведения праздников у нас совсем нет. Она есть, но, похоже, пока отсутствует серьезный бизнес по ее изготовлению. Причин тому несколько:

■ В России не сформировалась культура проведения веселых детских праздников. У советского поколения их не было по определению (точнее сами праздники, может, и были, но отсутствовала атрибутика для их проведения). Поколение, которое родилось уже после советского периода и росло на элементах западной культуры (мультфильмы, книги и т. д.), пока только обзаводится собственными детьми, но уже может быть носителем культуры красивого проведения праздников. Иными словами, наша страна пока еще не готова к массовому проведению праздников по западному образцу, но потенциал есть.

■ Формат №7-18

■ Компании, которые занимаются такой продукцией, не очень активны в плане собственного продвижения на рынок. С одной стороны, для многих этот бизнес находится «в числе прочих», и серьезного акцента на праздничной продукции не делается. С другой, на рынке немало компаний, которые занимаются организацией детских праздников, в том числе иногда заказывают и декор для них. Но они не всегда знают, какие виды продукции можно заказывать, и что вообще может быть изготовлено для этих целей. В этой связи требуется маркетинговая активность со стороны производителей праздничной атрибутики.

■ Ассортимент продукции для праздников, производимый в нашей стране, весьма скуден, по сравнению с тем, что предлагают изготовители, специализирующиеся на такой продукции. А значит, предложить хороший и дорогой набор изделий для праздника этим компаниям непросто. Ради флажков и приглашений билетов компании-организаторы праздников связываться с полиграфией не всегда хотят, а некоторые могут изготовить их самостоятельно на офисном принтере (современная офисная техника может довольно много). Нужен принципиально другой ассортимент с другим уровнем исполнения.



huber
group

www.hubergroup.ru

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

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

«Отсутствующий» ассортимент

Попробуем разобраться, что же это за «другой ассортимент», которого у нас нет (или почти нет). Сразу оговоримся, что речь идет об отсутствии серьезного профессионального производства данного вида продукции. Понятно, что с помощью ножниц, клея и смекалки из отпечатанного листа можно изготовить очень много чего, и, возможно, даже это и делается. Мы говорим об отсутствии производства, способного выполнять эту работу в больших объемах, регулярно, со стабильным качеством и сроками.

■ **Персонализированная оберточная бумага.** Бумагу для упаковки подарков у нас продают активно, и она пользуется спросом. Но бумага эта с универсальным дизайном, и если

в семье принято дарить друг другу подарки (например, на Новый год), то упакованные в бумагу их приходится еще как-то персонализировать (надписывать, прикреплять ярлык и т. д.). Аналогичная ситуация, когда на торжество (свадьбу, юбилей) приглашено много гостей, и каждый преподносит свой упакованный подарок. Можно, конечно, обойтись серийной бумагой и прикрепить ярлык с пожеланиями и указанием имени дарителя. Но в полиграфически развитых странах используется персонализированная упаковочная бумага с подобранным согласно случаю дизайном и напечатанными именами и пожеланиями. В принципе делается такая бумага несложно, нужен лишь широкоформатный принтер надлежащего качества и специальный запечатываемый материал (заготовка для упаковочной бумаги). Разумеется, необходима библиотека дизайнов под разные торжества и психотип получателя подарков.

■ **Подарочные коробки.** Многие подарки необходимо положить в коробку. Конечно, это может быть простая обезличенная коробка, но намного эффектнее, если она также будет персонализированной. Изготавливается такая упаковка тоже довольно просто. Нужна цифровая печатная машина, имеющая возможность работать на плотном материале, и режущий плоттер, который позволит вырезать и пробивать заготовку будущей коробки. Опять же должна быть разработана библиотека конструкций, размеров и дизайнов оформления коробок.

■ **Посуда.** Многие праздники проводятся с использованием одноразовой посуды. В магазине можно приобрести специальную красочную одноразовую посуду в разных стилях оформления и с разными сюжетами. Но наиболее эффектно использовать посуду персонализированную, например с портретом именинника, или, наоборот, использовать персонализированный набор посуды для каждого гостя с его именем и/или портретом. Впрочем, изготавливать персонализированную посуду — задача не такая простая. Нужны специальные виды оборудования для формирования стаканов, тарелок, ведер для попкорна и т. д. Да и материал (картон), из которого делается такая посуда, нужен особый. Некоторые компании пробуют делать стаканы из обычного картона, который ламинируют, а затем «сваривают» из него стакан. Но пользоваться такой посудой практически невозможно, поскольку технически не получается заламинировать срез. И через этот срез напиток проникает в слой картона, и стакан быстро начинает протекать. Он получается «на один глоток». В качестве альтернативы персонализированной посуде можно изготавливать персонализированные обечайки для серийных стаканов, это намного проще, хотя и не так эффектно.

■ **Скатерти.** В комплект к одноразовой посуде зачастую прилагаются тематически оформленные скатерти с самой разной

персонализацией. Можно даже сразу обозначить места — кто и где сидит, избавившись таким образом от банальных «посадочных карточек». Скатерти изготавливаются примерно так же, как и оберточная бумага: требуется специальная бумага для скатертей (непро-



Для проведения праздников на Западе существуют определенные традиции. В частности, принято заказывать праздничную атрибутику, включающую разнообразную полиграфическую продукцию: бумажную посуду и стаканчики, этикетки и наклейки и многое другое



Скатерти, имеющие тематическое оформление, заказывают, как правило, в дополнение к одноразовой посуде, выполненной в том же стиле



Для оформления подарков зачастую заказывают упаковочную бумагу с персональными пожеланиями, подписями и даже фотографиями

мокаемая) с наличием слоя для струйной печати. Если такой специальной бумаги нет, можно применять обычную бумагу для струйной печати, но затем ламинировать ее тонким ламинатом, хотя опять же это не очень эффективно.

Разумеется, никто не отменял продукцию для праздников, которую уже сейчас более-менее активно делают некоторые российские типографии: открытки, приглашения, колпаки, короны, флажки, гирлянды, баннеры, фотоальбомы и многое другое. Однако пользуются этой атрибутикой и создают объем полиграфических заказов пока лишь малая часть населения нашей страны. Остальные при проведении праздников, юбилеев и корпоративов обходятся без полиграфической атрибутики. Как правило, по привычке. При этом в США почти все мероприятия так или иначе снабжаются подобными полиграфическими продуктами. Население США почти 300 млн граждан. В средней семье (5 человек), как минимум, раз в год проводится какое-либо торжество (реально существенно больше, но примем по минимуму). Таким образом, в США каждый год проводится около 60 млн торжеств и праздников. Средняя сумма, которую тратят на полиграфическую атрибутику, составляет 50–100 долл. Разумеется, не все ее приобретают, но традиции проведения праздников этого требуют, поэтому продукцию для праздников заказывает существенная часть населения. Это создает годовой оборот праздничной полиграфии в 3–6 млрд долл. Весьма неплохой объем бизнеса для небольших цифровых полиграфических предприятий. Как правило, именно они обеспечивают выполнение этих заказов. Наверное, и нам было бы неплохо иметь такой «праздничный пирог» полиграфических заказов и начать его «делить». Но прежде чем «делить», его нужно создать, что не так просто. Следует сначала научиться все описанное выше изготавливать, а затем и продавать. Задача очень сложная, но в качестве награды можно ожидать многие миллионы оборота. Возможно, есть смысл в этом направлении поработать...



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

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



VMG

trade

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

Секреты пятой секции, или Альтернатива в декорировании оттисков



Машина Ricoh Pro C7100X с возможностью нанесения белого и прозрачного тонера — основа цифрового печатного парка типографии «Эдвайзор-Принт»

Валентина Тимофеева, коммерческий директор, типография «Эдвайзор-Принт» [Москва]

Типография «Эдвайзор-Принт» начинала работу на полиграфическом рынке в 2011 г. как небольшой печатный салон. Сегодня это современная типография, предоставляющая услуги оперативного изготовления рекламно-представительской продукции. Выбрав не самый простой сегмент рынка, в типографии понимали, что предстоит работать с разными заказчиками — как с рекламными агентствами и индивидуальными предпринимателями, так и с клиентами, что называется, «с улицы». Особенность работы типографии в этом случае заключается в том, что заранее сложно предугадать уровень сложности заказа — это может быть как распечатка нескольких листовок, так и представительский каталог с люксовой отделкой; как визитка, так и рекламный баннер. Как удается работать в условиях такой загрузки, рассказала коммерческий директор типографии «Эдвайзор-Принт» Валентина Тимофеева.

Специфика деятельности

Как отметила Валентина, понимать специфику деятельности на рекламном полиграфическом пространстве помогает предшествующий опыт работы в рекламном агентстве, а затем и в полиграфическом производстве: «Самое ценное в полиграфии — это возможность реально увидеть результат своего труда. То, что скрыто в идее, макете, дизайне, получает воплощение в бумаге, материализуется в реальном печатном продукте, и этот процесс вовлекает тебя в профессию».

Изначально «Эдвайзор-Принт» позиционировалась в качестве цифровой типографии. Первым печатным обо-

дованием компании стала машина Konica Minolta bizhub PRESS C6000. «Мы специализируемся на оперативной печати, большинство наших заказов выполняется день в день, — рассказывает Валентина. — Тем не менее, чтобы максимально покрыть потребности наших клиентов, мы понимали, что одной цифровой печати будет недостаточно. В итоге мы дополнительно приобрели оборудование для широкоформатной печати, и предлагаем сегодня под одним брендом комплексный пакет полиграфических услуг в разных направлениях печатного бизнеса».

Иными словами, типографии «Эдвайзор-Принт» под силу выполнить любой коммерческий заказ, в том числе и все виды наружной и интерьерной рекламы. Парк послепечатного оборудования также предполагает широкий набор услуг по изготовлению печатной продукции — каталогов на клеевом бесшвейном скреплении, буклетов на скрепке, календарей и блокнотов на пружине, ресторанных меню и рекламных папок с декоративной отделкой фольгой или выборочным лакированием и многое другое.

Правила выживания

Кризис 2014 г., который, кстати, типографии удалось преодолеть с наименьшими потерями, выявил два важных правила работы на полиграфическом рынке: в условиях жесткого демпинга можно выжить, предлагая или высокое качество, или низкую стоимость услуг. В этой связи в компании приняли решение об укреплении цифрового направления бизнеса и покупке новой печатной машины, которая бы не просто обеспечивала высокое качество и скорость выполнения заказов, но и могла предложить новые интересные возможности. Такой машиной стала Ricoh Pro



Компания работает не только в цифровом направлении бизнеса, но и предлагает изготовление широкоформатной продукции — наружной и интерьерной рекламы



Часть послепечатного парка оборудования типографии для обработки и отделки цифровых оттисков



C7100X с дополнительной пятой секцией, позволяющей наносить белый и прозрачный тонер. Машина появилась на производственной площадке «Эдвайзор-Принт» весной 2016 г.

Декоративные эффекты

«На тот момент мы еще до конца не понимали, как будем продвигать данную услугу, — признается Валентина, — но мы рискнули и считаем, что не зря это сделали. Возможность нанесения прозрачного тонера на цифровой машине оказалась востребована прежде всего в коммерческой полиграфии (ви-

зитки, бланки, сертификаты, обложки многополосных изданий) в качестве альтернативы УФ-лакированию. В ряде случаев выполнить эффект выборочного лакирования на цифровой машине получается экономически выгоднее, чем на офсетном оборудовании. Многие наши заказчики уже оценили, что получить похожий визуальный декоративный эффект на печатной продукции можно не только привычным традиционным способом на офсете. На нашей машине Ricoh это можно сделать гораздо оперативнее и дешевле. А возможность использова-

ния белил на «цифре» легко заменяет дорогостоящую трафаретную печать и позволяет выполнять стильные креативные работы на сложных материалах гораздо более эффективно. Таким образом, появление этой машины позволило нам отказаться от перераспределения многих заказов и изготавливать их на собственном цифровом оборудовании».

Бумага с «характером»

Выполняя большое количество рекламных заказов, типографии приходится работать с широким ассорти-

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

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

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

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1,88 м под заказ, срок исполнения в течении дня.

Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.

На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

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

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

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

Оптовым покупателям - скидки.

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

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

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

от **256,55**Р цена за 1кг.

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

от **10** Р/ШТ. в наличии 4 и 5,5 мм

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

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

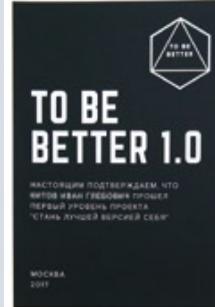
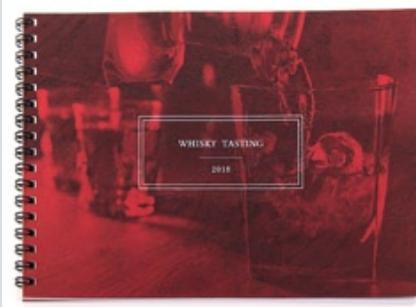
КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

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

метро Пражская, ул. Подольских Курсантов, 3 | ул. Гагарина д.55, офис 310 | ул. Химиков 18 | р-н Первомайский, ул. Ухтомского, 24 +7-3412-601014 | ул. Ленина д. 50/115, +7-8422-303711

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

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

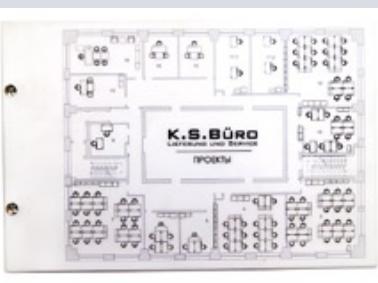


Примеры использования белил на фактурных бумагах на машине Ricoh Pro C7100X

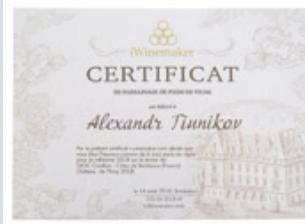
ментом бумаг со сложной фактурной поверхностью, а также металлизированными материалами. Преимуществом машины Ricoh Pro C7100X является как раз всеядность самых разных запечатываемых материалов, которые используются в коммерческой полиграфии. «Одним из аргументов в пользу выбора цифрового оборудования Ricoh явилась возможность печатать на бумагах до 360 г/м², — отмечает Валентина. — Машина легко справляется с такими плотными мате-

риалами. Конечно, их использование связано с оседанием пыли внутри машины, но это уже вопросы более тщательного ухода за техникой. Нас приятно удивило и то, что машина Ricoh позволяет точно воспроизводить цвета Pantone, причем даже металлизированные. А также очень хорошо получаются плашки на многих фактурных бумагах. Мы даже печатали на прозрачной пленке, которая зачастую применяется в проектных работах архитектурных бюро, каталогах компаний, занимающихся продажей недвижимости, корпоративных отчетах. Смотрится очень эффектно».

Для компании «Эдвайзор-Принт» покупка Ricoh Pro C7100X стала первой машиной этого производителя, но в компании новым приобретением довольны: «Покупка нового оборудования позволила нам двигаться дальше в нашей работе, разнообразить наше предложение на рынке, стать более интересными для заказчиков. Несмотря на высокую конкурентную среду и негативные рыночные тенденции это позволяет нам развиваться и расширять ассортимент эксклюзивных полиграфических решений», — подчеркнула Валентина.



Пример использования печати на кальке на цифровой машине Ricoh



На новой машине Ricoh можно беспрепятственно печатать на дизайнерских бумагах



Разные виды меню, в том числе в виде многополосных изданий



Представительская продукция в локаничном дизайне



Ассортимент рекламной полиграфии «Эдвайзор-Принт»

ИСКУССТВО
СОЗДАВАТЬ
НОВОЕ

RICOH
imagine. change.

PRO
C7200X



**ВЫСОКОЕ
КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ**



РАЗРЕШЕНИЕ 2400X4800 DPI

**РАБОТА
С 5-ОЙ СТАНЦИЕЙ**



**ТОНЕР СКРЫТЫЙ КРАСНЫЙ
ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ + СМУК В ОДИН ПРОХОД**

**ВЫСОКАЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ**



**85/95 СТР/МИН НА БУМАГАХ ПЛОТНОСТЬЮ
ДО 360 Г/М2**

**ПОДДЕРЖКА РАЗНООБРАЗНЫХ
МАТЕРИАЛОВ**



**ПЕЧАТЬ БАННЕРА СИМПЛЕКС/ДУПЛЕКС: 1260/700 ММ
ПОДДЕРЖКА БЕСКАРБОНОВЫХ БУМАГ (САМОКОПИРКА)
УЛУЧШЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ**

УДОБСТВО РАБОТЫ



**АВТОКАЛИБРОВКА С ВСТРОЕННЫМИ ДАТЧИКАМИ
ОПЕРАЦИОННАЯ ПАНЕЛЬ 17" (СМАРТ-ПАНЕЛЬ)
ММТ - ИНСТРУМЕНТ НАСТРОЙКИ МАТЕРИАЛОВ
УПРОЩЕНИЕ УДАЛЕНИЯ ЗАМЯТОЙ БУМАГИ**

НОВЫЕ ФИНИШНЫЕ ОПЦИИ



**PLOCKMATIC BANNER SHEET STACKER
BDT BANNER SHEET LCT
GBC STREAMWIRE BIND**

Рулонная «цифра», или Книгоиздание сверхмалыми тиражами



Илья Ласко,
генеральный директор,
типография «Паблит»
[Москва]

Типография «Паблит» — довольно молодая компания. Она начала работу на полиграфическом рынке с 2015 г. Сфера ее интересов лежит в области производства книжных изданий малыми тиражами от 4 экз. как в твердом переплете, так и в мягкой обложке. Типография сознательно создавалась как цифровая, причем в качестве основной технологии была выбрана рулонная «цифра». Генеральный директор типографии «Паблит» Илья Ласко рассказал о том, что послужило толчком к созданию собственного полиграфического предприятия, и поделился взглядами на развитие современного книжного рынка.

Сложение компетенций

Появление типографии «Паблит» стало результатом сложения компетенций ее генерального директора Ильи Ласко, который за свою профессиональную карьеру досконально изучил тонкости и полиграфического производства, и издательского бизнеса. В качестве издателя он долгое время работал над выпуском учебной литературы для высшего и среднего образования. «Одна из очевидных тенденций в данном сегменте книгопроизводства, с которой мы столкнулись сначала как издатели, заключается в резком падении тиражей», — отмечает Илья. — Причем это падение оказалось за гранью возможностей офсетной печати. Назревал вопрос о том, что малые тиражи книг нужно печатать более рентабельным способом». Итогом этих размышлений первоначально стало создание собственной небольшой типографии, рассчитанной на производство книг в твердом переплете и КБС объемом до 500 книг в день. С учетом небольших производственных объемов в типографии было установлено ручное пооперационное оборудование. Опыт собственного книжного производства дал понимание о требованиях рынка, необходимом оснащении типографии и принципах работы в данном сегменте. Последующее решение об организации книжной типографии, которая сможет обслуживать большее количество кли-

ентов, изготавливать более крупные объемы книг, причем не только учебных, воплотилось в современном производственном комплексе «Паблит».

Без «рулона» не обойтись

«При обдумывании оснащения производства и выборе технологии печати мы понимали, что нам не обойтись без рулонного печатного оборудования, поскольку книги, даже при условии коротких тиражей, это многополосные издания, а значит, и большой объем печати», — рассказывает Илья Ласко.

Первым печатным оборудованием типографии стали цифровые машины Océ — тонерная рулонная машина VarioStream 7000 и листовая VarioPrint 6200. Оборудование было не новым, и вопросами обслуживания техники занимались специалисты типографии, самостоятельно приобретали расходные материалы и проводили профилактические работы. «На самом деле это дало громадный опыт знакомства с цифровой рулонной печатью», — говорит Илья. —



Парк цифрового печатного оборудования типографии «Паблит» представлен машинами компании Canon. Основу парка составляет рулонная цифровая печатная машина Océ ColorStream



Финишер для резки на листы рулонов, отпечатанных на цифровой машине Océ ColorStream

Однако вскоре нам пришлось задуматься о замене машины VarioStream 7000. Прежде всего потому, что стоимость отпечатка на ней была слишком высока. Во-первых, за счет использования тонера, а во-вторых, за счет того, что машина уже давно была снята с производства. Конкуренция на рынке производства книжно-журнальной малотиражной продукции серьезная, поэтому вопросы снижения себестоимости отпечатка стоят довольно остро. При этом нам еще очень было важно сохранить высокое качество печати. В основном мы работаем с учебной литературой, и контрастность отпечатка должна оставаться на достойном уровне. Нам понадобился почти год, чтобы принять решение о полной замене производственного парка. Мы изучали предложения всех основных производителей цифрового рулонного оборудования, просчитывали стоимость отпечатка. И не известно, каким был бы наш выбор, если бы в компании Сапоп нам не предложили рассмотреть технологию печати чернилами повышенной пигментации на оборудовании Océ ColorStream. Правда, у нас были опасения, что при использовании более насыщенных чернил может возникнуть риск намокания бумаги, так как мы преимущественно используем тонкую бумагу 65 г/м². Однако результат нам понравился. Мы постарались внимательно просчитать расход чернил на новом оборудовании, себестоимость отпечатка. В итоге экономический эффект от использования новой печатной машины складывался сильно положительный.

Принимая во внимание экономические составляющие, в типографии «Паблит» сформировался печатный цех, состоящий из трех цифровых машин компании Canon – рулонная Océ ColorStream, листовая полноцветная imagePress C6010 и монохромная листо-

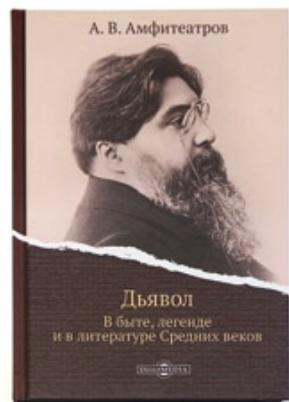


Оборудование для изготовления книг в твердом переплете с шитьем нитками



Послепечатное оборудование для производства книжных изданий в мягкой обложке: линия для подборки тетрадных блоков, машина для клеевого бесшвейного скрепления, линия для накидки обложек





Книги в переплете 7БЦ и мягкой обложке, отпечатанные цифровым способом в типографии «Паблит». Оборудование Sapon позволяет компании предлагать выгодные условия производства книжных изданий тиражом от 4 экз.

условия изготовления таких изданий. При этом для каждой категории заказчиков у нас есть определенный пакет предложений. Это и издательские услуги по подготов-

вая тонерная Осé VarioPrint 6250. К слову, именно в этой машине для черно-белой печати использована технология, при которой нанесение тонера осуществляется при более низкой температуре, чем при электрографическом способе печати, — не выше 110 °С. Тонер «вдавливается» внутрь бумаги, что позволяет получить матовый оттиск. Причем толщина отпечатанной стопы на входе и выходе из машины не меняется, а значит, бумага не деформируется. Для книжного производства — это очень правильный выбор машины, считают в типографии. Хотя в «Паблит» преимущественно используют рулонную печать при выполнении большинства заказов, за исключением лишь изданий с цветными иллюстрациями и изданий формата 70x100/16, который плохо ложится на ширину рулона.

«Падение тиражей — позитивная тенденция»

Сегодня мощности типографии «Паблит» рассчитаны на производство 3000 книг за смену, или 90 тыс. изданий в месяц. Объемы реального производства составляют 60–70 тыс. книг в месяц. Илья отмечает, что тенденция на рынке малотиражной книги такова, что количество клиентов увеличивается, а средний тираж падает, причем заметно. Сейчас средний тираж типографии составляет 50 экз., хотя в числе клиентов есть немало и тех, кому необходимы штучные тиражи. И «Паблит» имеет возможность предложить производство таких сверхмалых тиражей по доступной себестоимости. «Для нас как типографии падение тиражей — позитивная тенденция, — отмечает Илья. — Это говорит о том, что издательства, учебные заведения, частные авторы всерьез задумываются о минимизации затрат на производство, снижении рисков затоваривания и при распространении печатной продукции. Мы работаем как раз в сегменте малотиражного книгопроизводства и оснащены современным оборудованием, которое позволяет предложить заказчикам очень выгодные

ке рукописи к печати, и услуги по ответственному хранению тиража, и логистика по всей России. Для этого у нас есть все необходимые компетенции и персонал».

Индивидуальный подход

В настоящее время «Паблит» работает с более 130 московскими издательствами, корпоративными и частными клиентами, предлагая индивидуальные условия сотрудничества. Деля упор именно на персональную работу с клиентами, Илья Ласко считает, что типография не должна диктовать издателю условия подготовки книги для печати: «Издатель — это творец, именно он решает, какой будет его книжный продукт. Это относится и к выбору формата, бумаги, типа переплета. Изготавливать стандартизированную по определенным параметрам печатную продукцию, конечно, проще. Но мы не стали идти по такому пути. И в этом плане рулонная цифровая печать опять же предоставляет больше преимуществ по выбору того же формата издания. В числе индивидуальной работы могут также сказать, что мы тщательно проверяем макеты, вычитываем обложки, проверяем технические параметры (отступы, обрезной формат, ширину корешка, обрезные элементы). У нас предусмотрен не только автоматизированный контроль, но и есть персонал, который отслеживает возможные ошибки, а они, к сожалению, встречаются очень часто. По нашей статистике, каждая третья книга нуждается в переработке. Тем не менее эта работа приносит свои положительные плоды, мы видим лояльное отношение со стороны клиентов, которые остаются довольны результатом. Сегодня мы продолжаем эффективно работать в том нишевом сегменте книжного рынка, который для себя выбрали. И в этом большая заслуга оборудования Sapon, позволившего нам развиваться и создать условия для дальнейшего роста. Следующим нашим шагом является переход на круглосуточный режим работы типографии».

БОЛЬШЕ СКОРОСТЬ, ЛУЧШЕ КАЧЕСТВО, ВЫШЕ ПРИБЫЛЬ

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

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



Canon

* Скорость печати зависит от модели.

www.canon.ru/varioprint

8 800 700 28 19

Обмен опытом: европейская делегация в России



В середине сентября 2018 г. типографию «Парето-Принт» посетила делегация полиграфистов из Польши. Организаторами визита стали компании Kodak и российский дистрибутор — компания NCL

Типография «Парето-Принт» позиционируется как самое современное, высокотехнологичное и экологически безопасное книжное полиграфическое предприятие в России. Производственный комплекс в Твери был спроектирован немецкими специалистами и построен в соответствии с международными стандартами. Начиная с 2010 г., «Парето-Принт» лидирует по выпуску книжных изданий в России безупречного качества и ежегодно дает информационный повод рассказать о новых этапах своего развития. В середине сентября 2018 г. компания Kodak совместно с российским дистрибутором компанией NCL пригласили вновь посетить эту типографию. Поводом стало прибытие делегации польских полиграфистов на площадку «Парето-Принт». Пожалуй, это первый случай в отечественной полиграфической практике, когда в Россию приезжают полиграфисты из Европы не столько в рамках дружественного визита, сколько для обмена опытом. При этом стоит отметить, что Польша — хорошо развитая в полиграфическом отношении страна, где работают весьма серьезные типографии. В последние годы Польша занимает верхние строчки списка самых активных стран Европы в плане приобретения новинок полиграфического машиностроения. Причин этому много, в частности помощь ряда стран Евросоюза развитию промышленности (в том числе и полиграфии) в этой

стране. Тем интереснее было узнать причины, побудившие делегацию из Польши посетить российскую типографию.

Более 15 иностранных гостей, представляющих 7 полиграфических предприятий Польши, прибыли в составе делегации для ознакомления с организацией производственного процесса в «Парето-Принт». Большинство участников сами заняты в книжном производстве, поэтому специфика производственных процессов была всем хорошо знакома. Поскольку приглашение исходило от компании Kodak, основной темой посещения были допечатные процессы. В этой связи типография «Парето-Принт» интересна тем, что

является крупнейшим в мире потребителем беспроцессных формных пластин Kodak Sonora разных поколений (на текущем этапе в типографии сменилось уже три поколения пластин этой марки). Более того, на предприятии полностью отказались от использования химически проявляемых пластин и демонтировали проявочные процессоры, показав тем самым, что возврата на «химию» уже не будет. Такой высокий уровень доверия к беспроцессной технологии стал главной причиной интереса к российской типографии.

Поприветствовав гостей на своем предприятии, генеральный директор «Парето-Принт» Павел Арсеньев вкратце рассказал, что решение о переходе на беспроцессную технологию было хорошо продумано и внимательно просчитано. В дальнейшем по мере освоения новой технологии выяснилось, что предварительные расчеты оказались верными. Он также привел некоторые общие цифры деятельности типографии: за 2017 г. «Парето-Принт» произвела 63 млн. книг и брошюр, что составляет около 15% всего книжного производства в России. Павел озвучил и любопытные цифры относительно российского книжного рынка в целом. Ни для кого не секрет, что тиражи книг падают, и в настоящее время «Парето-Принт» печатает немало заказов тиражом около 1000 экз. На вопрос собравшихся — не следует ли в этой связи переходить на цифровую печать, Па-



Основной интерес для зарубежных полиграфистов типография «Парето-Принт» представляет как крупнейший в мире потребитель беспроцессных формных пластин Kodak Sonora. Для вывода форм на предприятии используются два StP-устройства Kodak Magnus



Гостей впечатлил масштаб производственной площадки «Парето-Принт», на которой сосредоточены восемь офсетных листовых машин, а также четыре единицы рулонных машин для печати в 1–2 краски



вел ответил, что, по его мнению, цифровая цветная печать пока не имеет в России коммерческой перспективы и показал несколько изданий, тиражи которых совсем небольшие (около 100 экз.), и типография успешно печатает их традиционным офсетом. Также гостям представили ряд эксклюзивных подарочных изданий, которые изготавливаются в типографии ограниченным тиражом.



Руководитель производства «Парето-Принт» Алексей Оборин, рассказывая о допечатном участке, отметил, что в 2017 г. типография потребила рекордный для себя объем пластин Kodak Sonoga, который составил более 315 тыс. м². В этом году, за прошедшие 8 месяцев, объем потребления составил уже 220 тыс. м², что на 20% больше, чем за аналогичный период прошлого года, так что по итогам 2018 г. возможен новый рекорд, если, конечно, ничего незапланированного не произойдет. Алексей также сказал, что летом этого года в типографии установили очередной локальный рекорд: за месяц было произведено более 7 млн книг, из которых половина — книги в твердом переплете. Такие объемы связаны с тем, что типография активно участвует в программе производства учебников и рабочих тетрадей для школьников. Впрочем, это вовсе не означает, что учебники для типографии — львиная доля загрузки.



Что касается экономической эффективности от внедрения беспроцессной технологии изготовления форм, Алексей заметил, что, по сравнению, с казалось бы, более дешевой (по цене пластины) «химической» технологией, экономия от использования Sonoga составила около 10 тыс. евро в месяц (конечно, это сумма достигается при большом объеме производства).



Гостей из Польши эти вопросы активно интересовали, поскольку многие из них уже являются пользователями данного решения или используют обе технологии (и «химическую», и беспроцессную). В ходе обсуждения выяснилось, что полученная выгода достигается за счет ряда факторов. Во-первых, исчезла сама «химия» и затраты на ее утилизацию. Во-вторых, отсутствует статья затрат на обслуживание

Мощности по производству книг в твердом переплете и мягкой обложке от Muller Martini



Послепечатное и финишное оборудование



Экскурсию по предприятию провел для гостей Алексей Оборин, руководитель производства «Парето-Принт»

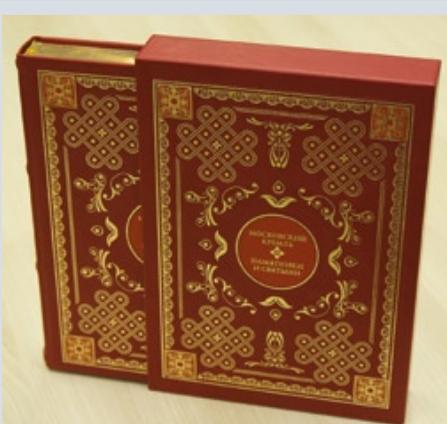
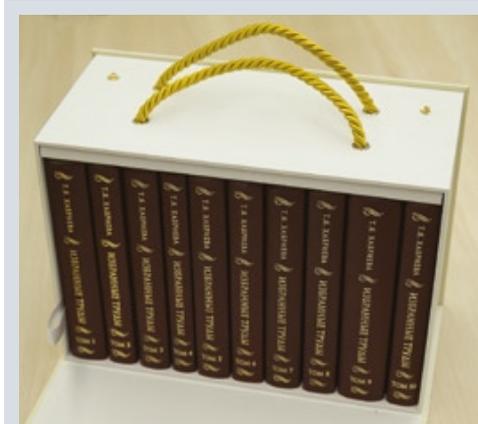
и ремонт проявочных процессоров. В-третьих, при использовании пластин Sonora сокращается количество бракованных форм. Если при использовании хороших «химических» пластин процент брака форм по самым разным причинам в типографии составлял около 2,5%, то при переходе на Sonora он снизился до 1,5%.

Далее гостей ждала экскурсия по всему производству, причем усилиями российского офиса Kodak был организован перевод на польский язык. Возможно, ничего принципиально нового полиграфисты из Польши для себя не увидели, но масштабы производства, конечно, оценили. Как высказался впоследствии один из гостей: «Мы все «книжники» вместе производим примерно столько, сколько один «Парето-Принт».

Позднее в рамках свободных дискуссий выяснились вопросы, которые волновали полиграфистов из Польши. В частности, у многих типографий, которые начинают использовать беспроцессные пластины Sonora, сталкиваются с увеличением процента бракованных форм из-за появления царапин на рабочем слое. У этих пластин слой действительно более чувствительный, чем у «химических», и его легко повредить. Однако пример «Парето-Принт» показывает, что с этой проблемой легко справиться. Небольшое ноу-хау, которым в «Парето-Принт» поделились с гостями, — это просто складывать пластины после экспонирования рабочим слоем друг к другу, вставляя между ними прокладочный лист, с которым пластина поставляется. Возникновение царапин таким образом практически сводится к минимуму. Павел Арсеньев был изумлен таким вниманием к данному вопросу и отметил: «Мы такой проблемы вообще не ощу-

щаем. На момент запуска новой для нас технологии мы проработали все ее особенности, приучили персонал работать по-другому и сейчас все получается. В частности, мы снизили процент брака по пластинам, что, мне кажется, очень важным».

Встреча оказалась весьма насыщенной и интересной. Важно, что подобный визит вообще состоялся. Более того, обе стороны выразили уверенность, что, несмотря на сложную политическую ситуацию, между обычными людьми двух стран никакой враждебности нет. В результате польские полиграфисты пригласили представителей «Парето-Принт» с ответным визитом, на что Павел Арсеньев заверил, что с удовольствием воспользуется приглашением. В этой связи компании Kodak Россия и NCL можно назвать одними из «зачинателей» нового для нашей страны явления — «въездного полиграфического туризма». ■



Образцы книжных изданий, отпечатанных в «Парето-Принт», показывают широкие возможности современного предприятия по производству книг — сборников сочинений, подарочных изданий в футляре с тиснением золотой фольгой и золочением обреза



VISIONCUT 106 LER - высекальный пресс Autoplaten®

МАШИНА, КОТОРАЯ ПРЕВРАЩАЕТ МЕЧТУ В РЕАЛЬНОСТЬ

Если Вы планируете создание линии по производству упаковки из картона, обеспечивающей максимальные показатели качества и производительности при минимальном вмешательстве оператора, высекальный пресс VISIONCUT 106 LER поможет Вам воплотить это стремление в жизнь.

В новой модели VISIONCUT 106 LER использовано множество новаторских идей: от рабочего стола с кулачковым приводом до системы оптического контроля боковой кромки листа. Все они обеспечивают сокращение расходов, повышение производительности или улучшение качества продукции.

Площадка для общения, или Комфортный диалог с заказчиками



В первых числах октября компания «Дубль В» совместно с партнерами в рамках пресс-завтрака рассказали о предстоящем событии — Выставке и Форуме Integrity, которая пройдет в Москве с 23 по 25 октября на площадке DI Telegraph в здании Центрального телеграфа.

Информация о формате мероприятия, которая ранее попала в эфир, вызвала немало вопросов, поэтому, выступавший первым генеральный директор «Дубль В» Михаил Сенаторов постарался прежде всего объяснить, что же такое Integrity и чем он будет отличаться от обычных выставок.

Integrity — это не выставка в привычном полиграфистам понимании. Оборудования там мы не увидим, а пространство будет организовано таким образом, чтобы в первую очередь создать комфортные условия для общения.

Integrity задумана как площадка для общения не только и не столько поставщиков оборудования с типографиями, сколько типографий с конечными заказчиками печатной продукции: производителями напитков и продуктов питания, товаров повседневного потребления, рекламных, брендинговых и других креативных агентств и т. п. Вместе с ними участники мероприятия смогут обсудить стратегии вывода продуктов на рынок, новейшие материалы для печати и отделки продукции, вопросы дизайна. Михаил Сенаторов подчеркнул, что именно ради привлечения конечных заказчиков и создается новое мероприятие, так как сохранившиеся полиграфические выставки не представляют для них интерес, и они их практически не посещают.

Integrity поддерживают основные поставщики «Дубль В» — Mondi, Stora Enso, Kurz и др. Генеральный партнер мероприятия — компания Bobst, а генеральный digital-партнер — Canon, которая в последнее время проявляет высокую активность на полиграфическом рынке. Большие надежды возлагаются на информационных партнеров, в числе которых РБК, портал пивного рынка ProfiBeer, отраслевая пресса и другие. Всего мероприятие поддерживает 25 партнеров.

Отвечая на вопрос из зала, директор по маркетингу «Дубль В» Людмила Чекалкина отметила, что организаторы ожидают порядка 1000 посетителей ежедневно.

Поскольку Integrity проводится впервые, выставочное пространство будет относительно небольшим. Общая площадь — около 1000 м², на ней разместятся 9-метровые стенды 18 участников (организаторы обеспечивают им застройку стендов, а также общий кейтеринг), зона организаторов, а также зона партнеров под названием Integrity Garden. В последней можно будет найти большое количество образцов материалов и изготовленной на них продукции.

Свое участие в мероприятии уже подтвердил национальный сервис фотопечати NetPrint.ru, цифровые типографии — FineArtPrint и «Вишневый пирог», производители этикетки — Okil Sato, azimuthprint и GLOSS, производитель высококачественной гофроупаковки компания «Рэмос-Альфа» и другие. Разумеется, в рамках выставки Integrity будет организована обширная деловая программа с участием как представителей организатора и партнеров, так и приглашенных экспертов.



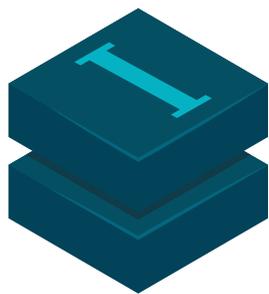
Михаил Сенаторов, генеральный директор компании «Дубль В», рассказал о предстоящем формате мероприятия и отличиях его от выставок в привычном понимании



Генеральным партнером Выставки и Форума Integrity является компания Bobst. Глеб Газукин, генеральный директор Bobst в России, рассказал о деловой программе мероприятия



Компания Canon выступает в качестве генерального digital-партнера этого события. Максим Метленко, начальник отдела коммерческой печати Canon Russia, также выступил перед гостями на пресс-завтраке



INTEGRITY

23 - 25 ОКТЯБРЯ 2018



ВЫСТАВКА И ФОРУМ INTEGRITY

это абсолютно новый формат события в сфере бизнеса, маркетинга, брендинга и полиграфического производства

3
ДНЯ

20
ЭКСПОНЕНТОВ

14
СПИКЕРОВ

1000 м²
КОММУНИКАЦИОННОГО
ПРОСТРАНСТВА

16
ЧАСОВ ДЕЛОВОЙ
ПРОГРАММЫ

10
ЭКСПЕРТОВ

25
ПАРТНЕРОВ

3000
УЧАСТНИКОВ

ЦЕЛЬ МЕРОПРИЯТИЯ

создание открытого пространства для общения, знакомств, презентации продуктов и услуг компаний, которые заинтересованы в продвижении своего бизнеса и достижении результатов

Организатор

Double V

Генеральный
партнер

 **BOBST**

Генеральный
интернет-партнер

Sostav

Специальный
гость

ЖУРНАЛ
Yacht RUSSIA

При поддержке



РЕГИСТРИРУЙТЕСЬ

WWW.INTEGRITY-FORUM.RU

«Сухая» этикетка: выбор товаропроизводителей



Игорь Крыль,
генеральный директор,
типография «Рубикон»
[Воронеж]

Как ни странно, сложившаяся санкционно-контрсанкционная ситуация в нашей стране частично способствует увеличению объемов полиграфических заказов. Особенно это заметно в сегменте производства упаковки и этикетки, объемы которой выросли по причине большего внимания к развитию сельского хозяйства в России и реализации программы импортозамещения. Для того, чтобы разобраться в данном вопросе, мы решили посетить воронежскую типографию «Рубикон», специализирующуюся на производстве «сухой» этикетки для пищевых продуктов офсетным способом.

Пищевая этикетка

Наше посещение пришлось на начало сентября, период активного падения курса рубля, что не могло не вызвать отдельной темы для обсуждения. «С одной стороны, российский сельскохозяйственный рынок уверенно растет и развивается — по отдельным позициям мы это хорошо видим, — отмечает Игорь Крыль, генеральный директор типографии «Рубикон». — Если предприятие заказывает больше этикетки для своей продукции, то, скорее всего, она больше этой продукции и производит. С другой стороны, то, что сейчас происходит с рублем, создает огромные трудности. Контракты, которые мы заключаем, предполагают серьезную отсрочку оплаты до двух и более месяцев. За это время курс рубля успел упасть на 10–12%, и от запланированной прибыли почти ничего не осталось. Так что сейчас для нашего бизнеса не самые лучшие времена».

Как отметил Игорь, анализируя структуру заказов, которые поступают в типографию, можно проследить процессы, происходящие в пищевой отрасли нашей страны. Типография «Рубикон» производит «сухую» этикетку прежде всего для консервных банок и тары для фасовки жидких продуктов (растительного масла, молока, соусов и т. д.). По мнению Игоря, ситуация на рынке пищевых продуктов в целом непростая: «Крупные производители постепенно заменяют более качественные, но дорогие продукты на более дешевые. Это требование рынка, которое прослеживается по

результатам анализа продаж в крупных торговых сетях. Население в целом, особенно в небольших городах, все активнее старается экономить, в том числе и на продуктах питания. По этой причине мы, в частности, ощущаем усиление интереса к более дешевой «сухой» этикетке. Несколько лет назад производители, например, растительного масла активно уходили на самоклеящуюся этикетку и, как следствие, на флексографский способ печати. Современные многосекционные флексомашины могут изготавливать очень сложную этикетку с большим количеством отделки за один прогон. Это привлекало многих товаропроизводителей, хотя сама этикетка получалась в разы дороже, чем «сухая» бумажная. Однако падение спроса населения на хорошо оформленные, но дорогие продукты вынуждает ряд товаропроизводителей возвращаться к более простым «сухим» этикеткам».

Машина в спецконфигурации

Впрочем, нельзя сказать, что в типографии «Рубикон» печатают простую этикетку. Многие годы компания занимается производством именно этикетки и имеет оборудование, позволяющее изготавливать довольно сложную продукцию. В типографии используются две печатные машины: одна пятикрасочная Heidelberg Speedmaster XL 75 с секцией лакирования для печати обычными масляными красками, а вторая, приобретенная не так давно, — шестикрасочная RMGT 920ST-6 в специально разработанной



В прошлом году в типографии «Рубикон» была установлена шестикрасочная офсетная машина RMGT 920ST-6 в специальной конфигурации для печати высокорезактивными красками. Она оснащена секцией лакирования и несколькими полупроводниковыми сушильными устройствами фирмы AMS. Машина позволила изготавливать сложную «сухую» этикетку по привлекательной себестоимости



Пятикрасочная офсетная машина с секцией лакирования Heidelberg Speedmaster XL 75 для печати продукции обычными масляными красками



конфигурации, оснащенная секцией для ВД- и УФ-лакирования. Машина предназначена для печати высокорезактивными красками и содержит несколько полупроводниковых сушильных устройств американской фирмы AMS. Эту машину поставила компания «Терра Системы». При проработке проекта решалась весьма непростая задача: нужно было обеспечить возможность печати на обычных и металлизированных бумагах с выкрыванием белилами и нанесением выборочного УФ-лакирования. Причем предполагалось использование серийного УФ-лака, а не специального высокорезактивного. Более того, типография намеревалась использовать УФ-краски разных производителей. В результате в «Рубиконе» появилась машина RMGT 920ST-6 с двумя межсекционными полупроводниковыми сушками с технологией Multiwave (дает возможность сушить разные краски, сенсibilизированные для источников УФ-излучения с разными длинами волн) и одной традиционной финальной УФ-сушкой для работы с традиционными УФ-лаками.

«До этой установки у нас был опыт работы с машинами немецких производителей, в первую очередь с Heidelberg, — рассказывает Игорь. — У нас установлена машина Speedmaster XL 75, которой мы полностью довольны. Более того, наша типография имеет статус «предприятие-партнер Heidelberg». Когда встал вопрос о расширении производства, мы хотели получить машину в «заказной» конфигурации. По возможности, конечно, заплатить за это сумму, которую могли себе позволить. Заказную конфигурацию машины Heidelberg мы потянуть не могли. К тому же нам хотелось машину форматом больше, чем XL 75, но уходить в формат B1 для нас было дорого. И компания «Терра Системы» предложила приемлемое для нас решение — машину RMGT 920. Конечно, мы очень переживали, когда принимали решение о начале сотрудничества с новой для нас компанией. Но сейчас, спустя год с лишним, могу сказать, что мы очень довольны тем, как все получилось. Мы приобрели именно ту машину, которую хотели. И она выполняет именно те задачи, которые мы на нее возлагали».



На допечатном участке используются технологии и расходные материалы Heidelberg

Высокорезактивная печать

Сегодня в типографии «Рубикон» заметная часть заказов печатается за один прогон. В частности, это этикетка на металлизированной бумаге с выкрыванием белилами и с выборочным лакированием drip-off. «Машина RMGT 920ST-6 дает нам возможность иметь хорошую себестоимость производства этикетки, — говорит Игорь. — Рынок наш — высококонкурентный.

Смарт

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

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

Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества

Расфрловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН



Оборудование для изготовления металлизированной бумаги для производства этикеток



Резальное оборудование, в том числе линия для резки этикеточной продукции (справа внизу)



Многим типографиям кажется, что печатать этикетку очень просто. Имея простейший парк оборудования, они идут к нашим клиентам и предлагают свои услуги, причем, разумеется, дешевле. Порой даже печатают похожие на наши образцы. Но когда дело доходит до больших коммерческих тиражей, они не справляются. Чтобы повторить наш

продукт, им приходится печатать в два-три прогона, что на простой машине сделать очень сложно, а главное, в этом случае хорошей себестоимости уже не получается. На нашей машине мы часто предлагаем клиентам «бесплатно» печатать продукцию с дополнительной краской Pantone. Нам это легко, а тем, кто пытается отбивать у нас клиен-

тов, приходится мучиться с пятой краской. Технология печати высокорезактивными или УФ-красками требует серьезного погружения в полиграфические технологии. Развивая это направление, нам пришлось переоборудовать одного из своих печатников в технологи. Помимо этого, нам помогает поставщик расходных материалов – компания Heidelberg. У нас в городе работает их дилер, с которым мы успешно сотрудничаем. Нас очень привлекает широкий ассортимент имеющихся у Heidelberg



«Сухая» этикетка, отпечатанная офсетным способом, для консервированных продуктов питания



Этикетки для консервированного корма для животных



Фигурные этикетки для консервных банок



Некхенгеры – надеваются на горлышко бутылок

материалов, в том числе и для наших непростых задач. Даже самые экзотические материалы обычно всегда есть на складе, если не в Воронеже, то в Москве. Другие поставщики, как правило, просят месяц-другой на поставку редких складских позиций. Когда мы начинали работать с УФ-красками, то столкнулись с проблемой низкой тиражестойкости печатных форм, которые мы использовали до этого. Heidelberg предложил перейти на пластины Saphira, которые мы сейчас успешно используем, причем цена на них стала даже более привлекательной».

Судя по загрузке типографии «Рубикон», можно сделать вывод о том, что продовольственный рынок России живет. Все больше продуктов питания производится в нашей стране. Например, несколько лет назад «Бондюэль» большую часть



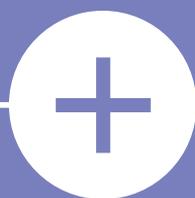
Для большинства товаропроизводителей «сухая» этикетка оказывается гораздо выгоднее, чем этикетка на самоклеящихся материалах

продукции привозил из-за границы и только продавал ее в России. Теперь все, что продается в России, здесь же и производится. И объемы этикеток, которые печатает для них «Рубикон», говорят о том, что этих продуктов производится немало. А ведь у «Бондюэль» есть еще и немало серьезных российских конкурентов...

5 причин купить светодиоды



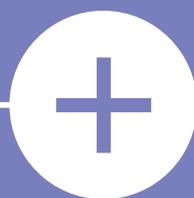
Совершенно сухой оттиск



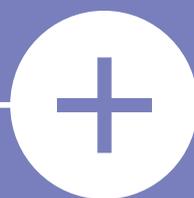
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по непьющим материалам

Креатив и технологии: формула бизнеса в рекламной индустрии



Людмила Демидова,
исполнительный директор,
типография «Шико Дизайн»
[Москва]

Группа компаний «Шико Дизайн» по набору услуг и технических возможностей превосходит многие полиграфические предприятия, работающие на российском рынке рекламной индустрии, а в некоторых сегментах полиграфии типография предлагает и вовсе уникальные решения, аналогов которым нет. На счету «Шико Дизайн» большое количество реализованных проектов и удачно проведенных рекламных кампаний. В числе основной продукции — печатные материалы для оформления точек продаж, производство витрин и ростовых фигур, мобайлов и навигационной рекламы. Главными преимуществами в компании считают не только нали-

чие современного производственного парка, но и сильный конструкторский отдел, который позволяет клиентам оформить идею в реальный рекламно-информационный продукт, а также собственный логистический отдел, отвечающий за доставку рекламных материалов по всей России. Благодаря этому многие известные бренды доверяют «Шико Дизайн» заботы, связанные с рекламным обеспечением открытия новых магазинов и торговых салонов.

Развитые возможности

Около двух лет назад типография «Шико Дизайн» съехала с занимаемой территории завода ЗИЛ и обосновалась на новой производственной площадке на Кантемировской. Здесь появилась возможность перестроить пространство под нужды собственного производства и отнюдь не маленького штата сотрудников, насчитывающего более 350 человек. За 20 лет, что компания существует на рынке, ей пришлось пережить не только переезды, но и пожар, уничтоживший более 10 лет назад весь производственный парк. Выдержав и такое испытание на прочность, «Шико Дизайн» находится сегодня на одном уровне с крупнейшими рекламными российскими типографиями.

Производственная компания действительно обладает весьма развитыми возможностями в разных направлениях печати: офсетной, цифровой, широко-

форматной и трафаретной. Все эти технологии используются с одной целью — максимально покрыть потребности клиентов в печатной продукции для промоушена. «У нас довольно сложный формат работы, — поясняет Леонид Шкловский, — мы делаем рекламу (зачастую в прямом смысле этого слова), причем используем обычно комплексный подход. Речь идет о том, что мы не просто отгружаем отпечатанную продукцию заказчику. На нас лежит ответственность за разработку рекламного продукта, его физическое воплощение, доставку и профессиональный монтаж. Например, если мы говорим об открытии точек продаж, нового отделения банка, салона, ресторана, то, как правило, это целый комплекс рекламных материалов. Он включает и indoor-конструкции (витрины, стеллажи, ростовые фигуры), и рекламу, выполненную на самоклеящихся материалах для оклейки торгового оборудования и помещения, и листовую полиграфию (буклеты, каталоги, указатели, схемы торгового зала и т. п.), и брендированную сувенирную продукцию, и презентационные



Основу офсетного парка типографии «Шико Дизайн» составляют печатные машины компании manroland. Недавно на предприятии была установлена 5-красочная машина первого формата Roland 705 3B LV с секцией лакирования (на фото слева)

комплекты с элементами эксклюзивной отделки и многое другое. Мы формируем под наших клиентов, покупаем для решения поставленных задач соответствующее оборудование, причем техника вся продублирована, поскольку наша ответственность перед конечным заказчиком не позволяет нам не выполнить договоренности. Для работы с ритейлерами у нас предусмотрены огромные фасовочные склады, которые завязаны на открытие магазинов. Таким образом, мы можем формировать отправку материалов для нескольких торговых точек одновременно».

Специфическое оборудование

Типография «Шико Дизайн» обладает уникальным, даже специфическим оборудованием. Около четырех лет назад компания первой в России приобрела высокоскоростной широкоформатный УФ-плоттер Durst Rho 1012. «Оборудование такого уровня есть далеко не у всех, — отмечает Людмила Демидова, исполнительный директор типографии «Шико Дизайн». — Это лучшая машина в своем сегменте, аналогов у нее нет. Например, она позволяет печатать на гибких вспененных панелях, металлических поверхностях, акриловом стекле, поликарбонате, пленках, бумагах со сложной текстурированной поверхностью. И при этом получать фотографическое качество печати. В совокупности с послепечатным оборудованием все это позволяет нам изготавливать POS-материалы абсолютно любой сложности, порой даже «экзотические» вещи. Например, мы можем в автоматическом режиме наносить клей по сложному профилю, делать объемные конверты, осуществлять сложную вырубку изделий, кашировать с совмещением изображения до 8 листов формата А1. По своим возможностям мы составляем конкуренцию крупнейшим широкоформатным типографиям».

Традиционные технологии

«Шико Дизайн» может похвастаться своими разработками не только в области indoor-рекламы, но и качественной листовой полиграфией в традиционном ее понимании. Типография обладает мощным офсетным печатным парком. Сегодня на предприятии работают четыре машины manroland разной комплектации: две

4-красочные печатные машины второго формата Roland 204E и две 5-красочные машины Roland 705 первого формата, одна из которых — Roland 705 3B LV — приобретена совсем недавно и оснащена секцией лакирования. Задачи у этих машин разные, но, как видно,



Для вывода офсетных форм используются беспроцессные технологии Kodak



Для изготовления персонализированной продукции в типографии приобрели машину Ricoh Pro 8200



Широкоформатный УФ-плоттер Durst Rho 1012 позволяет печатать с фотографическим качеством на любых материалах (металле, стекле, пленке, бумагах и т. д.)



В типографии установлено профессиональное оборудование для работы с картоном, что позволяет компании рассматривать выход в сегмент производства упаковочной продукции



«Шико Дизайн» специализируется на производстве продукции для оформления мест продаж. Здесь профессионально изготавливают боксы для демонстрации товара и групповой раскладки продукции



Презентационные коробки

Рекламные материалы различной сложности составляют часть заказов типографии

оборудование действительно продублировано, что говорит о стабильности производственного процесса. Генеральный директор типографии «Шико Дизайн» пояснил, что, помимо рекламного направления, в компании намечен еще один вектор развития, связанный с производством картонной упаковки. Инвестиции в этот сегмент уже сделаны, и предприятие отпечатало первые тиражи упаковочной продукции.

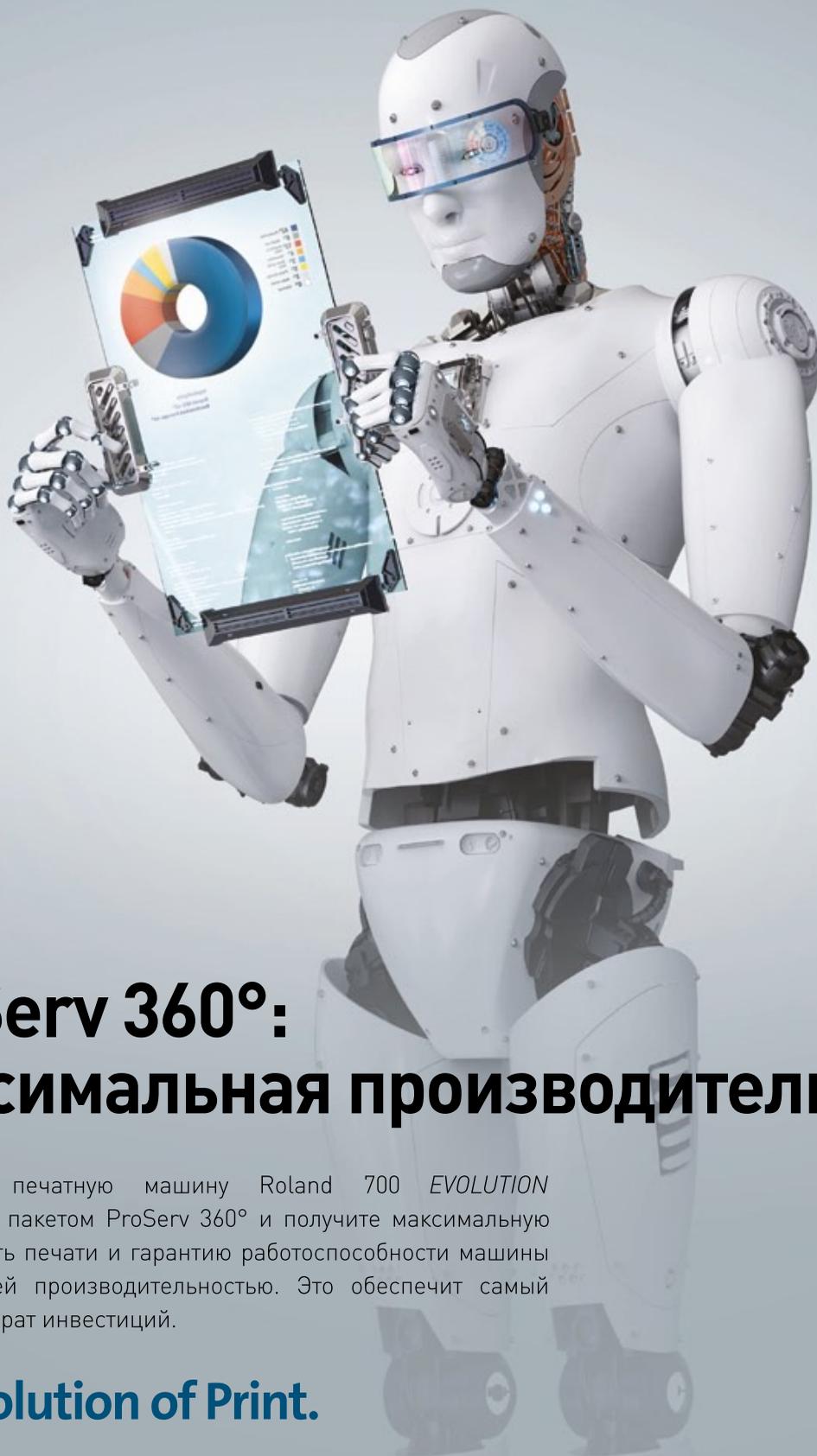
Следуя современным трендам и специфике заказов, в «Шико Дизайн» давно используют цифровую печать для решения многих задач клиента: изготовления малых и срочных тиражей, выполнения сопутствующей продукции в составе комплексного крупного клиентского заказа и т. д. Преимущественно здесь работали на оборудовании Хероx. В арсенале типографии промышленные цифровые машины Хероx Versant 2100 и Хероx DC700. Относительно недавно парк цифровых устройств «Шико Дизайн» пополнился цифровой монохромной машиной Ricoh Pro 8200. Как отметили в типо-

графии, новое устройство цифровой печати наилучшим образом подходит для решения задач персонализации печатной продукции. Речь идет о крупных организациях, которые заказывают изготовление персонализированной продукции и последующую адресную рассылку. Судя по всему, объемы такой продукции довольно заметные.

«Развитие нашей компании идет постоянно, — отмечает Людмила. — За последние несколько лет мы обзавелись новым просторным производственным помещением, приобрели новыми единицами оборудования и продолжаем инвестировать в оснащение, чтобы учесть интересы наших заказчиков. Мы очень гордимся креативной составляющей нашей компании, которая во многом определяет наш успех на рынке рекламной полиграфии, где мы давно и прочно закрепились, а также позволяет заявлять о себе и в смежных сегментах, где творческая и дизайнерская сторона проектов наряду с серьезными техническими возможностями крайне важны».



«Шико Дизайн» выполняет работы по оформлению торговых залов, изготавливает ростовые фигуры, рекламные материалы для indoor-конструкций



ProServ 360°: Максимальная производительность

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

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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

VIP
VISION
IMAGE
PRINT

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



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

Стиль «Буки Веди»:

развитие на острие тренда и в противовес



Михаил Авраменко,
технический директор,
типография «Буки Веди»
[Москва]

Встречая нас на пороге производственной площадки, технический директор московской типографии «Буки Веди» и один из ее руководителей Михаил Авраменко предупредил, что многое из увиденного сегодня на предприятии изменит свой вид в ближайшие несколько недель: на производстве идет запуск серьезного вкладочно-швейно-резального агрегата Muller Martini, а также готовится площадка под установку двух печатных машин Komori первого формата. «Буки Веди» — одна из тех типографий, темпы развития которой действительно впечатляют. Здесь каждый месяц монтируется по новой единице оборудования, а производственные площади за последние пару лет достигли в общей сложно-

сти 5000 м². Начав более 10 лет назад свой полиграфический путь, типография «Буки Веди» предложила рынку производство книг в классическом их понимании, используя при этом современные технологии цифровой печати, которые позволили эффективно изготавливать малые тиражи. Нарастив мощности цифрового парка, насчитывающего десяток печатающих устройств, несколько лет назад компания переключила внимание на офсетную печать, сохранив при этом такие же интенсивные темпы развития. На сегодняшний день в книжной типографии работают четыре офсетных машины и планируется приобретение еще двух. О развитии на острие тренда и в противовес ему Михаил рассказал нашему изданию.

Стиль работы

«Когда стартовали на полиграфическом рынке, тема печати малых тиражей только набирала обороты. Поскольку начинали мы с нуля, нам нужно было предложить рынку нечто новое,

в частности мы стали специализироваться на изготовлении малых тиражей цифровым способом. Тогда этим мало кто занимался, даже такого понятия, как «книжная цифровая типография», не было. Когда ты находишься в начале тренда, можешь «снимать сливки» и достигать заметных результатов. Сейчас печать продукции малыми тиражами предлагают очень многие полиграфические компании. И заниматься этим стало уже не так вкусно и интересно. Чтобы выйти за рамки производства массовой продукции, мы все больше использовали нестандартные подходы — предлагали интересные виды отделки, «играли» с разными покровными материалами, варьировали формат изданий. Набрав определенный объем таких нестандартных заказов, оказалось, что на офсете гораздо больше возможностей по оптимальному расположению полос на листе, шире выбор форматов изделий, выше качество самой печати, да и тиражи, с которыми мы работаем в цветной книге (а это 500–1000 экз.), оптимально де-



Офсетный цех типографии «Буки Веди» представлен печатной техникой японских производителей — Komori и Ryobi. За несколько лет здесь установлено четыре единицы офсетного оборудования и планируется инсталляция еще двух машин



Ниткошвейное оборудование для шитья книжных блоков

лать на офсетном оборудовании», — поясняет Михаил, отвечая на вопрос о причинах освоения офсетной технологии цифровой типографией.

Внедрив на предприятии участок офсетной печати, темпы производства и скорость наращивания технических мощностей остались у типографии «цифровыми». «У нас такой стиль работы, — говорит Михаил. —



Специализированное оборудование для сборки многостраничных изданий



Сейчас на предприятии идет монтаж вкладочно-швейно-резального агрегата Muller Martini

Каждый месяц мы ставим по единице оборудования. Это нужно для того, чтобы делать книги с максимальным качеством и с теми требованиями, которые нужны клиенту. В этой связи мы не выступаем адептами какой-то определенной технологии. У нас зачастую бывают и смежные тиражи (часть печатаем офсетом, часть — «на цифре»). И это связано с технологическими нюансами или вопросами ценовой эффективности. Если для выполнения заказов потребуются другая технология, то мы также будем готовы ее предложить».

Бережливое производство

Сегодня «Буки Веди» выполняет до 1000 заказов в месяц, в числе которых книги в твердом переплете и в мягкой обложке, брошюры на скобе. Типография работает как с издательствами, так и с частными авторами, предлагая полный цикл подготовки книжного издания, включая редакционные услуги, дизайн и верстку. Для издательских домов и рекламных агентств предусмотрена программа максимально оперативного производства книжных тиражей. А для тех, кому интересны эксклюзивные варианты исполнения изданий, здесь могут предложить всевозможные виды отделки — тиснение и УФ-лакирование, флокирование и термоподъем, лазерную гравировку и резку, золочение обреза, изготовление «состаренных» книг, имитацию французского переплета и многое другое. «Чтобы достигать важных и значимых результатов, нужно делать не как все, — говорит Михаил. — Наш продукт — имиджевые, качественные издания. И в офсете мы добились очень высокого качества цветопередачи, что позволяет нам работать с теми заказчиками, которым это критически важно — Эрмитажем, Пушкинским музеем, Третьяковской галереей и многими другими. На своих печатных машинах мы достигли такой глубины цвета, что изображения кажутся объемными».

Помимо качества, в типографии большое внимание уделяется вопросам организации эффективного производства. На предприятии создан учебный класс, где проводятся тренинги, посвященные этой проблематике, как для сотрудников типографии, так и партнеров, будущих коллег, а также студентов МГУ профильной специальности.





Оснащение типографии «Буки Веди» позволяет изготавливать книжные издания как в мягкой обложке, так и в твердом переплете. Слева: машина клеевого бесшвейного скрепления, справа: линия для изготовления твердого переплета

Более того, на базе типографии «Буки Веди» основана «Процессная фабрика» совместно с Lean Enterprise Institute Russia, задача которого состоит в популяризации концепции бережливого производства, позволяющей достигать высоких экономических результатов благодаря грамотному управлению ресурсами.

Действуя в рамках концепции эффективного управления производством, в типографии готовятся к установке двух машин Komori первого формата — 8-красочной и 2-красочной с переворотом листа. «Наши печатные мощности загружены сегодня до предела, — поясняет Михаил, — на каждой машине делаем до 2000 приладок в месяц. Работ много, а сроки короткие. В этой связи дополнительные единицы офсетной техники нам требуются не по причине увеличения объемов производства, а с целью сокращения сроков выполнения заказов. Аналогично этому мы ставим ВШРА, производительность которой

рассчитана на 3 млн экз. в месяц, чтобы делать быстро и качественно 300 тыс. экз. в месяц».

Японский подход

В 2014 г. «Буки Веди» поставила свою первую офсетную машину Komori Lithrone S29, и сегодня офсетный печатный парк типографии преимущественно составляют машины Komori. «Мы высоко ценим подход японцев ко всему, чтобы они ни делали. Подход компании Komori к техническому дизайну, производству печатного оборудования вызывает уважение и уверенность в надежности этих машин. За все время эксплуатации Komori Lithrone S29, а у нас весьма интенсивная загрузка, мы ни разу не столкнулись с проблемами, каким-то серьезным образом затрагивающими производственный процесс. Поэтому с точки зрения стабильности техника Komori у нас вопросов не вызывает. Кроме того, по субъективным параметрам машины Komori печатают «красивее», по сравнению с машинами других производителей. И такое мнение на рынке существует и среди печатников, имеющих опыт работы на разных печатных машинах, и среди продавцов бывшего в употреблении оборудования. Хотя термин «красивее» — не совсем понятный параметр, неясно, как его измерить. Но мне нравится тот результат, который получается на моих машинах, моим клиентам нравится результат, который они видят в тираже, поэтому однозначно наш выбор в пользу Komori. В вопросах поддержания стабильности и качества мы нашли понимание и со стороны компании «ЯМ Интернешнл». От коллег по цеху слышал лестные отзывы о работе сервисной службы этой компании, а теперь и мы сами могли убедиться и в скорости реагирования на запросы, и в профессиональном подходе, и в умении находить выходы из любой ситуации».



«Буки Веди» вскоре перейдет на новые краски Van Son от компании «ЯМ Интернешнл»



Допечатное оборудование для вывода офсетных форм компании Agfa



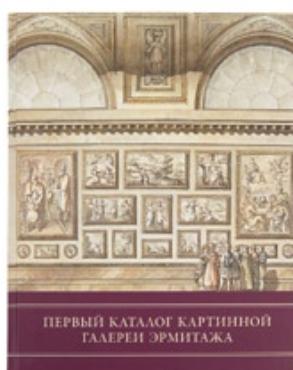
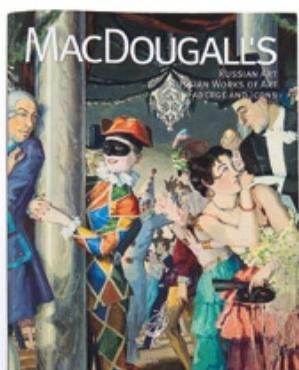
Листорезальное оборудование Perfecta для подрезки отпечатанных блоков и размотчик рулонов бумаги для их роспуска на листы требуемого формата. Одна из особенностей типографии в том, что она работает с нестандартными форматами изданий



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.





На офсетном оборудовании «Буки Веди» добились очень высоких показателей качества цветопередачи, что позволяет изготавливать высокохудожественные издания. Кроме того, типография работает с разными покровными материалами и имитирует различные поверхности, в частности последнее в этом ряду издание стилизовано под тканый ковер, причем не только визуально, но и по тактильным ощущениям



Типография «Буки Веди» экспериментирует с форматами изданий, предлагая заказчикам нестандартное оформление и другие индивидуальные решения по изготовлению книг. Клиентами компании выступают как частные авторы, так и издательства, коммерческие организации, музеи, художественные галереи

распространяется и в плане расходных материалов. Краски The Ultimate дороже тех, что мы использовали ранее. Но нам важнее стабильность колористических параметров краски. Самая невидимая, но сильно влияющая на колористику краска, — это желтая. И у многих производителей именно с желтой краской бывают проблемы от партии к партии, от банки к банке. А так как работы у нас длинные, многостраничные, то не попасть на разнотон или непредсказуемость по качеству — это один из важных моментов. Из серии красок Van Son мы тоже протестировали все, что можно, и то до конца не успокоились. В октябре будет доступна новая серия красок The Ultimax, мы ее уже опробовали и, скорее всего, остановимся на ней. Она не липнет на валах, но при этом моментально схватывается на оттиске, даже при печати плотных плашек».

Максималистский подход и живость, с которой в типографии анализируют рынок и выбирают интересные полиграфические решения, позволяют «Буки Веди» стремительно двигаться вперед и занимать свою уникальную нишу, где, по сути, можно чувствовать себя, как рыба в воде, и не оглядываться на конкурентов, которые в данном случае находятся далеко за пределами круга интересов самой компании.

**ПЕЧАТАЕМ
ЭТОТ ЖУРНАЛ**

МЫ

