

ОФЕТ-МАСТ

№7, ОКТЯБРЬ, 2020



**ЗАКРЕПИ
УСПЕХ!**



HEIDELBERG

NCL

PREPRESS SOLUTIONS
ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА



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



VIP
VISION
IMAGE
PRINT

LED - UV

terraSystems



НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
НОЧНОЙ ЭКСПРЕСС

OKtoPRINT
SERVICE

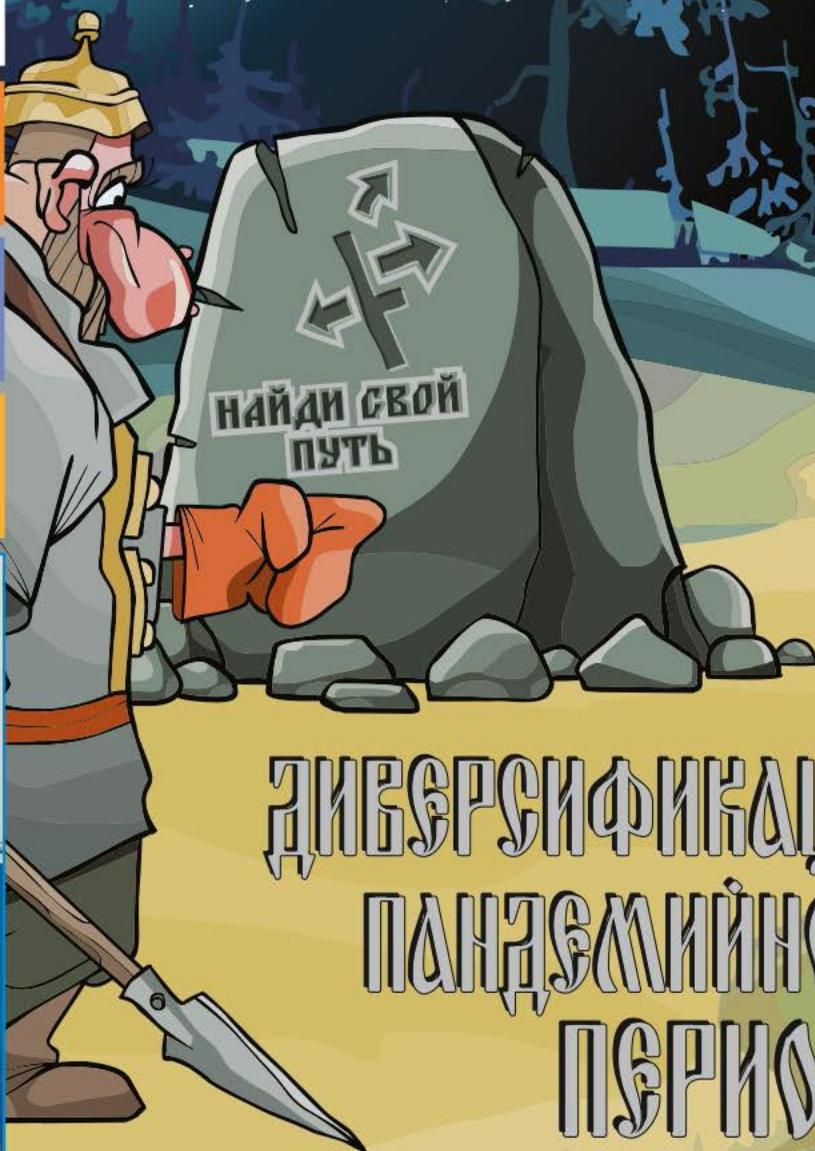


vulcan

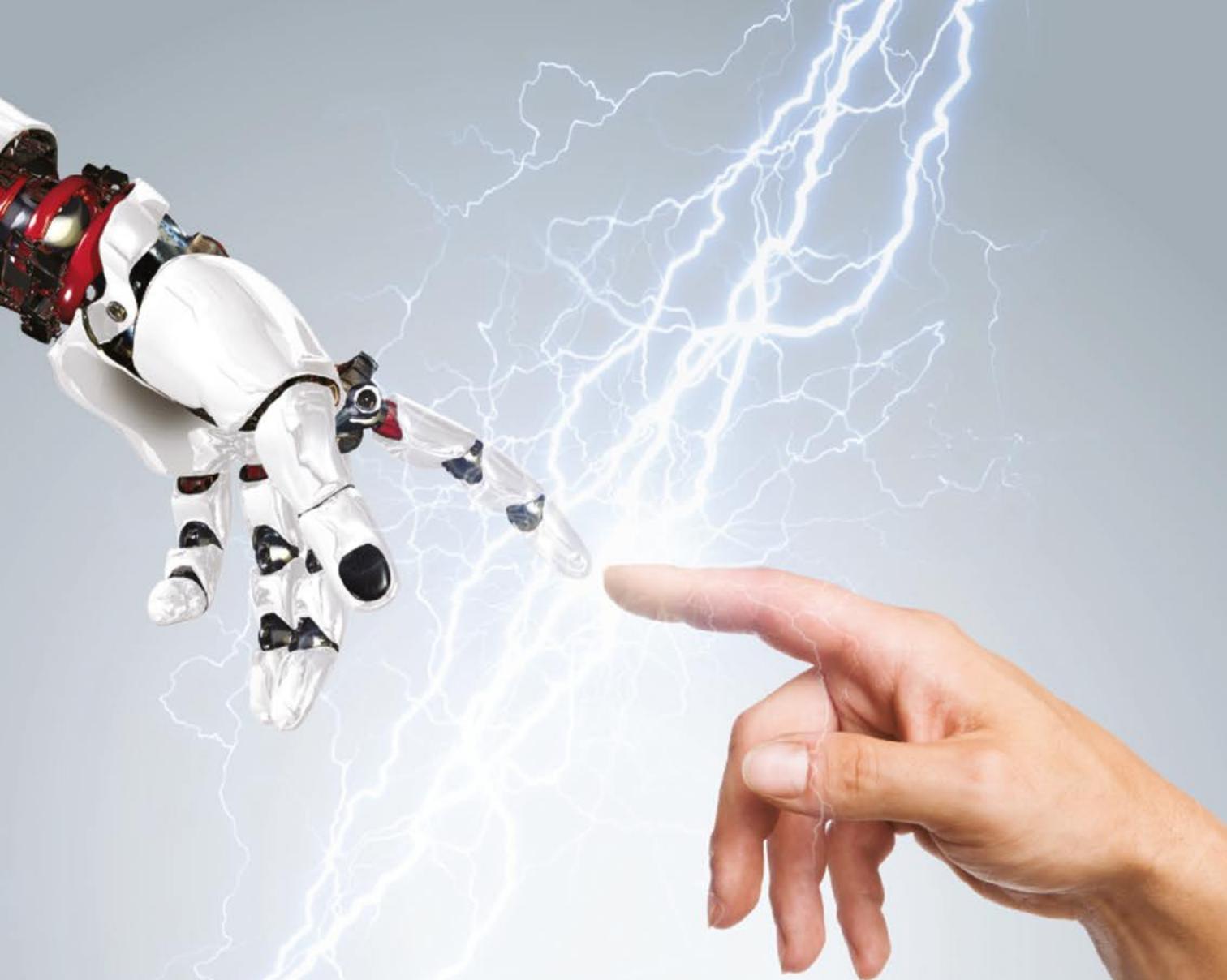
Офсетные полотна Vulcan.
Правильный выбор продлит срок службы!

VIP
VISION
IMAGE
PRINT

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



ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПАНДЕМИЙНОГО ПЕРИОДА



ROLAND 700 *EVOLUTION*

Сотворение прибыли

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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



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



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №7 (147)-2020

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Диверсификация производства пандемийного периода..... 2

ИНТЕРВЬЮ

Компания «Дани Алмас», Якутск
Дружественная полиграфия, или Полная персонализация потребностей 6

РЫНОК

Компания «Дельта Принт Т», Москва
Премиальная упаковка, или Рынок отечественной парфюмерии 10

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Внешторгиздат», Москва
Контроль качества, или Стандарты фармацевтической индустрии. 15

Типография «Принт-Хаус», Н. Новгород
Универсальный подход,
или Как повысить привлекательность типографии 20

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

«АППАРЕЛЬ-Полиграфия», Ярославль
Бизнес в третьем формате,
или Баланс между оперативностью и тиражом. 24

АО «Формс технолджи», Москва
Письмо без конверта, или Законодатели рынка биллинговой печати 28

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн..... 1	Hunkeler 29
ВИП-Системы..... клапан, 2-я обл.	Bobst 4-я обл.
Илим..... 3-я обл.	Koenig&Bauer..... 13
ОктоПринт Сервис..... клапан	Konica Minolta 27
Ситипринт..... вкладка	Lamstore 19
Смарт-НН..... 5	NCL..... клапан
Терра Системы..... клапан	PrintDaily..... 18
Фабрика офсетной печати..... вкладка	Ricoh..... 9
Heidelberg..... клапан, 23	Viva-Star..... 8
hubergroup..... 3	Xerox..... 31

Учредитель Издательство «Курсив»

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

Журнал «Формат»:

Главный редактор
А.С. 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



Диверсификация производства пандемийного периода

По итогам общения с руководителями типографий, которые нам довелось посетить за последние несколько месяцев, можно сделать вывод о том, что сложившаяся в мире и в нашей стране ситуация с экономическим кризисом и эпидемией коронавируса грозит существенным образом изменить весь подход к работе традиционных типографий, особенно тех, которые ориентировались на привычные коммерческие заказы. Уже сейчас очевидно, что ситуация не поменяется в ближайшее время. Пандемия — это надолго! Даже если вирус удастся победить в ближайшие месяцы, подход к бизнесу со стороны заказчиков полиграфической продукции уже вряд ли будет прежним. Многие процессы, которые активно развивались в период разгара пандемии и продолжают развиваться в течение второй волны коронавируса, прочно войдут в повседневную жизнь, и изменить это будет невозможно.

Тенденции рынка

Следует сразу отметить, что пока никаких существенных изменений не наблюдается, но в ряде случаев накопленные «мутации» приведут к необходимости изменения подходов в работе, способов взаимодействия с клиентами и, возможно, к потребности в инвестициях в оборудование, о котором раньше даже и не задумывались. Попробуем отметить некоторые тенденции рынка, которые проявились за последнее время, и понять, насколько они жизнеспособны.

■ **Исчезновение целого класса полиграфической продукции.** В первую очередь, речь идет о продукции для той части бизнеса, которая не могла работать в условиях сложившихся запретов. Это все, что связано с понятием HoReCa, туристическими компаниями, индустрией красоты, массовыми развлечениями и т. д. Если нет возможности работать,

Как пандемия повлияла на полиграфию? Сложившаяся в мире и в нашей стране ситуация с экономическим кризисом и распространением коронавируса грозит существенным образом изменить весь подход к работе традиционных типографий, особенно тех, которые ориентировались на привычные коммерческие заказы. Изменения коснутся и способов взаимодействия с клиентами. Появится необходимость в инвестировании в оборудование, о котором раньше даже и не задумывались...

то и рекламную продукцию заказывать нет смысла. Так было весной и летом 2020 г. Ближе к осени запреты несколько ослабли, но возвращать полиграфические заказы компании не готовы. В-первых, существует ожидание «второй волны», при которой «опять всех закроют» (к тому же и первая еще не полностью исчерпана). Во-вторых, туризм работает в лучшем случае на 10–15% своих возможностей, гостиницы на 40–50%, рестораны оценить сложно, но ходить в них стали существенно меньше. К чему приведет такая ситуация? Некоторый объем полиграфической продукции в данном сегменте сохранится, но он станет очень дозированным. Заказывать будут минимум продукции с коротким сроком действия. При благоприятном стечении обстоятельств повторят тираж, возможно, с изменениями. Проще говоря, вместо одного среднего тиража будет несколько очень маленьких. Типографиям нужно будет уметь их эффективно выполнить. Существенной финансовой добавки за «короткий тираж» получить вряд ли удастся.

■ **Обострение конкуренции на рынке журнальной периодики.** Журналы уже ощутили проблемы существенного сокращения рекламных бюджетов. Как следствие, сократятся и объемы самих журналов, и их тиражи. Разумеется, часть проблем издатели попробуют переложить на плечи типографий, которым придется осваивать процессы изготовления журналов дешево, при небольших объемах и тиражах. В этой связи существенные проблемы могут возникнуть у крупных типографий, специализирующихся на массовой

периодике, изготавливаемой рулонной печатью.

■ **Сокращение или даже исчезновение государственного заказчика полиграфической продукции.** Государство вынуждено сильно экономить, а значит, тратить деньги будут только на «государственно значимые проекты», к которым полиграфия, как известно, не относится. Ряд типографий отмечают, например, что в этом году был сильно сокращен заказ учебников для школ. Причина проста. Учебники в школьных библиотеках есть, на следующий учебный год должно хватить. На производстве новых можно экономить. В этой же связи заметно уменьшен объем финансовой поддержки бумажным средствам массовой информации, а целый ряд государственных газетных изданий вообще не получили финансирования. Типографиям, которые специализировались на подобных заказах, по всей видимости, нужно искать других заказчиков. Даже если ситуация с эпидемией пойдет на поправку, государственный заказчик вряд ли вернется с прежними объемами. Те же учебники будут печатать незначительными тиражами, просто чтобы заменить полностью утраченные экземпляры.

■ **Сокращение полиграфической канцелярской продукции.** Это, прежде всего, календари, ежедневники, беловая продукция и т. д. В прежние годы спрос на такого вида изделия медленно снижался, и этот тренд активно усилится. Сокращение доходов населения приведет к тому, что люди совсем перестанут покупать данные изделия. Настенный календарь сложно назвать продукцией первой необходимости, поэтому от нее легко откажутся. Сохранятся школьные тетради, которые разделятся на два неравных сегмента: простейшие дешевые тетради для массового потребления и премиальные тетради для детей обеспеченных родителей, учащихся в спецшколах.

■ **Сохранение заказов на книжную продукцию.** Как показывает наблюдение, заказы у «книжников» есть. Конечно, объемы в этом году вряд ли даже приблизятся к относительно спокойному 2019 г., но все же объем заказов кардинально не пострадал. Впро-

чем, так же, как и с рекламной продукцией, издатель будет еще больше «дробить» и сокращать тиражи, чтобы существенно минимизировать складские запасы, поскольку это «замороженные средства». Как из этого будут выкручиваться типографии, не понятно. Производить объемные качественные книги малыми тиражами очень непросто. На выручку может прийти частная книга, книга по требованию, корпоративная книга. Эти сегменты вполне жизнеспособны. Тут необходимо серьезно задуматься о технологии изготовления книг в малых объемах, а если речь вести о корпоративной книге, то еще и с «премиальной» отделкой.

Положительные моменты

Из сказанного выше может возникнуть ложное понимание того, что в полиграфии все совсем плохо и перспектив двигаться дальше нет. Это не совсем так. Конечно, позитивного в текущей ситуации не много, но оно все же есть. Попробуем отметить некоторые моменты.

■ **Упаковка.** Нетрудно догадаться, что наиболее стабильный бизнес сегодня у производителей упаковки. Это действительно так, но с одной важной оговоркой. Упаковочные заказы, как правило, «длинные», то есть тираж производится сейчас, а деньги за него могут прийти через два-три месяца (есть такие контракты). Обесценивание



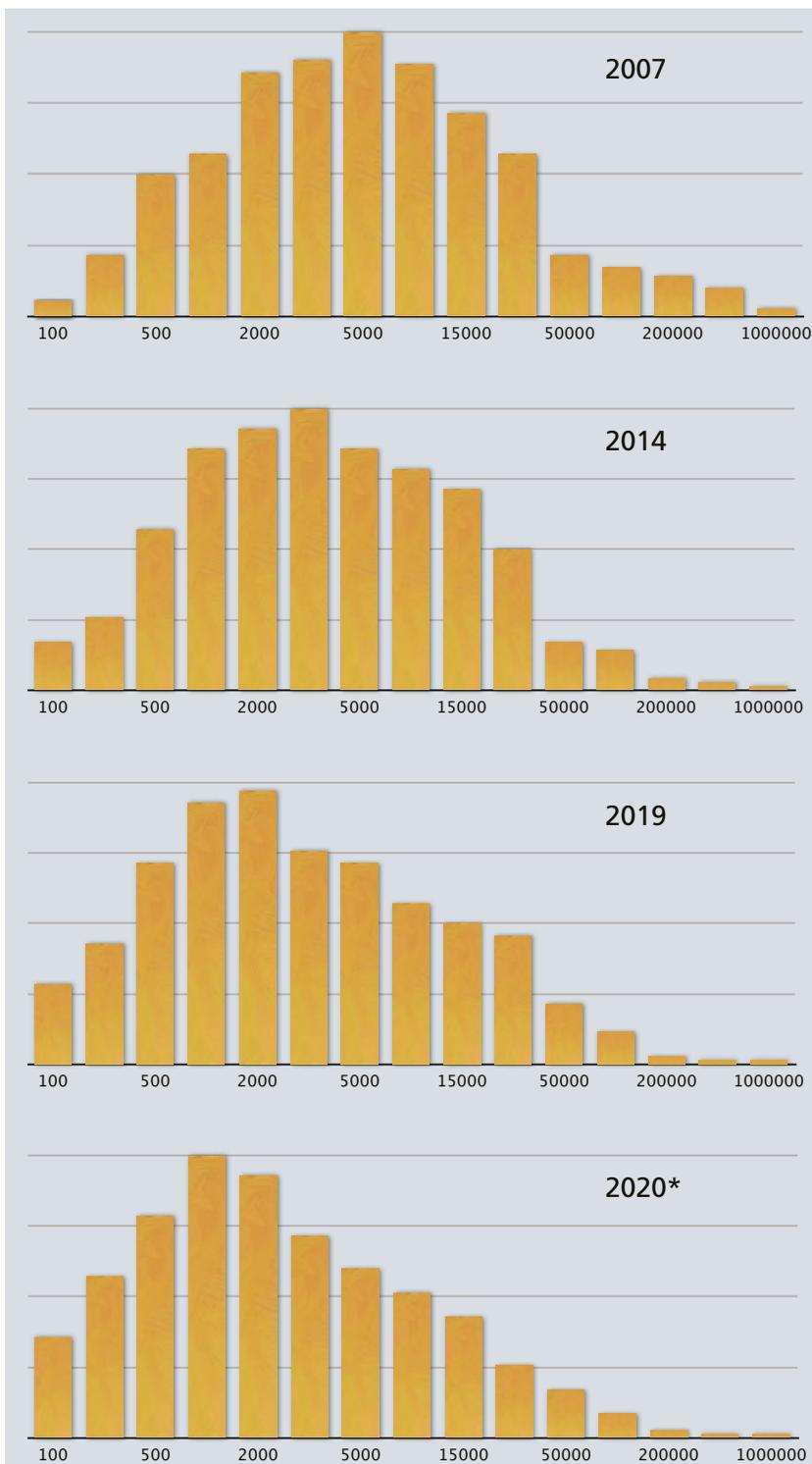
huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

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



Распределение полиграфической продукции по тиражам в разные годы. Здесь дается попытка интегральной оценки тиражей без специального акцента на виды продукции. Это не совсем корректная оценка, но она, тем не менее, дает возможность понимания, что вне зависимости от вида продукции общие тиражи все равно снижаются. И если 10–12 лет назад среднезвешенным тиражом считалось 5 тыс. экз., то можно предположить, что к концу 2020 г. среднезвешенный тираж окажется в районе 1 тыс. экз.

российской валюты в этой связи способно полностью перекрыть всю прибыль. За последние три месяца курс рубля к евро упал почти на 15%. Если учесть, что полиграфическая отрасль сильно импортозависимая, то такое поведение российской валюты для упаковщиков губительно. Впрочем, отрадным остается тот факт, что объем заказов в упаковке в целом сохранился. Это объясняется достаточно просто: какой бы ни была эпидемия и связанные с ней ограничения, потреблять продукты питания и товары первой необходимости население продолжает. Воз-

можно, происходит коррекция в выборе торговых марок и переход на более бюджетные из них, но в целом объемы заказов сохраняются. Более того, отмечается даже незначительный рост, связанный с переходом от импортных товаров к российским.

■ **Импортозамещение.** Несмотря ни на что оно работает. В целом ряде типографий отмечали тот факт, что заказы на упаковку для российских брендов растут. В частности, речь идет о фармацевтической, парфюмерно-косметической, кондитерской упаковке и т. д. Причины легко объяснимы. Продукция зарубежных производителей в силу роста курса валют и падения покупательской способности стала недоступна для многих потребителей. Например, в косметической отрасли отмечается тенденция перехода большей части покупательской аудитории на российские торговые марки, которые не принципиально хуже, а стоят при этом значительно дешевле. Этот тренд потянул за собой производство и упаковки (причем довольно сложной), и «поддерживающей» рекламной продукции. Частично данный тренд отмечается также в пищевом производстве и, как следствие, в изготовлении упаковки для продуктов питания.

■ **Книжная продукция.** Как уже отмечалось выше, книжный рынок пострадал не так существенно, как рекламный. Некоторые сегменты книжного рынка и вовсе приросли. Корпоративная, событийная книги вполне сохранились. Вынужденная самоизоляция для многих «графоманов» оказалась удобной возможностью написать новые произведения, которые, разумеется, нужно отпечатать. Конечно, это не огромные книжные тиражи, но зато много мелких. С учетом того, что книжный рынок в целом не очень сильно просел (за исключением ряда сегментов, таких как учебная литература), можно уверенно говорить, что в книжном сегменте большой катастрофы нет.

■ **Фотокнига.** Это отдельный вид книжной продукции. Выпускные, свадьбы и другие торжественные события даже в пандемию никто не отменял. Те компании, которые на данном сегменте полиграфии специализируются, относительно легко пережили трудные времена. Есть определенная уверенность, что этот вид продукции и дальше будет существовать.

■ **Премиальная упаковка.** Есть определенные виды продукции, производство которых мало зависит от происходящего в стране и в мире. Имеется в виду продукция для обеспеченных людей. Даже в самые трудные времена есть состоятельные люди, которые не только не страдают от этих самых трудностей, а совсем даже наоборот. Недаром говорится: «Кому война, кому мать родная». В текущей ситуации такие люди тоже есть.

Рынок дорогих премиальных товаров в нашей стране сохраняется. Любопытно, что если в Европе отмечен существенный спад продаж премиальных товаров (примерно на 15–20%), то в России этого не произошло. Более того, отмечен рост продаж премиальных авто в России за лето и осень 2020 г. почти на 30%, на премиальное жилье — на 17–20%. Разумеется, и другие премиальные товары не сильно пострадали. Причем есть среди них и такие, которым требуется упаковка, естественно, премиальная. Производство такой упаковки особенно активизируется по осени, поскольку начнется пора подготовки к Новому году, и премиальная упаковка того же дорогого алкоголя или подарочных комплектов окажется востребованной.

Тренды в диверсификации

Очевидно, что рынок полиграфической продукции постепенно будет меняться. Типографиям придется приспосабливаться к новым условиям. В плане диверсификации бизнеса можно говорить о том, что для многих типографий это путь неизбежный, если хочется сохранить бизнес. О том, какие конкретные действия нужно предпринимать каждой из типографий, никто точно сказать не сможет. Но общие тренды в диверсификации можно отметить уже сейчас.

■ **Приобретение оборудования для изготовления упаковки.** Многие типографии, работающие на рекламном рынке, могут попробовать свои силы в упаковке. Печатать ее можно на тех же листовых машинах, которые существуют в типографии, а вот дальнейшая послепечатная обработка потребует специализированного оборудования. Мы не раз наблюдали примеры, когда рекламная типография приобретает такое оборудование и пытается мигрировать в новый для себя рынок. С разным успехом. Но пандемия этот процесс сильно ускорила.

■ **Инсталляция серьезной цифровой печатной техники.** Необходимость изготавливать короткие и сверхкороткие тиражи должна создать спрос на цифровую печать. Если раньше многие традиционные типографии ограничивались простейшими цифровыми печатными машинами (используя их в основном как сервис для заказчика), то сейчас нужно будет инвестировать в серьезное цифровое печатное оборудование, способное справиться с растущими объемами небольших тиражей. Этот тренд затронет также

и крупные рулонные типографии, которым придется искать пути более эффективного производства сокращающейся периодики, но при этом в больших (для цифровой печати) объемах.

■ **Оснащение техникой для производства книг, в первую очередь в твердом переплете.** Типографии все больше будут интересоваться производством книжной продукции и фотокниг. Поскольку требования заказчиков к книге постепенно растут, обычный переплет уже мало кого устраивает. В этой связи типографиям придется задуматься, если не о книжных линиях, то о высококачественном пооперационном оборудовании точно. Сюда же следует отнести и специализированное оборудование для фотокниг (например, для склейки страниц).

■ **Необходимость в оборудовании для облагораживания полиграфической продукции.** В производстве упаковки, книжной продукции, премиальных полиграфических изделий отмечается потребность в декоративной отделке. Речь может идти о приобретении как аналогового оборудования (трафаретные машины, прессы для тиснения, лакировальные линии), так и специализированных цифровых комплексов для послепечатной отделки.

■ **Интерес к послепечатке для цифры.** Наконец, еще одна группа оборудования, которое может оказаться востребованным в ближайшее время. Погружение типографий в цифровую печать неизбежно приведет к увеличению спроса на цифровое послепечатное оборудование, поскольку использование традиционной техники, применяемой на офсетных предприятиях, не всегда оправдано и обычно неэффективно в использовании в цифровом печатном производстве.

Здесь приведены далеко не все тренды по вынужденной диверсификации типографий. У каждого предприятия будут и свои собственные задачи по изменению профиля деятельности. Продолжающаяся пандемия еще внесет коррективы во все эти процессы. Важно отметить, что «меняться» в той или иной степени придется всем. Переждать пандемию вряд ли получится. Мир уже не будет прежним... ■

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

Расфуровка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

Дружественная полиграфия, или Полная персонализация потребностей



Екатерина Захарова,
исполнительный директор,
компания «Дани Алмас»
[Якутск]

Компания «Дани Алмас» помогает клиентам быть заметнее, веселее и ярче при помощи продукции, изготавливаемой под индивидуальные запросы. За многие годы на рынке «Дани Алмас» стала другом для многих клиентов и всегда выручает их, решая сложные творческие и производственные задачи. Типография постоянно обновляет технологии и оборудование, будучи в русле современного развития бизнеса. Почти год назад компания обновила парк цифрового печатного оборудования и установила новую машину Ricoh Pro C9200. По мнению исполнительного директора «Дани Алмас» Екатерины Захаровой, в условиях резкого уменьшения тиражности заказов именно цифровые технологии позволяют развивать бизнес в различных сегментах полиграфии и более чутко откликаться на потребности клиентов.

Ф: Екатерина, расскажите, пожалуйста, с чего начинался бизнес компании «Дани Алмас», как шло развитие производственного парка?

ЕЗ: В 2000 г. было создано предприятие оперативной полиграфии, которое существовало под разными названиями до момента юридической регистрации в 2003 г. ООО «Компания «Дани Алмас». В момент становления бизнеса мы брались за любимые работы, лишь бы клиент оставался с нами. Так, очень быстро, к наградным плакеткам и вывескам добавились опе-

ративная полиграфия, издательские услуги, производство малотиражной многостраничной полиграфии, сувенирное направление.

Парк оборудования был минимальным: цветная цифровая печать Canon, монохромное Duplo, станок для тиснения, клеевой станок, офисные резак, тампопечать, шелкотра-

Наши постоянные клиенты превращаются в друзей, которые всегда могут рассчитывать на нашу поддержку в самых сложных вопросах не только в области нашего бизнеса, но и просто по жизни

фарет. Потом потребовалась более тиражная печать, и за 20 коробок бумаги «Снегурочка» была приобретена наша большая гордость – офсетная печатная машина Romayor 312. На ней мы смогли отпечатать даже полноцветный заказ! Один.

Полиграфия в начале 2000-х гг. была сильно востребована, и мы за два года приобрели собственное здание, офсетное оборудование второ-

го формата, оснастили переплетный цех, создали полноценное издательство. Цифровая печать в те времена была у нас как вспомогательный процесс. Мы были ориентированы на развитие офсетной печати, и в 2007 г. приобрели полуформатную четырехкрасочную Ryobi, которая вывела нас на новый уровень работы и доходов.

Ф: Тем не менее сегодня парк всего оборудования не ограничивается офсетной технологией. С чем была связана необходимость в развитии цифрового направления бизнеса?

ЕЗ: Эта необходимость была всегда, но в полной мере возникла тогда, когда средний тираж упал до 300 экз. Со временем количество клиентов, ориентированных на малые тиражи, увеличилось. За годы наш средний тираж снизился с 2000 до 200 экз. Это потребовало новых решений в печатном оборудовании, и мы стали больше внимания уделять цифровой печати. В то время очень хорошо работало российское представительство Xerox, которое активно продвигало свое оборудование нашей компании. За несколько лет мы приобрели у них как монохромные, так и полноцветные машины и были весьма довольны оборудованием.

Параллельно с этим мы развивали переплетный цех, производство на-



Около года назад компания «Дани Алмас» приобрела новую цифровую печатную машину Ricoh Pro C9200, что позволило развивать бизнес типографии в производстве малых тиражей печатной продукции и предложить индивидуальный подход в решении клиентских задач



Часть комплекса послепечатного оборудования компании «Дани Алмас», в частности для изготовления многополосной полиграфической продукции, в том числе с клеевым скреплением и в твердом переплете с шитым нитками блоком

град, сувениров и продукции наружного и интерьерного оформления.

В прошлом году в нашем регионе активизировалось представительство компании Ricoh, и мы с удовольствием приобрели у них печатную машину Ricoh Pro C9200. За короткий период работы на этой машине мы полностью удовлетворены ею. Производительность, качество, безотказность и, что для нас чрезвычайно важно, условия обслуживания, оказались на высоте. Машина спокойно выдержала круглосуточную нагрузку в ноябре–декабре 2019 г., выполнив более 1,5 млн отпечатков формата А3, чем сильно поддержала нашу компанию в горячую пору предновогодней суеты. К годовщине установки машины, 15 ноября 2020 г., рассчитываем преодолеть рубеж в 4 млн отпечатков А3. Сейчас цифровая печать — это уникальная возможность полной персонализации потребностей клиента от 1 экз.

Ф: Когда произошло ваше знакомство с техникой Ricoh? Что повлияло на ваш выбор цифрового оборудования именно этой компании?

ЕЗ: Знакомство с Ricoh началось с приезда представителя компании к нам в Якутск в марте 2019 г. Шамиль Насыров смог представить оборудование таким образом, что у нас возникло сильное желание познакомиться с технологиями Ricoh. После посещения

офиса компании в сентябре 2019 г. это желание переросло в потребность приобретения машины для основной печати малых тиражей. На выбор повлияли также рекомендации коллег-полиграфистов, которые отметили надежность машины и поддержку со стороны компании Ricoh. Сейчас, после получения опыта эксплуатации оборудования, мы счастливы, что приобрели эту машину, и прежде всего нас радует отсутствие простоев. Замена узлов и устранение эксплуатационных поломок происходит в считанные дни.

Ф: Какие функции цифровой печатной машины вам наиболее необходимы для изготовления продукции?

ЕЗ: Из функций цифровой печатной машины основными для нас, как и всегда, являются производительность и качество. Цифровая машина важна для работы с более массовым сегментом — авторами малотиражной продукции.

Ф: Очевидно, что для владельцев полиграфического оборудования немаловажен вопрос сервисного обслуживания. Как бы вы оценили сервисную поддержку со стороны вашего поставщика цифрового оборудования?

ЕЗ: Конечно же, в процессе работы нам приходится обращаться в сервисную службу компании Ricoh, и нас приятно радует скорость реагирования и качество работы сервисной службы.



Ф: Что представляет собой сегодня компания «Дани Алмас»? Как вы позиционируете компанию на полиграфическом рынке?

ЕЗ: Сегодня компания «Дани Алмас» — это предприятие, оснащенное самым современным оборудованием для производства полиграфической продукции в подарочно-наградном сегменте, наружном и интерьерном оформлении, издательском и рекламно-коммерческом бизнесе. Мы позиционируем свою компанию как прямого производителя любой необходимой для клиента персональной продукции.

Ф: Какие сильные стороны вашего предприятия вы могли бы назвать?

ЕЗ: Сильной стороной нашей компании является коллектив. Люди, для которых «самоотверженный труд», «честь коллектива», «ответственность за команду» — не просто слова, а понятия, наполненные реальными действиями. Знание своих задач, целеустремленность и желание постоянно достигать новых высот в своем развитии объеди-



Образцы разнообразной печатной продукции, изготавливаемой компанией «Дани Алмас»: книги в твердом переплете, журнальные издания, рекламная продукция, полиграфия для бизнеса и т. д.



няет разных людей в Компанию, которая всегда растет по доходу, средней зарплате, ассортименту и оборудованию.

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

ЕЗ: Наши постоянные клиенты превращаются в друзей, которые всегда могут рассчитывать на нашу поддержку в самых

сложных вопросах, не только в области нашего бизнеса, но и просто по жизни. В круг клиентов компании входят производители продовольственной продукции, магазины, рестораны, государственные и муниципальные учреждения.

Ф: Какие изменения, на ваш взгляд, происходят в тех сегментах полиграфического рынка, где вы представлены? И как вы реагируете на эти изменения?

ЕЗ: В последнее время средства массовой информации, учебные заведения, сфера обслуживания, финансов и многие другие отрасли почувствовали на себе всепроникающее влияние всемирной паутины, а глобальные карантинные мероприятия еще в большей степени способствовали развитию цифровизации в различных аспектах нашей жизни.

Связанные с общемировыми изменениями тренды повлияли и на наш бизнес. Сокращение тиражей, цифровизация системы платежей, «удаленка» позволяют нам усилить своих сотрудников, которые за счет компьютеризации оборудования могут быть более производительными и мобильными. Исчезает необходимость в аренде дорогих офисов. Появляется возможность найма дизайнеров, верстальщиков в других регионах страны. Так что меняемся и мы.

Ф: Как отразилась на деятельности компании ситуация с пандемией весной этого года?

ЕЗ: Глобальный карантин оказался для нас неожиданным, мы не были готовы к нему, и май отработали по старинке. Итог оказался печален: -49% к маю прошлого года. Поэтому пришлось срочно изобретать решения для новой реальности, и остальные месяцы стали значительно приятнее. В целом по году мы идем с большим ростом к прошлому году.

Ф: Могли бы поделиться перспективными планами развития типографии?

ЕЗ: В настоящее время мы расширяем регион присутствия и создаем филиалы в районах республики. Думаем, что это перспективный путь.



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



наглядный пример качества печати

*Визуализация эффекта

РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН, ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ РАБОТЫ



ДОСТАВКА ТИРАЖА



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

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

ЦПМ
RICOH
Pro C5300

RICOH
imagine. change.



Реклама

ПРОМЫШЛЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В КОМПАКТНОМ ИСПОЛНЕНИИ!

Дуплекс
до 360 г/м²

Скорость печати
80/65 стр/мин
(до 256 г/м²)

Вакуумная
подача

Премиальная упаковка, или Рынок отечественной парфюмерии



Максим Евлампиев,
генеральный директор,
компания «Дельта Принт Т»
[Москва]

Упаковочный сегмент полиграфического рынка показывает стабильное развитие и даже в некоторых случаях рост, о чем заявляют многие производители упаковочной продукции. И это несмотря на все сложности текущей ситуации, в которой оказались все участники не только отрасли, но и мировой экономики. Тем не менее упаковка бывает разной и имеет свою целевую направленность. Одно дело коробки для пищевой продукции или предметов первой необходимости, и совсем другое — дорогостоящая, люксовая упаковка для товаров премиум-класса. Компания «Дельта Принт Т» специализируется преимущественно на производстве упаковки для парфюмерно-косметического рынка, где маркетинговая роль в продвижении товара конечному потребителю принадлежит по большому счету не столько содержимому, сколько самой упаковке. Мы попросили генерального директора компании «Дельта Принт Т» Максима Евлампиева прокомментировать ситуацию на рынке премиальной упаковки и рассказать, каким для предприятия оказался пандемийный период.

Неограниченные возможности

Компания «Дельта Принт Т» с 1998 г. занимается производством упаковки, являясь специализированным предприятием с развитыми техническими

возможностями, которые позволяют предлагать рынку оригинальные, современные решения в области упаковочного производства. Сегодня основную категорию заказчиков типографии составляют производители парфюмерии, косметики и фармацевтической продукции. В силу этого заметная часть изготавливаемой упаковки выполняется на сложных материалах — металлизированных и ламинированных картонах, пластике, дизайнерских бумагах и картонах. Как правило, технология производства такой упаковки предполагает использование УФ-печати и искусное соединение различных техник послепечатной отделки, что позволяет получить премиальный продукт, выигрышно представляющий содержимое упаковки и привлекающий интерес потребителя. Для заказчиков такой упаковки типография предоставляет практически неограниченные возможности по декоративной отделке материала — использование различных

лаков, в том числе для создания twin-эффектов или имитации поверхности soft-touch, тиснения фольгой и конгрева для создания объемных элементов, ламинирования различными видами пленок и многое другое. Одной из интересных техник облагораживания упаковки, которую активно использует типография в своей практике, является микроблентование. С помощью микроблента — нанесения узора из четких и тонких конгревных линий — можно придать оригинальный рельеф поверхности бумаги или картона, создать любую структуру, имитирующую дизайнерские материалы, или добиться уникальных оптических эффектов.

Продукцию, для которой «Дельта Принт Т» производит упаковку, в основном нельзя назвать предметом первой необходимости. В конечном счете, использование парфюмерии и косметики можно заметно ограничить, а вот для самих производителей парфюмерной воды и косметических средств упаковка



Парк печатного оборудования компании «Дельта Принт Т» — пятикрасочная машина Komori Lithrone S29+L и шестикрасочная Rapida 75 Pro с секцией УФ-лакирования



На предприятии работают две фальцевально-склеивающие линии

является частью политики продаж, что не позволяет им рассматривать бюджетные решения применительно к внешнему оформлению, на основе которого потребитель зачастую принимает решение о покупке нового аромата или косметической серии. Именно поэтому парфюмерно-косметическая упаковка изобилует сложной декоративной отделкой и оригинальными дизайнерскими подходами.

Импортозамещение

Как отмечает Максим Владимирович, несмотря на ограничительные меры в связи с пандемией, просевшую экономику и в целом спад потребительского спроса, типография работает в динамичном режиме: «Объемы заказов у нас заметно выросли после переезда, да и сейчас к концу года мы видим стабильный портфель заказов. Очевидно, что рынок упаковки высококонкурентный, но даже невзирая на это, многие из тех клиентов, которые по ряду причин в свое время переводили часть заказов в другие типографии, сегодня вернули их на наше предприятие. По некоторым заказчикам объем производствакратно увеличился по сравнению с прошлым годом».

Одной из причин, объясняющих такое поведение сегмента парфюмерно-косметической упаковки, Максим Евлампиев называет импортозамещение: «К сожалению, уровень жизни в нашей стране, по моему мнению, на протяжении последних лет снижался, а пандемия и вовсе сократила доходы многих семей. Все это приводит к тому, что людям приходится отказываться от привычных продуктов или выбирать более дешевые аналоги. Этот принцип справедлив и для парфюмерно-косметической отрасли. Например, те, кто раньше покупал парфюмерию за 100 евро, уже с трудом представляют себе такую покупку. Сегодня большинство парфюмерно-косметических отечественных компаний предлагают продукцию в разы дешевле, при этом качество отечественного продукта растет. Можно уверенно говорить о том, что многие парфюмерные и косметические компании в России реально научились делать хороший продукт. Те явления, которые мы наблюдаем — увели-



Промышленные прессы для вырубки и тиснения разных производителей



В начале этого года типография приобрела автоматическое устройство для удаления облоя и разделения заготовок, что повысило эффективность и качество технологической операции



Для раскроя макета коробок используется режущий плоттер



Косметическая упаковка зачастую требует наличия прозрачного пластикового окна. Вклейка окошек выполняется на данной производственной линии



Оборудование для микроблинтования, с помощью которого можно придать оригинальный рельеф поверхности бумаги или картона или добиться уникальных оптических эффектов. Технология микротиснения часто используется в отделке премиальной упаковки



Трафаретная линия для нанесения лаковых покрытий на оттиск

чение объемов производства парфюмерной упаковки, связаны, скорее всего, с переориентацией потребителей с зарубежных парфюмерно-косметических брендов на отечественные.

Генеральный директор компании «Дельта Принт Т» отмечает увеличение количества заказов не только парфюмерной упаковки, но и других видов. «Некоторый рост мы всегда наблюдаем за счет того, что появляются новые заказчики, которые обращают внимание на наши полиграфические возможности, — в основном это небольшие компании, стартапы, с новыми продуктами и идеями, с которыми мы растем вместе и выстраиваем долгосрочные отношения, — отмечает Максим Владимирович. — Как правило, многие новые заказчики сами нас находят с помощью сарафанного радио. Это очень ценно для нас! Мы давно отошли от поиска заказчиков по принципу «холодных звонков». Хотя до сих пор сотрудничаем с клиентами, которых нашли именно таким способом. Сегодня, на наш взгляд, это не эффек-

тивный способ поиска заказчиков, который вызывает лишь раздражение со стороны потенциальных клиентов. Сейчас основным нашим маркетинговым инструментом является интернет-сайт, который приносит определенные результаты в пополнении клиентской базы. Наша задача — грамотно обработать обращения и представить наши возможности».

Стремительный переезд

В процессе довольно динамичной работы типография «Дельта Принт Т» в апреле вынуждена была решать вопрос с поиском новой производственной площадки. Причем срочно. «Так сложились обстоятельства, что мы должны были до конца мая освободить арендованное помещение, — рассказывает Максим Евлампиев. — Переезд для типографии, надо сказать, непростое дело. Наша типография с 2000 г. нигде не переезжала и постепенно росла в пределах одной площадки с 400 м² до 2500 м². Еще утром 30 апреля мы не знали, куда переедем. Найти в Москве подготовленное для нашего производства помещение с достаточными мощностями по электроэнергии довольно сложно. Тем не менее оно нашлось в районе Кожухово, и 12 мая мы уже начали такелаж оборудования. В общей сложности демонтировали, перевезли и вновь ввели в эксплуатацию 250 тонн высокотехнологичного оборудования! У нас всего было три недели для того, чтобы освободить помещение. Чтобы уложиться в короткие сроки, мы использовали весь возможный ресурс: вся наша команда работала без выходных, привлекли лучших такелажников и сервисные службы всех поставщиков имеющегося у нас оборудования — Koenig&Bauer, «ЯМ Интернешнл», «ВИП-Системы», «Терра Принт» и других. Все люди и все компании без исключения с пониманием отнеслись к ситуации и отработали очень слаженно во всех отношениях. И это притом, что процесс переезда усложнялся действием ограничительных мер, пропускным режимом. Тем не менее мы уложились в сроки и постарались не останавливать выпуск готовой продукции ни на один день, чтобы не подвести наших заказчиков».

Особенность производственной базы типографии в том, что она оснащена двумя офсетными печатными машинами, из которых одна предназначена для УФ-печати — шести-красочная Rapida 75 Pro с секцией лакирования концерна Koenig&Bauer. «Заказы, которые предполагается печатать на нашем флагмане с помощью УФ-технологии, невозможно перекинуть на другую машину, — отмечает Максим Владимирович. — К сожалению, в связи с переездом мы не смогли в срок выполнить часть заказов под офсетный УФ. Однако стоит отдать должное, все наши клиенты вошли в положение, сохранили с нами контракты и продолжают сотрудничать».



Размотка и резка рулонного картона на листы заданного формата позволяет сократить отходы материала



В типографии самостоятельно ламинируют картон металлизированной пленкой, что положительно сказывается на ценообразовании

KOENIG & BAUER

We print
your world



Мы комбинируем краски и запечатываемые материалы друг с другом, обеспечивая безграничное разнообразие печатной продукции. Уже более двухсот лет.

Потому что печать – это наш мир.

koenig-bauer.com
www.kba-print.ru
(495) 782-13-77

we're on it.



Зачастую производители парфюмерии заказывают упаковку из металлизированного картона



Серия парфюмерной упаковки с использованием пантонов при печати и тиснения разными видами фольги



Вариант полноцветной упаковки без декоративной отделки



Стильная упаковка для парфюмерии с микротиснением для создания фактуры на картоне

Переезд — это своего рода опыт реагирования в сложных, стрессовых ситуациях, умение организовать и быстро принимать решения, проверка человеческих отношений и испытание на прочность в конце концов. И этот опыт оказался для нас положительным. Мы смогли осуществить переезд в сложное время и при этом ничего не потерять — ни сотрудников, ни заказчиков, ни партнеров по бизнесу».

Производство по фэн-шую

Новое помещение — большой цех open space с 12-метровыми потолками — дало возможность иным образом организовать производственный про-

цесс. «Открытое пространство нашей новой площадки позволило расположить оборудование таким образом, чтобы весь цикл производства укладывался в одну логическую схему передвижения

«материал—полуфабрикат—готовая продукция», — поясняет Максим Владимирович. — Мы ушли от лифтов и маленьких помещений. Организовали вертикальный склад хранения готовых тиражей и материала, что обеспечивает нам использование дополнительного места. Расположение производства в одной плоскости позволяет не только лучше контролировать процесс производства, но и упрощает внутреннюю логистику, в значительной степени мотивирует сотрудников к сплоченной работе в команде. Однако большое пространство преподнесло и неожиданности — мы увидели, что совершенно иначе работает система увлажнения на печатных машинах, особенно на более сложной УФ-технологии, на Rapida 75 Pro. На предыдущей нашей площадке специально под эту машину мы построили цех: установили климат-контроль, чтобы обеспечить необходимые параметры температуры и влажности для корректной работы оборудования. Однако в большом помещении организовать подобное в короткие сроки довольно сложно. Мы, конечно, нашли временное решение, и машина неплохо работает. Тем не менее поставили перед собой задачу как можно быстрее организовать климат-контроль и в новом помещении, чтобы все было, что называется, по фэн-шую. Поставим ав-

томатическую систему вентиляции, смонтируем систему увлажнения, позаботимся о проходной системе, видео-контроле и т. д.».

Как рассказал Максим Владимирович, с их флагманом, оборудованием Koenig&Bauer, за все время эксплуатации это, пожалуй, одна из немногих проблем, и то случившихся по причине несоблюдения требуемых правил эксплуатации в связи с переездом. «У нас очень мало обращений в сервисную службу по машине Rapida 75 Pro, — признается генеральный директор «Дельта Принт Т». — За все время работы машина нас ни разу не подводила. Да, она сложная, что требует ответственного подхода, но с другой стороны, в ней реализовано множество интересных инноваций, которые позволяют нам успешно конкурировать на узкоспециализированном рынке упаковки. Мы были первыми владельцами подобной модели машины в России, и на этапе освоения оборудования сервисные инженеры Koenig&Bauer внимательным образом отнесли к нашим замечаниям и просьбам и даже внесли соответствующую модернизацию на некоторые узлы. В результате мы получили машину такой, какой хотели ее видеть. Сегодня у нас большая часть заказов выполняется на УФ-машине, в том числе с использованием пантонов, на металлизированном картоне, при этом машина позволяет быстро переходить с одного тиража на другой. Многие удивляются, что приладка занимает так мало времени, и на это уходит небольшое количество приладочных листов. На практике мы убедились, что на простых триадных работах приладка осуществляется не более чем на 50 листах. Бывает, что за 12-часовую смену у нас выполняется по 12 приладок. Когда мне рассказывали такие вещи, я не верил, но оказалось, что теперь так действительно происходит и на нашем производстве».

В целом в компании «Дельта Принт Т» положительно оценивают произошедшую смену месторасположения. В типографии отмечают, что по-прежнему около 20% заказов печатаются в присутствии клиента, поэтому близость текущей площадки к метро и центру города позволит заказчикам удобнее добираться до производства.

Заглядывая в будущее

Спустя несколько месяцев после переезда в «Дельта Принт Т» уже задумались о применении новых технологий в производстве упаковки, которые позволят изготавливать новые виды продукции. Компания уже подписала контракт на поставку новой фальцевально-склеивающей машины с интересными новыми возможностями, анонс которой запланирован на конец года. Идей и планов у компании много. Максим Владимирович заверил, что к новому 2021 г. типографии будет что представить рынку — не только обновленное производство, но и новые технологические возможности. ■

Контроль качества, или Стандарты фармацевтической индустрии

Бизнес московской типографии «Внешторгиздат», являющейся одним из крупных игроков на полиграфическом рынке, главным образом ориентирован сегодня на производство упаковки, более 60% заказов на которую приходится на фармацевтическую отрасль. Около 20 лет назад предприятие сделало данное направление одним из приоритетных в своей деятельности и планомерно выстраивало производство в соответствии с требованиями фарминдустрии к качеству самой упаковки, безопасности используемых расходных материалов, прозрачности технологического процесса. Производственная база типографии постепенно приобретала черты ведущих европейских полиграфических предприятий, работающих в аналогичном сегменте. Одним из недавних приобретений этого года, укладывающихся в данную концепцию формирования промышленного парка оборудования, стала фальцевально-склеивающая машина BOBST ExpertFold, оснащенная

системой контроля качества заготовок ACCUCHECK. Генеральный директор типографии «Внешторгиздат» Кирилл Игоревич Чекалин рассказал, как компания пришла к ответственному производству фармацевтической упаковки и без чего не мыслим бизнес в этом сегменте.

Повышенные требования

Еще задолго до слияния с издательско-полиграфическим объединением «Внешторгиздат» (ВТИ) Кирилл Игоревич Чекалин с компаньоном начали строить бизнес в области полиграфического производства. Сотрудничество в 1990-х гг. с рядом компаний, выпускавших лицензионную видеопroduкцию, положило начало одному из первых удачных направлений деятельности по производству упаковок для видеокассет, а затем и диджипаков. Типография покрывала порядка 30% рынка видеоиндустрии. Из собственной техники на тот момент предприятие имело только вырубные прессы и обеспечивало склейку упаковки вручную. Для выполнения других



Кирилл Игоревич Чекалин,
генеральный директор,
Типография «Внешторгиздат»
[Москва]

задач, как правило, приходилось арендовать площадки с полиграфической техникой. В середине 1990-х гг. начинают развиваться открыточные компании в России, что позволило типографии предложить им свои услуги по выполнению сложных отделочных работ, которые были уже апробированы на обложках диджипаков. Сохранившиеся с тех времен образцы, которые показал Кирилл Игоревич, поражают тем, что на простом оборудовании удавалось создавать металлизированные и объемные эффекты и многое другое.

Знакомство с фармацевтическими компаниями в 2000 г. потребовало новых подходов к организации произ-



Печатные мощности типографии «Внешторгиздат» представлены двумя пятикрасочными машинами Roland R705L Hi Print компании manroland. Одна из них оснащена для работы с УФ-красками, а другая — с обычными масляными



На предприятии сохранился в хорошем рабочем состоянии двухкрасочный Speedmaster



Двухкрасочная Planeta была переделана под лакировальную линию



Печатные формы изготавливаются на высококачественных пластинах Fujifilm Superia LH-PLC

водства. «Когда у нас стали появляться первые заказы на лекарственную упаковку, мы столкнулись с совершенно новыми для себя стандартами качества продукции, — отмечает Кирилл Игоревич. — Стало очевидно, что необходимо оснащение более высокого класса, иные способы организации производства, которые соответствуют требованиям промышленного выпуска продукции для фармацевтической отрасли. Тогда у нас появилась первая собственная печатная машина — двухкрасочный Speedmaster 102, который позволил печатать более качественные работы и вывел наше предприятие на высокий уровень полиграфического исполнения. Несмотря на то, что за эти годы у нас сменилось не одно поколение техники, этим стандартам мы следуем и по сегодняшний день — к выпускаемой продукции у нас всегда повышенные требования».

Типография обновила не только печатную технику. В 2001 г. на предприятии была установлена первая фальцевально-склеивающая линия BOBST. Оборудование на тот момент отработало несколько десятилетий, но выдавала продукцию по-швейцарски исправно. Вскоре добавилась и вторая линия для фальцовки и слейки коробок, также далеко не новая. Тем не менее наличие профессиональной техники позволило серьезно развиваться в области изготовления фармацевтической упаковки.

Слияние

С переездом в здание «Внешторгиздата» на Новгородской, д.1 для компании начинается новая история. В середине 2000-х гг.

издательско-полиграфическое объединение ВТИ, которое в свое время входило в число образцовых полиграфических предприятий страны и выпускало издания на русском и иностранных языках, играя определенную роль во внешне-торговых отношениях, постепенно утрачивало свою значимость. Слияние с ВТИ позволило объединить производственные мощности, сохранить имя «Внешторгиздата» и вдохнуть новую жизнь в предприятие, получив при этом возможность развиваться. «Мы всегда играли на разных сегментах рынка, — отмечает Кирилл Игоревич. — Объединившись с ВТИ, мы продолжили традицию выпуска книжных изданий, однако и собственные направления бизнеса активно развивали. Мы долго спорили с компаньоном: что лучше — книги или упаковка? Постепенно профиль компании сместился в сторону упаковочного производства. Сегодня в структуре наших заказов 60% занимает фармацевтика, 20% парфюмерно-косметическая упа-

ковка, 15% открытки и 5% — пищевая упаковка».

Индустрия упаковки

Развивая бизнес в области производства упаковки, в типографии пошли на серьезное перевооружение. «Со временем задачи, которые ставили перед нами фармацевтические предприятия, становилось все сложнее выполнять на имеющемся у нас оборудовании. Красочность работ увеличивалась, причем по большей части приходилось использовать пантоны, все чаще появлялась фармупаковка на металлизированных материалах, для запечатки которой требовалась УФ-технология. Наше предприятие одним из первых на российском рынке стало осваивать процесс печати УФ-отверждаемыми красками, еще на этапе нашего производства диджипаков. Одну из машин Heidelberg, которая имела на тот момент, мы также переделали под УФ-печать. Однако клиенты становились все требовательнее, а заказы все более серьезными, поэтому нам необходимо было полностью



Вырубной пресс BOBST NovaCut с функцией удаления облоя сводит к нулю вероятность получения заготовок с заломами или другими дефектами

модернизировать парк печатных машин», — рассказывает Кирилл Игоревич Чекалин.

В 2009 г. в типографии «Внешторгиздат» устанавливается новая пятикрасочная офсетная машина с секцией УФ-лакирования Roland R705L Hi Print. «К тому моменту мы уже были готовы переходить на УФ-технологии, так как наработали большой опыт печати по непитьвающим материалам сначала фольевыми, а затем и УФ-отверждаемыми красками на предыдущем оборудовании. Когда встал вопрос выбора новой печатной машины, конечно, рассматривали варианты нескольких производителей. Нам удалось побывать на заводе mangoland, где увидели, насколько безупречно машины выкатывают плашки. А это одна из непростых задач при печати упаковки. Решающим аргументом, пожалуй, оказалось посещение типографии в Германии, которая печатает упаковку для мировых люксовых брендов. Там работают только на машинах mangoland, а из послепечатки в основном BOBST», — аргументировал Кирилл Игоревич.

В типографии поначалу рассматривали покупку гибридной версии печатной машины, однако, как сказал Кирилл Игоревич, «это неправильная постановка задачи для производства». В итоге в типографии «Внешторгиздат» решили разделить технологии, и вскоре после установки УФ-машины mangoland к ней добавилась вторая пятикрасочная листовая офсетная машина Roland R705L Hi Print с секцией ВД-лакирования для печати масляными красками.

«Наличие двух офсетных машин с разными технологиями печати полностью покрывает задачи производства, — отмечает генеральный директор типографии «Внешторгиздат». — Заметную часть работ мы выполняем на непитьвающих материалах (металлизированном картоне, пластике), но другая часть заказов требует стандартных подходов к печати, где использовать УФ-технологии нецелесообразно. Поэтому две машины дополняют друг друга. Для нас качество и стабильность печати превыше всего, поэтому мы не разгоняем машины до предельных скоростей, нам важен итоговый результат, а в нем сомневаться не приходится — вне зависимости от сложности работы качество обеспечивается на высоком уровне».



В типографии довольно много заказов изготавливают на металлизированном материале. Ламинирование картона металлизированной пленкой здесь выполняют на собственном оборудовании, что позволяет предоставить заказчикам конкурентные цены

Автоматизация

Высокопроизводительное печатное оборудование потребовало модернизации и послепечатного участка. Замена подлежали фальцевально-склеивающие линии с многолетним стажем. Им на



Фальцевально-склеивающая линия BOBST ExpertFold оснащена системой контроля качества ACCUCHECK, которая позволяет отбраковать дефектную продукцию, не соответствующую образцу



В начале 2020 г. в типографии «Внешторгиздат» была установлена новая автоматизированная фальцевально-склеивающая линия BOBST ExpertFold последнего поколения. Комплектация машины с возможностью трехточечной склейки оптимально подходит для производства фармацевтической упаковки



Помимо фармацевтической упаковки (образцы в силу договорных обязательств с заказчиками не демонстрируются), типография «Внешторгиздат» изготавливает парфюмерно-косметическую, а также кондитерскую упаковку, которая также часто выполняется на металлизированном картоне с применением отделки фольгой, различных видов лакирования и конгревного тиснения

смену приобрели новую линию BOBST Amazon для фальцовки и трехточечной склейки коробок с одним боковым швом или со складным дном. Позднее к ней добавилась вторая линия, правда, с пробегом, BOBST Media, которая по-прежнему работает на предприятии. «Я не видел лучше машин, чем BOBST по фальцовке и склейке, — говорит Кирилл Игоревич. — С 2001 г. мы работаем исключительно на фальцевально-склеивающем оборудовании этого производителя. Фармацевтические компании с каждым годом ужесточают требования к упаковке,

это касается и внешнего вида, и технических характеристик, и используемых материалов, также существуют специфические требования к параметрам упаковки, которые влияют на собираемость пачек и их содержимого на автоматических линиях фармацевтического производства. В свою очередь, это подталкивает нас к автоматизации на всех производственных участках. Например, до определенного момента мы справлялись с вырубкой заготовок на тигельных прессах Yawa, однако необходимость в повышении качества и скорости вырубных операций привела к появлению более автоматизированного оборудования, поэтому с 2015 г. мы используем вырубной пресс BOBST NovaCut с функцией удаления облоя, что, безусловно, сводит к нулю вероятность получения заготовок с заломами или другими дефектами».

Визуальный контроль

«Контролю качества конечной продукции мы уделяем особое внимание, — продолжает Кирилл Игоревич. — У нас всегда существовал отдел контроля качества, где опытные сотрудники вручную просматривали тираж на наличие различных расхождений с эталоном. Однако когда тиражи превышают несколько миллионов коробок, а таких заказов сразу несколько, то с помощью ручной сортировки с такими объемами справиться невозможно, особенно, как это обычно бывает, за короткий срок. Собственно, эта особенность фармацевтической упаковки — неравномерная загрузка предприятия с резкими пиками, на которые приходится выполнение заметных объемов — подтолкнула нас к решению автоматизировать процесс контроля качества коробок».



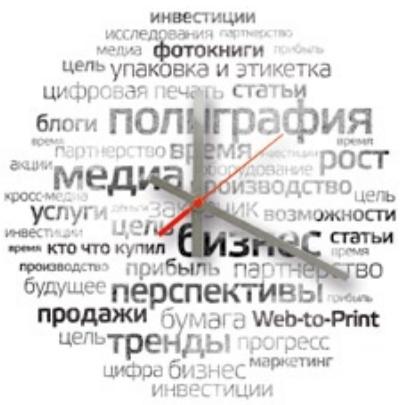
Производством открыток типография занимается более 20 лет



Печать на лентиккулярном пластике возможна благодаря УФ-технологии

склейки ориентирована под производство фармацевтической продукции. Монтаж и запуск оборудования пришелся на начало 2020 г.

«Фармацевтам важен не столько дизайн, сколько постоянство качества, — поясняет Кирилл Игоревич. — Без контроля качества упаковки с фармацевтическими предприятиями работать нельзя. У нас вся продукция проходит отбраковку. Задача покупки системы ACCUCHECK состояла как раз в том, чтобы автоматизировать процесс выборки дефектной продукции. Особенно актуально повышать скорость прохождения заказов в пиковые периоды работы. Главное



Информационно-аналитический портал для тех, кто принимает решения

Print Daily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:

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

Вместе с Издательством «Курсив»



преимущество, которое получает типография в данном случае, это возможность в единицу времени сделать большой объем продукции и сдать заказ в срок. С ручной сортировкой этого не добьешься никогда. Так что результатом покупки новой фальцесклейки с системой контроля качества мы очень довольны. Полагаю, мы бы просто не справились с наплывом продукции, который периодически случается».

Этап фальцовки и склейки является завершающим в производственной цепочке, поэтому важно, чтобы заказчик получил тираж без каких-либо отклонений от исходного шаблона. Система контроля ACCUCHECK монтируется в линию на фальцевально-склеивающей машине, проверяя коробки еще до операции склейки на наличие расхождений по цвету, марашек, царапин, четкости изображения и текста, четкой геометрии заготовки, точности тиснения фольгой и лакирования и т. д. Дефектная упаковка удаляется из машины таким образом, что ее уже не получится использовать повторно, это гарантирует качественную отбраковку изделий. «Тем не менее систему ACCUCHECK необходимо «обучать» и правильно настраивать, — отмечает Кирилл Игоревич. — Дело в том, что у нас много коробок на металлизированном картоне или с отделкой фольгой, которая дает блики. Преломление света зачастую воспринимается системой как брак, и хороший экземпляр может по ошибке оказаться в числе дефектных. Чтобы этого не происходило, нужно настраивать поля, по которым будет проводиться отбраковка. Но это несложная техническая процедура. Сегодня задача по автоматическому контролю качества упаковки у нас полностью лежит на ACCUCHECK. Предоставление заказчику продукции без видимых и технических дефектов является на сегодняшний день стандартом в сегменте производства фармацевтической упаковки, без которого невозможно оставаться конкурентоспособным на рынке.»



Упаковка различных размеров — от мегакоробок в качестве POS-материалов до небольших конструкций разной формы, в том числе с фигурной вырубкой с последующей клеейкой прозрачного окошка

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1,89 м под заказ, срок исполнения в течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.
От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок
На большие и постоянные объемы - скидки!



БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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



КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ



КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ



ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ



КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ



САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ



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

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

г. Санкт-Петербург,
ул. Химиков 18

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

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

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50
e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

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

Универсальный подход, или Как повысить привлекательность типографии



Артём Распопов,
генеральный директор,
типография «Принт-Хаус»
[Н. Новгород]

Многие дальновидные типографии, специализирующиеся на изготовлении рекламно-представительской продукции, еще несколько лет назад начали интересоваться в том числе и другими областями полиграфического производства и постепенно диверсифицировать собственный бизнес. В сложной экономической ситуации, которая усугубилась ограничениями в связи с распространением эпидемии коронавируса, таким предприятиям оказалось легче переживать трудные времена. Нижегородская типография «Принт-Хаус» давно пошла по пути освоения разных сегментов полиграфии, считая универсальный подход

наилучшим решением для поддержания и развития полиграфического бизнеса.

Прибыльный бизнес

На нижегородском рынке типография «Принт-Хаус» начала работу с 2007 г. Как пояснил ее генеральный директор Артём Распопов, еще до появления производственной компании ему приходилось иметь дело с полиграфическими заказами, поэтому некоторый опыт работы в отрасли уже был: «Мы начинали с простейшей цифровой машины, точнее принтера OKI, и минимального набора послепечатных устройств, с помощью которых выполняли незамысловатые заказы на полиграфическую продукцию наподобие визитных карточек. Даже с таким оснащением получалось вести прибыльный бизнес, и мы решили заняться им более основательно. Типографию растили своим трудом. Сторонних инвесторов никогда не привлекали. Возможно, поэтому у нас шло довольно ровное постепенное развитие без стремительных скачков. Нашей первой серьезной покупкой стала офсетная машина Ryobi 3302. Она отлично подходила для печати по готовым конвертам. Таких заказов мы выполняли довольно много. К сожалению, такой бизнес быстро закончился».

Вскоре к первой печатной машине добавилась еще одна, но уже более

продвинутой серии — Ryobi 512. «На этом оборудовании мы уже начали активно печатать цветную продукцию, хотя, конечно, на двухкрасочной машине это было сделать не так просто, — признается Артём. — В компании тогда работало немного сотрудников, и мне самому приходилось осваивать все производственные процессы: светить формы, учиться печатать на машине и т. д. Надо сказать, что эти навыки сильно помогли в перспективе. Постепенно мы расширяли круг заказчиков, и наши объемы производства увеличивались. Мы освоили изготовление многостраничной продукции, в частности рекламных каталогов. Одновременно с этим пришло понимание, что при использовании двухкрасочной машины не всегда можно спрогнозировать конечный результат, особенно при печати сложных работ. Мы задумались о четырехкрасочной машине».

Техника другого уровня

Изначально в типографии была установлена четырехкрасочная машина китайского производителя.



Основу печатного парка типографии «Принт-Хаус» составляют машины компании Heidelberg: две четырехкрасочные полуформатные Printmaster 74 и Speedmaster 52-4+L Anicolor формата A3



Помимо офсетной технологии, типография «Принт-Хаус» использует также возможности цифровой печати для того, чтобы предоставить клиентам максимально удобные условия для изготовления всего пакета печатных материалов

«Машина была с очень маленьким пробегом — до нас ее приобрел какой-то стартап, желавший начать полиграфический бизнес, но довольно быстро понял, что все не так просто, как кажется, и поспешил из этого бизнеса выйти, — рассказывает Артем. — Так что машина нам досталась недорого и почти новая. На ней мы вполне успешно освоили процесс изготовления продукции, не требующей высокого качества цветной печати. На очередном витке развития компании нам в коллекцию печатной техники попала машина Heidelberg M-Ofset. Так произошло наше знакомство с компанией Heidelberg и ее оборудованием. Было очевидно, что это техника другого уровня. Мы смогли освоить производство полноцветной продукции

высокого качества, что позволило привлекать серьезных заказчиков».

В результате, как выразился Артем, постепенно в компании накопилась «критическая масса», что позволило начать «обрастать» техникой компании Heidelberg. Взамен M-Ofset и продукции китайского машиностроения в типографии появились две четырехкрасочные машины Printmaster 74 от компании Heidelberg. «Как я уже говорил, развиваться мы могли, ориентируясь только на собственные средства, которых всегда было немного, поэтому оборудование приобретали не новое, но в хорошем состоянии. Обе наши машины мы брали с пробегом около 50 млн отт., и ни разу не пожалели об этом. Сейчас на них пробег более 150 млн отт., и никаких претензий к качеству к ним нет».



Печатные формы выводятся на СтР-устройстве Supraletter A75

Инвестиции в послепечать

Одновременно с развитием печатной базы в типографии активно инвестировали в послепечатные процессы. Постепенно в «Принт-Хаус» появилось послепечатное оборудование производства Heidelberg: вкладочно-швейно-резальный



В типографии «Принт-Хаус» активно инвестируют в послепечатные процессы. Часть послепечатного оборудования на предприятии производства компании Heidelberg: машина бесшвейного скрепления Eurobind 1300, вкладочно-швейно-резальный агрегат ST-350, резальные устройства Polar, фальцевальное оборудование Stahlfolder



Производственный комплекс для изготовления многополосной продукции: листоподборочные линии, фальцевальные машины и т. д.

любой сложности. Мы всегда стремились углублять наши отношения с заказчиками, стараясь стать для них надежным партнером, которому можно доверить производство всего пакета необходимой печатной продукции. С этой целью мы приобрели также цифровую печатную машину. Как такового бизнеса на ней не делаем, это, скорее, возможность предоставить клиентам определенный уровень сервиса. Если у крупного заказчика периодически возникает потребность в визитных карточках, пусть он лучше получит их от нас, чем будет искать на стороне».

Диверсификация бизнеса

Параллельно с развитием послепечатных процессов продолжалась и модернизация печатной базы. Для работы с объемными изданиями типография приобрела печатную машину Speedmaster 52-4+L Anicolor, позволяющую выполнять приладку за несколько минут при минимальных затратах бумаги. В прошлом году в типографии появилась машина Ryobi 924, с помощью которой удалось наладить производство многостраничной продукции по тетрадной технологии.

«В последние несколько лет мы ощущали, что рынок рекламно-коммер-

аппарат ST-350, машина бесшвейного скрепления Eurobind 1300, фальцевальное оборудование Stahlfolder формата А1, резак Polar и т. д. Доверие к производителю оказалось высоким.

Артем пояснил, что по мере развития бизнеса в типографии стали появляться многотиражные заказы — рекламные каталоги, буклеты, листовки, периодика. Это потребовало инвестиций в расширение возможностей по послепечатной обработке и отделке. «Мы сознательно развивали наш парк послепечатного оборудования, — поясняет Артем. — Работая в рекламно-коммерческом сегменте, нужно быть готовым к тому, что могут оказаться заказы самых разных видов. Для активной работы с клиентами нужно уметь справляться с задачами



С целью диверсификации бизнеса в типографии наладили производство самоклеющейся этикетки на машинах флексографской печати



Типография «Принт-Хаус» производит упаковку и этикетку средней тиражности для различных видов промышленности



Одним из направлений бизнеса «Принт-Хаус» является производство упаковочной продукции. На предприятии имеется комплекс вырубного и фальцевально-склеивающего оборудования для изготовления картонной упаковки



Многополосная продукция (каталоги, журналы), а также календари – традиционные заказы для типографии

ческой продукции постепенно сжимается, – делится Артем. – Конкуренция на нем растет, особенно в нашем городе, где много типографий. Большинство из них (и мы в том числе) в основном работают на рынок других городов (в частности Москвы). Поэтому еще пару лет назад мы задумались о диверсификации бизнеса в сторону производства упаковки. Мы понимаем, что рынок этот не простой и не свободный, но решили попробовать себя на этом поприще. Безусловно, для работы в данном сегменте нужно специальное послепечатное оборудование. Вырубной пресс у нас уже был – мы часто брали

заказы на рекламную продукцию, требующую вырубки или высечки. По сути, для работы с упаковкой нам нужно было оборудование для фальцовки и склейки. И мы его приобрели, что дало возможность уверенно работать в данном сегменте. Мы не гонимся за огромными тиражами, понимаем, что для этого есть более приспособленные типографии. Не претендуем на упаковку премиального сегмента. Мы нацелены на стабильное производство упаковки средней тиражности для пищевой, фармацевтической, кондитерской промышленности и т. д. Оказалось, что на данные услуги есть немало заказчиков. Возможность производства упаковки позволила нам относительно безболезненно пережить пандемию и всеобщие ограничения».

Типография «Принт-Хаус» продолжает успешно развивать бизнес в разных полиграфических сегментах. Не так давно на предприятии появилась флексографская печать. «Анализ потребностей наших клиентов показал, что среди них есть немало таких, кому нужны самые разные виды полиграфической продукции: и рекламная, и упаковочная, и этикеточная (самоклеяющаяся этикетка). Мы пришли к мнению, что должны иметь возможность производить всю необходимую продукцию, поэтому развиваем наши технологии под задачи клиентов. Это позволяет существенно упростить переговорный процесс, взять на себя решение вопросов, касающихся производства печатной продукции, и тем самым существенно повысить собственную привлекательность в глазах заказчика», – отмечает Артем. С мнением генерального директора типографии «Принт-Хаус» нельзя не согласиться. Разнообразие услуг, которые заказчик может получить в рамках одного производственного предприятия, наличие сервиса и понимание запросов клиента играет сегодня важнейшую роль в маркетинге типографий. ■

Расходные материалы

Превосходство успешных технологий. Heidelberg Saphira.

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

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

➔ www.heidelberg.com/ru/saphira

HEIDELBERG

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



Saphira

Бизнес в третьем формате, или Баланс между оперативностью и тиражом



Владимир Подшивалов,
генеральный директор,
«АППАРЕЛЬ-Полиграфия»
[Ярославль]

В полиграфической отрасли не так много осталось предприятий, которые, помимо коммерческой деятельности, несут и социальную ответственность. «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» одна из немногих компаний в Ярославской области, специально созданная для поддержки и создания рабочих мест для людей с ограниченными возможностями. И в этой связи слово «аппарель» (с фр. яз. «аппарат, устройство» — наклонная площадка или платформа, соединяющая две плоскости, расположенные на разной высоте, чтобы беспрепятственно обеспечить перемещение с одного уровня на другой) в названии типографии не слу-

чайно. Иными словами, типография является своего рода мостом, который позволяет людям с различными недугами адаптироваться к нормальным условиям жизни, освоить профессию, получить рабочее место и финансовую независимость.

Социальная направленность

Компания «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» работает на рынке более 20 лет, с 1997 г., и создавалась как производственная структура общества инвалидов, точнее Ярославского регионального отделения Межрегиональной Общественной организации Ассоциация инвалидов «АППАРЕЛЬ». Как рассказал генеральный директор «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» Владимир Подшивалов, у данной общественной организации была задумка основать производство, чтобы дать возможность социализироваться своим подопечным за счет выполнения посильной для них работы в рамках производственной компании. На тот момент Владимир уже организовал ко-пировальный салон в Ярославле. Объединив идейные наработки и энергию председателя совета Ассоциации молодых инвалидов России Костина Станислава Георгиевича с полиграфическим опытом текущего генерального директора «АППАРЕЛЬ-Полиграфия», компания получила старт своего развития.

«В типографии всегда присутствует довольно много ручного труда, — отмечает Владимир, — и по задумке основателей компании, этот труд могут выполнять

люди с ограниченными возможностями здоровья. Подобрать такого человека, который, во-первых, хочет, а во-вторых, может выполнять работу руками не легко. Через нас прошло очень много людей, которые пробовали свои силы, однако далеко не каждый может справиться с поставленной задачей и стабильно выдавать качественный результат. Поэтому мы систематично подбирали кадры, стараясь найти работу по силам. Здесь главное понять, что человек может делать. У каждого есть узкое направление деятельности, в котором он в состоянии раскрыться. И мы помогаем реализовать такую возможность тем, кто к нам обращается. Если у человека есть заинтересованность и желание работать, то мы найдем ему такую работу. Сейчас у нас сформировался стабильный коллектив, в котором трудятся 7–8 человек инвалидов. Это 50% коллектива».

Несмотря на то, что «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» несет социальную нагрузку, предприятие является коммерческой организацией и работает с заказчиками



Цифровой парк оборудования компании «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» за последние три года пополнился тремя печатными машинами Konica Minolta — двумя монохромными AccurioPress 6136 и полноцветной AccurioPrint C3070L



Параллельно с цифровой печатью в типографии используют и офсетную технологию на базе двух- и четырехкрасочной машин Ryobi

не только своего города, но и всей Ярославской области, а бывает и со столичными клиентами.

«Нам, конечно, помогают. И помогают наши заказчики, которые, обращаясь в типографию, видят, что мы поддерживаем людей с ОВЗ, предлагают свою помощь. Мы просим помочь работой. Чем больше будет заказов, тем больше у нас будет возможности создавать рабочие места», — отмечает Владимир.

Рассказывая о мерах поддержки предприятия, Владимир также упомянул, что на сегодняшний день существуют краткосрочные федеральные программы, позволяющие на испытательный срок предоставить сотруднику с ограниченными возможностями здоровья компенсировать часть зарплаты из государственных бюджетных средств. Также на встрече с губернатором Ярославской области Дмитрием Юрьевичем Мироновым обсуждалась программа субсидирования части зарплаты у работающих на постоянной основе инвалидов, которая

Однако в наше время без хорошего оснащения, тем более в полиграфии, не выжить. Поэтому мы стараемся развивать наши технологические возможности, следуя за запросами клиентов».

Сочетание технологий

Когда «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» только делала первые шаги на рынке, в ее распоряжении были лишь ризографы. Компания работала как копи-салон, выполняя любые мелкие заказы. Тем не менее довольно быстро встал вопрос о расширении. «Мы пошли по пути развития параллельно как цифровой, так и офсетной печати, — рассказывает Владимир. — Сочетание различных способов печати расширяет возможности предприятия и повышает его конкурентоспособность, увеличивает перечень продукции, выполнение которой можно предложить заказчикам. Одним из важных направлений нашей деятельности стала организация переплетного цеха, что позволило предоставить рабочие места с использованием ручных операций. Поскольку переплет зачастую предполагает наличие тиснения, у нас появился фрезеровочный участок, позволяющий самостоятельно готовить клише. Все же мы сторонники того, чтобы выполнять законченный цикл производства. В нашем арсенале есть и другие услуги, которые отличают типографию от многих других. Например, у нас имеется оборудование для лазерной резки, которую мы используем как для выполнения сложных контуров на бумаге, так и для изготовления сувениров из дерева. У нас уже сформировалась целая коллекция образцов бизнес-сувениров из экологического материала, которые



Типография оснащена необходимым комплексом послепечатного оборудования для изготовления среднетиражной многополосной полиграфии. На фото: машина КБС, фальцевальная линия, ниткошвейный станок, проволокошвейное оборудование



«АППАРЕЛЬ-Полиграфия» изготавливает многополосные издания с различными видами скрепления



Рекламная и представительская полиграфия

Лазерная резка в сувенирной продукции

клиенты заказывают в качестве подарка коллегам и партнерам».

Производственный парк

В качестве оснащения офсетного парка в типографии начинали с простого Komag 314. В дальнейшем, когда встал вопрос о приобретении более серьезной техники, в компании остановили свой выбор на двухкрасочной печатной машине Ryobi 512, к которой вскоре добавилась и четырехкрасочная машина того же производителя.

Цифровое направление «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» долгое время работало в качестве копировального салона, наращивая мощности в основном за счет увеличения количества простых цифровых машин. Наличие порядка 10 устройств Kyocera и полноцветного Xerox Colour 550 до определенного момента было достаточно для реализации потребностей клиентов в простых и мелких заказах. «Со временем задачи, которые ставили перед нами заказчики, усложнялись, — говорит Владимир Подшивалов. — Например, вместо одного экземпляра книги к нам стали обращаться с просьбой изготовить 100 экз., причем завтра. Наш цифровой парк оборудования на тот момент не позволял брать срочные заказы и был не рассчитан на средние для цифровой печати тиражи, а их становилось все больше. Встал вопрос о наращивании оборудования прежде всего в сегменте черно-белой печати для изготовления преимущественно книжной продукции».

Как отметил Владимир, около двух лет назад компания Konica Minolta

в связи с задачей расширения своего регионального присутствия начала вести активную политику в Ярославской области. В частности, речь шла об организации технической поддержки и наличии сервисного инженера на постоянной основе. «Безусловно, когда речь идет о промышленном оборудовании, а не офисной технике, присутствие сервисной службы в непосредственной близости от производства просто необходимо. Это серьезно меняет дело. Когда поставщик объявил о своем намерении организовать сервисную поддержку в области, это позволило нам реально рассматривать предложение о приобретении оборудования. Надо сказать, что на наше решение в значительной степени повлияло проведение компанией Konica Minolta семинара, где специалисты довольно убедительно рассказали об оборудовании. В процессе обсуждения условий приобретения поставщик смог предоставить нормальные финансовые условия и заверил в предоставлении всесторонней поддержки оборудования».

В результате в конце 2019 г. в компании «АППАРЕЛЬ-Полиграфия» была установлена цифровая машина Konica Minolta AccurioPress 6136 для монохромной печати. «Для нашей компании важным является то, что оборудование обладает исключительной надежностью, при этом на нем приятно и легко работать. Мы смогли предложить заказчику стабильное и высокое качество черно-белой печати и получили возможность выполнять многостраничные работы не только на книжные из-

дания, но и ряд другой однокрасочной продукции», — отмечает Владимир.

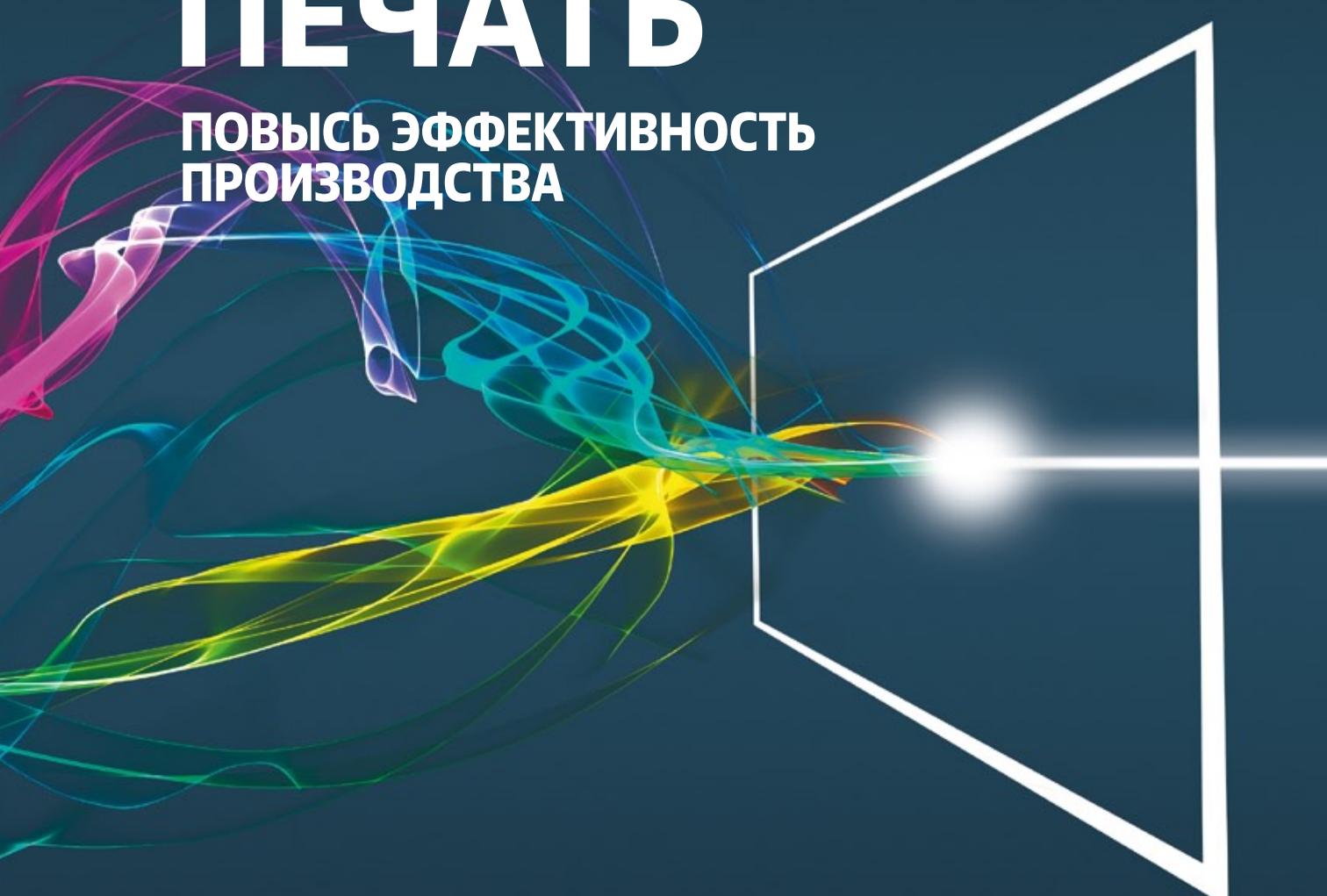
Буквально через год объемы печати типографии возросли настолько, что пришлось задуматься о приобретении второй машины монохромной печати Konica Minolta AccurioPress 6136P, которая была установлена в 2020 г. Еще ранее появилась первая машина полноцветной печати — AccurioPrint C3070L. «За последние три года на нашем производстве установлены три цифровые печатные машины Konica Minolta. Это позволило серьезно модернизировать направление бизнеса цифровой полиграфии и обеспечить сбалансированное соотношение скорости изготовления тиражей и качества печати при выполнении малых и средних коммерческих заказов. Мы убеждены, что цифровое оборудование нужно приобретать только новое, чтобы соответствовать современному уровню сервиса в области цифровой печати. Сегодня мы перешли на клик-контракт, чтобы сосредоточиться в большей степени на нашей работе, а не на обслуживании оборудования. Ведь клиента легко потерять, если пренебрегать договоренностями, — потом даже ценой его не вернешь. Цифра позволяет решать сегодня важную задачу по оперативному выполнению заказов, практически в присутствии клиента. И таких заказов у нас много. Все наше производство заточено на работу в третьем формате, здесь мы можем предоставить оптимальные условия сотрудничества. Доля постоянных клиентов у нас достаточно велика. Если заказчик к нам приходит, то, как правило, уже остается с нами надолго».



KONICA MINOLTA

ПЕРЕОСМЫСЛИ ПЕЧАТЬ

ПОВЫСЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ПРОИЗВОДСТВА



Открой будущее
для своего бизнеса с новыми
AccurioPress C12000/C14000
konicaminolta.ru



Giving Shape to Ideas

Письмо без конверта, или Законодатели рынка биллинговой печати



Александр Брюхов,
технический директор,
АО «Формс технолоджи»
[Москва]

Печать биллинговых документов — весьма специфический сегмент полиграфического рынка, имеющий довольно жесткие правила игры и требующий от участников наличия прогрессивных IT-решений по обработке и защите персональных данных, а также мощной производственной базы. АО «Формс технолоджи» с 2010 г. работает в сфере изготовления и доставки платежных документов и входит сегодня в число серьезных игроков этого рынка. Во многом благодаря именно разработкам этой компании российский рынок биллинговой печати получил свое развитие и приобрел цивилизованные формы взаимодействия между потребителями и поставщиками природных и энергоресурсов, телекоммуникационных и жилищно-коммунальных услуг. В прошлом году компания «Формс технолоджи» осуществила переход с электрографической на струйную технологию печати переменных данных — на предприятии были установлены три рулонные цифровые машины Xerox Impika Evolution для односторонней монохромной печати. Масштабное техническое перевооружение компании позволило значительно сократить себестоимость продукции и увеличить объем производства.

Специфическая ниша

Когда в 2002 г. компания «Формс технолоджи» появилась на российском рынке, профиль ее деятельности фокусировался на производстве бланочной продукции (формуляров, самокопирующихся бланков и т. д.). Специально под эти задачи была приобретена 10-красочная рулонная печатная машина Muller Martini Concepta, которая позволяла за один прогон получать многокрасочный оттиск, запечатанный с двух сторон, и выполнять лакирование. Спустя несколько лет на рынке возникла потребность в персонализированных бланках, что заставило компанию обратить внимание на цифровую печать. В середине 2000-х гг. на производственной площадке АО «Формс технолоджи» начинают устанавливать передовые для того времени устройства лазерной печати Ricoh Infoprint 4100.

Как рассказывает технический директор АО «Формс технолоджи» Александр

Брюхов, в 2008 г. интерес компании привлекла рекламная рассылка и развитие директ-маркетинга: «В истории нашей компании был период, когда мы погрузились в производство мейлеров — по сути, классических конвертов с различными рекламными вложениями, которые рассылались по адресной базе заказчика. Рекламную полиграфию также стремились изготавливать собственными силами, приобретали соответствующее оборудование. Однако сегмент директ-маркетинга в том виде, в каком он существует на Западе, не получил развития в российских условиях. Тем не менее мы получили колоссальный опыт работы с адресными рассылками и изготовлением печатной продукции для почтовой отправки. Это послужило началом формирования специфической ниши, в которой мы занимаем сегодня лидирующее положение. Речь идет о производстве селфмейлеров — почтовых отправлений, которые изготавливаются из



В прошлом году в АО «Формс технолоджи» установлены три рулонные струйные машины Xerox Impika Evolution для односторонней монохромной печати. Все три машины оснащены модулями размотки/намотки от компании Hunkeler. Данный комплекс оборудования применяется для печати персонализированной информации в платежной документации (квитанциях за пользование энергоресурсами, телекоммуникационными и жилищно-коммунальными услугами)



На предприятии работают пять узкоролонных офсетных машин различной конфигурации для печати общей, неменяющейся части квитанций

одного листа и являются одновременно конвертом и информационным письмом. Вскрыть такой документ возможно только оторвав перфорированные полосы по бокам изделия. В 2010 г. мы стали первой компанией, которая предложила в России производство такого вида продукции, в буквальном смысле перевернув рынок почтовой рассылки. Селфмейлеры нашли горячий отклик у клиентов, поскольку представляют собой удобное и бюджетное решение для адресных отправок, минуя традиционную и дорогостоящую конвертно-марочную процедуру рассылки».

Печать платежной документации

Сегодня спецификой деятельности АО «Формс технолоджи» является печать биллинговой продукции (квитанций), заказчиками которой выступают организации из сферы жилищно-коммунального хозяйства, телекоммуникационные (Ростелеком, МГТС) и энергосбытовые компании.

«Печать квитанций для физических лиц имеет ряд особенностей, связанных прежде всего с тем, что это товар «скоропортящийся», и его нужно как

Hunkeler

RUSSIA
SYSTEME

Ваш партнер в финишных решениях для цифровой печати



Финишные решения Hunkeler существуют для разнообразных целей.

К каждому процессу предъявляются различные требования.

«Печать по требованию» – для малых и средних тиражей книг

и газет, для вычислительных центров – транзакционная и

транспромо печать – печать с использованием защитных

элементов – или печать бесконвертных почтовых

отправлений, а также комплексные или локальные системы удаления

бумажных и картонных обрезков. Наша компания разрабатывает все эти решения!





Рулонная печатная машина Muller Martini Concepta в 10-красочном исполнении с секцией лакирования. Используется для печати квитанций, содержащих полноцветные рекламные модули



Электрографические машины Ricoh Infront 4100 используются для печати не более 5% работ для снятия пиковой загрузки



Отпечатанные платежные документы попадают в послепечатный цех, где они фальцуются, превращаясь в селфмейлеры с перфорацией с обеих сторон, и упаковываются для отправки адресату

можно быстрее доставить адресату, — поясняет Александр. — Стандартная практика работы — должно пройти не более 36 ч с момента выгрузки базы данных до доставки готовой квитанции получателю вне зависимости от удаленности региона, в котором он проживает. В силу этих причин у нас существует очень жесткий производственный график, учитывая, что более 80% заказов приходится на одни и те же сроки выполнения. Таким образом, на первую декаду каждого месяца выпадает пиковая загрузка предприятия. Поскольку у нас, как правило, остается всего около полутора суток для доставки документации, существует и географическое ограничение нашей работы — в пределах 2 тыс. км от Москвы, а это практически вся европейская часть России. Сотрудничество с логистическими службами позволяет использовать разнообразие транспортных средств, чтобы осуществить срочную доставку».

В силу ярко выраженной неравномерной загрузки на предприятии имеется развитый парк печатного оборудования. Как

рассказал Александр, печать квитанций выполняется в два этапа. Сначала на узкоролонных офсетных машинах запечатывается постоянным изображением лицевая сторона счетов. На предприятии установлено пять таких машин. Персонализированная информация впечатывается на внутренней стороне счетов на цифровых машинах. До недавнего времени для этого использовали 8 цифровых устройств Ricoh Infront 4100. Однако в прошлом году их заменили на три струйные машины Xerox Impika Evolution.

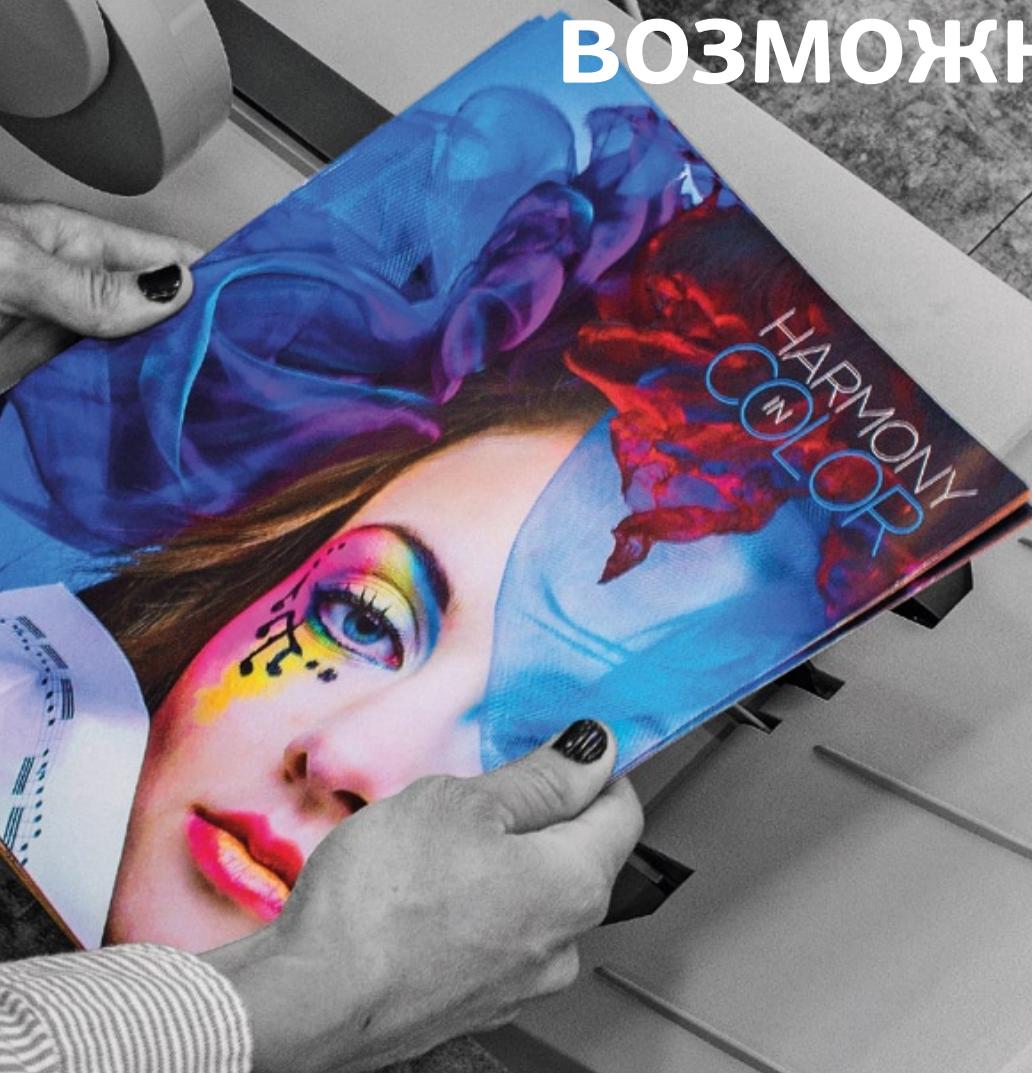


Для выполнения некоторых заказов бывает проще использовать листовую технологию. Для этого применяется оборудование Hunkeler для резки запечатанного рулона на листы, которые затем фальцуются на оборудовании, предназначенном для работы с листовым материалом

Струйная технология

«Мы давно рассматривали возможность приобретения струйного оборудования, — отмечает технический директор АО «Формс технолоджи» Александр Брюхов. — В свое время у нас был опыт эксплуатации черно-белой струйной головы Kodak. Однако в таком режиме, как печатаем мы, — рваная загрузка с промежутками пиковой активности, — срок эксплуатации оборудования сокращается. Сейчас на рынке появилось много «хорошего по живучести» цифрового печатного оборудования, что позволило всерьез заняться вопросом подбора машин струйной печати. Мы изучили предложения всех ведущих вендоров по параметрам: цена оборудования, качество печати, доступность и развитость сервиса. Проводили тестовую печать под наши задачи, сравнивали параметры расхода и качества чернил. Из всех изученных нами решений интерес вызвало оборудование Xerox. Во-первых, машины Impika Evolution обладают колоссальной производительностью, не сравнимой с другими аналогичными устройствами. Во-вторых, при высокой скорости печати оборудование работает довольно тихо, а это говорит о том, что в машине мало трущихся деталей, поэтому она прослужит долго. А это важно при нашей интенсивной эксплуатации.

Как двигаться к новым возможностям?



Цифровые печатные машины Xerox®

Развивайте бизнес с великолепным качеством цветной печати.

www.xerox.ru

xerox™



АО «Формс технолджи» является ведущей компанией в сфере изготовления и доставки платежных документов

В-третьих, понравилась скорость загрузки сложных файлов, что является одной из главных задач в нашем бизнесе. Хотел бы также отметить, что на этапе рассмотрения предложений различных компаний у нас на производстве состоялась встреча с Президентом «Ксерокс Евразия» Антоном Бородининым, которая повлияла на наше решение сфокусироваться в первую очередь на предложении компании Хегох».

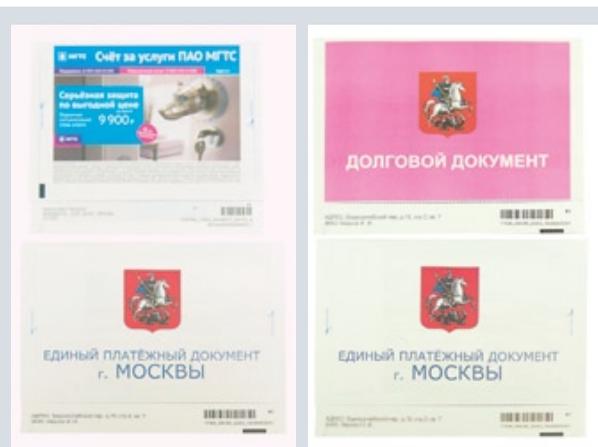
С момента обсуждения проекта приобретения оборудования до инсталляции прошло всего два месяца. «Срок поставки оборудования Хегох был очень коротким, и сама инсталляция прошла организованно и эффективно, — отмечает Александр. — Надо сказать, что предконтрактная работа была проделана очень большая. Отдельная признательность нашему менеджеру проекта Ольге Киселевой, которая смогла решить все организационные моменты для осуществления этой инсталляции. С нашей стороны мы инициировали достаточно много переговоров, связанных с сервисным обслуживанием. Это было одним из основных критериев выбора. Наш бизнес не позволяет простаивать, поэтому возможность оперативного реагирования сервисной службы, логистика запасных частей — важные для нас и порой «неудобные» для поставщиков вопросы. Однако до сих пор Хегох удавалось решать их без каких-либо проблем для нашего производства».

Как рассказал Александр, компания Хегох очень тщательно подошла и к вопросу обучения персонала типографии, причем не только операторов машин, но и IT-специалистов. По окончании обучения были выданы сертификаты, что для сотрудников типографии явилось определенной мотивацией в плане повышения квалификации работы.

Расширение мощностей

После запуска двух струйных машин Хегох Impika Evolution в августе 2019 г. в компании «Формс технолджи» приняли решение о приобретении еще одной аналогичной модели оборудования. «Результат эксплуатации оборудования буквально с первых недель после запуска подтвердил все наши ожидания. Поэтому мы пошли на то, чтобы приобрести третью машину Хегох Impika Evolution. На тот момент у нас уже вырисовывалась перспектива по приросту заказов, в первую очередь, за счет того, что перевооружение производства позволило снизить себестоимость продукции и предложить более конкурентные цены заказчику. Сейчас понимаем, что решение о покупке третьей машины было верным. В настоящее время все три машины Impika Evolution имеют практически равную загрузку, что говорит об использовании производственных мощностей на полную мощность», — рассказывает Александр.

Все три машины Хегох Impika Evolution имеют одинаковую комплектацию и предназначены для односторонней монохромной печати. В дополнение к цифровым машинам приобретались модули размотки/намотки рулонного материала компании Hunkeler. «Технология рулонной цифровой печати предполагает наличие оборудования для размотки и намотки материала — это необходимая часть технологического процесса, — поясняет Александр. — С компанией Hunkeler мы сотрудничаем с 2004 г. и дове-



В 2015 г. именно она выступила инициатором создания Единого платежного документа (ЕПД) в виде селфмейлера

ряем этому бренду. Оборудование очень надежное, и через годы эксплуатации становится понятно, что выбор был сделан правильно. Для оснащения новых машин Хегох мы также выбрали модули Hunkeler».

В цехе, где установлено новое оборудование, были созданы оптимальные климатические условия, реконструирована вентиляционная система, сделано избыточное давление. Все это направлено на то, чтобы обезопасить самую чувствительную часть оборудования — печатающую голову — от негативного воздействия внешних факторов, в частности от попадания пыли.

Конкурентные преимущества

Сегодня около 95% заказов в компании «Формс технолджи» выполняется на струйном оборудовании Хегох. «За полгода эксплуатации машин Хегох объемы нашего производства увеличились примерно на 20%, — отмечает генеральный директор АО «Формс технолджи» Сергей Жирков. Сегодня наша компания изготавливает около 55 млн счетов в месяц. В свое время мы консолидировали рынок биллинговой печати и предложили форматы изготовления квитанций в том виде, в каком они сегодня приходят каждому жителю России. К примеру, наша компания выступила инициатором оформления Единого платежного документа (ЕПД) в 2015 г., а также квитанций Ростелеком и т. д. Это позволило нам привлечь крупных заказчиков и предоставить возможность централизованно изготавливать платежные документы для большей части нашей страны. С приобретением новых машин Хегох мы серьезно переоснастили производственный парк и смогли внедрить эффективные технологии печати персонализированной информации. Прежде всего нам удалось значительно сократить расходы на печать и изготавливать больше квитанций в единицу времени. Высокая производительность оборудования Хегох позволяет справляться с большой интенсивностью производства в пиковый период. Иными словами, мы получили инструмент для того, чтобы «взять» заказчика в самый критический момент. Например, за сутки отпечатать 2 млн ЕПД при пике других заказов. За счет высокой автоматизации машин мы можем сократить расходы на использование дорогой рабочей силы. Про качество печати я уже не упоминаю — на машинах Хегох нет необходимости его контролировать, все выполняется автоматически. Сейчас мы ведем интенсивную работу с клиентами и рассчитываем на то, что снижение себестоимости на персонализацию позволит предложить заказчикам более конкурентные условия сотрудничества и привлечь дополнительные объемы производства».



Ситипринт
впечатляющая
печать

Конструируйте нужные впечатления

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



Типография **Ситипринт**

+7 495 640-69-96

129226, Москва, ул. Докукина, 10/41

zakaz@cityprint.ru

<http://www.cityprint.ru>

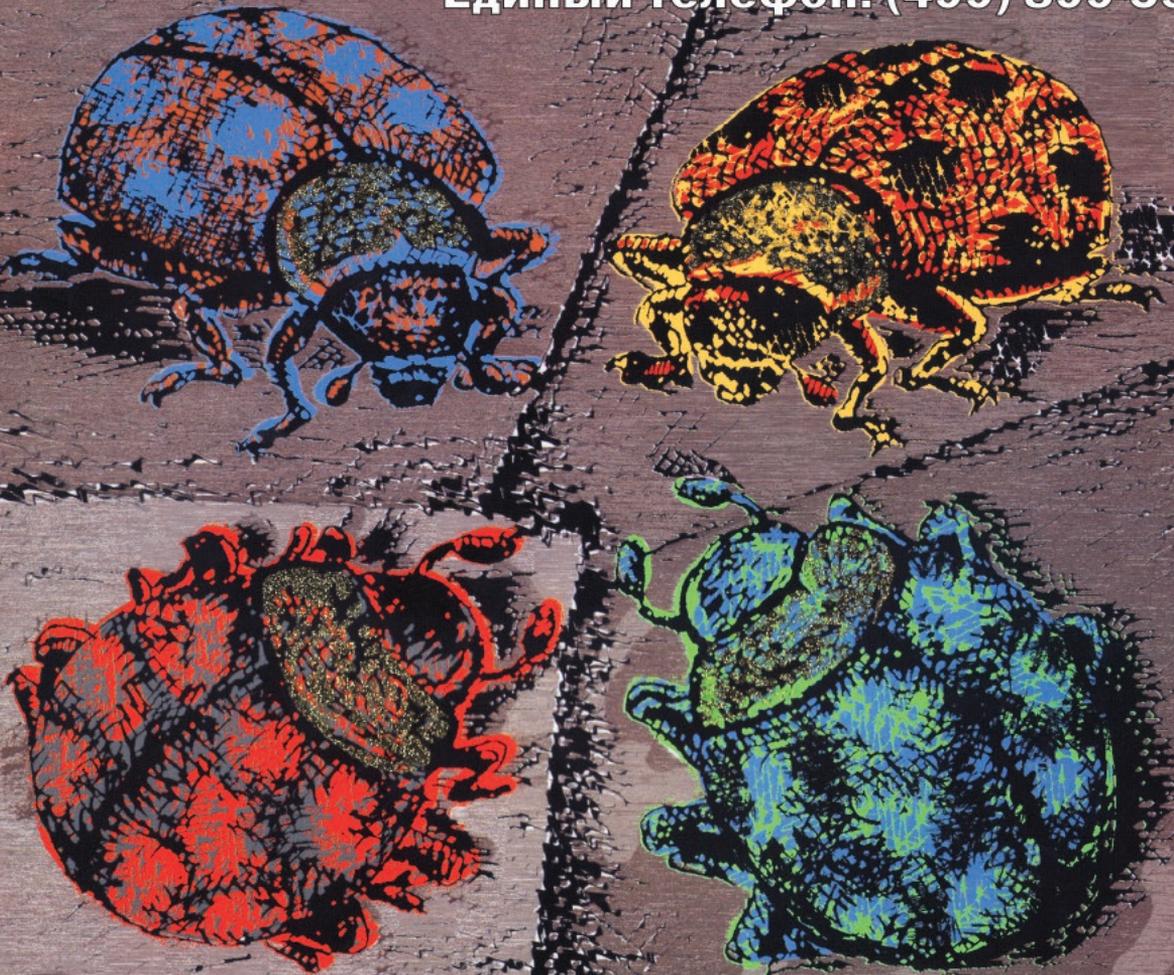


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М У К Р

5

красок
за 1 прогон

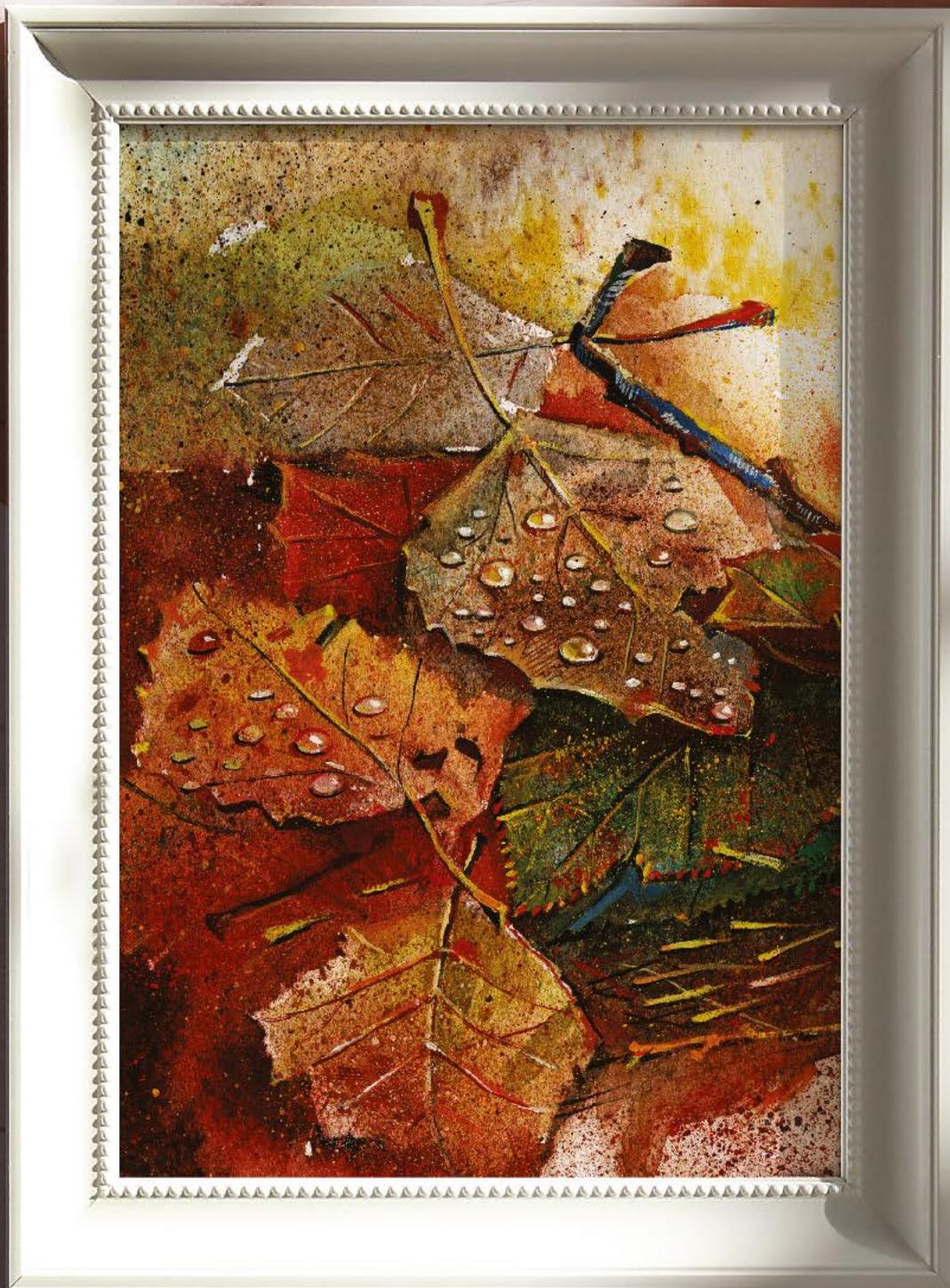
Тиражи **ЭКЗ.**

от **250**

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ
трафаретной
печатью

Иллюстрация "Ноябрь" художницы Марии Троицкой



Первая российская
чистоцеллюлозная бумага для
высокохудожественной печати.



www.illimgroup.ru
omelapaper.com

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов производства

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