

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ОФФМАТ

№8 НОЯБРЬ, 2022



НАЙДИ 12 (или больше) ОТЛИЧИЙ*



***между дешевой и дорогой офсетной краской**

V I P
VISION
IMAGE
PRINT



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

Работа в условиях неопределенности

Продолжаем работать,
выполняем поставки
и обслуживаем оборудование

- Монтажная лента
- Анилоксовые валы и гильзы
- Формные цилиндры
- Ротационный инструмент для высечки
- УФ-сушки, УФ-лампы
- Мембраны для насосов

КОМПЛЕКТУЮЩИЕ И ОСНАСТКА ДЛЯ ФЛЕКСОГРАФСКОЙ ПЕЧАТИ

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

- Офсетные краски для листовой и рулонной печати
- Цифровые и аналоговые офсетные пластины
- Резинотканевые полотна
- Химия для печатных процессов

- Поставки запасных частей:
- **Офсетные печатные машины**
разных производителей.
 - **Флексографские печатные машины**
разных производителей.
 - **Различное послепечатное оборудование**

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ ДЛЯ ЛЮБОГО ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА

- Демонтаж, монтаж, перевозка оборудования
любой сложности.
- Диагностика, плановый и профилактический
ремонт, наладка.
- Технологические консультации и обучение.

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №8 (166)-2022

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Долевое участие 2

БИЗНЕС

Типография «Парето-Принт», Тверь

«Парето-Принт»:

«стремимся к развитию и экспансии!» 6

Компания Accord Post, Москва

Founder Print:

эксперт в струйной печати 28

ОБОРУДОВАНИЕ

«Алтайский дом печати», Барнаул

«Алтайский дом печати»: творческая полиграфия 12

ИНТЕРВЬЮ

Компания «Арион Групп», Москва

«Арион Групп»: «погружаемся в технологию

и развитие работы с клиентами» 18

ИСТОРИЯ

Н. Г. Кузьмина

Учебно-практическая школа-типография им. Васи Алексеева 21

ТЕХНОЛОГИЯ

Компания «СМГ Технологии», Москва

Передовые технологии: нанесение кода DataMatrix

на комбинированное покрытие из экструдированного полиэтилена

и картон-основы 24

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн.....	1	Эй Джи Сервис.....	5
Арион Групп.....	19	Founder Print.....	29
ВИП-Системы.....	клапан, 2-я обл.	Bobst.....	4-я обл.
Илим.....	3-я обл.	Lamstore.....	23
ОктоПринт Сервис.....	клапан, 3	NCL.....	клапан, 9
Смарт-НН.....	17	PrintDaily.....	вкладка
Терра Системы.....	клапан, 15	upakexpo.....	32
Фабрика офсетной печати.....	вкладка	Yam International.....	клапан

Учредитель: издательство «Курсив»

Генеральный директор

А.Ч. Амангельдыев

Исполнительный директор

Н.В. Шапинова

Ответственный секретарь

Л.В. Артемова

Зам. ген. директора по маркетингу

и рекламе

Е.А. Маслова

Зам. главного редактора

М.Ю. Беляева

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 «Альфа-Дизайн»

Тел.: (495) 221-74-94

Тираж 3000 экз.

ВНИМАНИЕ!

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

СЕЗОН ОТКРЫТ



Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

– издания в твердом переплете

(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).

А также любую другую полиграфическую продукцию.

– сувенирную продукцию и подарочные наборы

(в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).

из высококачественных переплетных материалов,

цвет которых Вы можете выбрать по каталогу **Pantone**

100 оттенков итальянской
искусственной кожи

1000 оттенков итальянского
переплетного шелка

на нашем складе в Москве

www.alfa-design.ru



(495)221-74-94



Долевое участие

Есть вещи, которые не требуют какого-либо обоснования. Просто некоторые понятия и представления уже сложились за многие годы, и с этим приходится жить и работать. Например, при расчетах полиграфического заказа количество бумаги считают отдельно, количество офсетных пластин учитывается при расчете числа приладок, а краску не считают вообще. По крайней мере, в офсете. Сколько уйдет, столько и уйдет. Данный вопрос всерьез типографии не волнует.

Наверное, косвенно расход краски учитывается в стоимости листопргона. Но листопргон в типографии, как правило, фиксированный, а расход краски может существенно отличаться в зависимости от сюжета. Но считать эти расходы было раньше непринято. Учитывали эти расходы укрупненно, и такой подход всех устраивал. При этом говорили, что «на краску» уходят существенные суммы, и хорошо бы их как-то уменьшить. А как? Очень просто — нужно найти более дешевую краску! И действительно на рынке можно было найти и относительно дорогую краску, краску среднего ценового диапазона и краску вполне дешевую. Причем разброс цен мог быть в разы. Можно было легко купить краску за 10-12 евро за килограмм, а можно и 5-6 евро за килограмм. И это еще не учитывая краски со специальными свойствами, напри-

мер УФ-отверждаемые краски, краски с низкой миграцией или с допустимым

На российском рынке появилось огромное количество расходных материалов самых невероятных торговых марок, многих из которых еще недавно вообще не существовало — они созданы специально для поставок в Россию. Под этими марками могут скрываться как неизвестные производители из Китая, Индии, Ирана, Пакистана, Турции, Вьетнама и других стран, так и продукция мировых лидеров. Теперь типографии из России вынуждены заново открывать для себя новые краски...

контактом с пищевыми продуктами. В этом случае верхний уровень цен существенно выше.

В последнее время в нашей стране было относительное рыночное равновесие: были официальные поставщики ведущих мировых производителей (как правило, европейских), были краски менее известных производителей, но проверенных и принятых рынком, и краски малоизвестных, а то и совсем неизвестных производителей, в первую очередь из Китая. И было в общем понятно: краски от ведущих игроков подороже, от неизвестных из Китая подешевле, от менее известных — посередине. И каждая типография имела понятный выбор. Текущая рыночная ситуация все изменила. На российском рынке появилось огромное количество расходных материалов самых невероятных торговых марок, многих из которых еще недавно вообще не существовало — они созданы специально для поставок в Россию. Причем под этими марками могут скрываться как неизвестные производители из Китая, Индии, Ирана, Пакистана, Турции, Вьетнама и других стран, так и продукция мировых лидеров. Теперь типографии из России вынуждены заново открывать для себя новые краски и приспосабливать их под свои задачи.

Теперь по уровню цен определить, где какая краска, сложно. Примерно с середины весны в России сформиро-

вался ярко выраженный «Рынок Продавца», когда типографии готовы были скупать практически любые расходные материалы почти по любым ценам. Вообще говоря, сам факт наличия «Рынка Продавца» в капиталистической экономике — явление крайне редкое. Долго это продолжаться не может, рынок достаточно быстро насытится и придет в более понятную фазу «переизбытка предложения». Но эти времена, к сожалению, создают неопределенность в выборе товара: этот материал действительно обладает уникальными свойствами или на него просто «зарядили» цену, поскольку на рынке дефицит?

При этом на рынке краски действительно существуют как очень серьезные разработки (можно сказать «элитные» решения), так и откровенная халтура, сделанная по технологии пятидесятилетней давности. И отличить их по внешнему виду практически невозможно. А вот поведение в процессе печати, расход краски и, как следствие, затраты на нее могут быть очень разными. И порой «заморачиваться» какой краской на самом деле выгоднее печатать, имеет смысл.

Краски обладают большим количеством характеристик, по которым многие типографии подбирают их под себя. Причем характеристики эти противоречивые. С одной стороны, краска должна по возможности быстро схватываться на оттиске сразу после нанесения на бумагу, но при этом не сохнуть на валиках. Краска должна легко обеспечивать высокую оптическую плотность, но при этом не сильно расходоваться. Краска должна образовывать водно/красочную эмульсию, но в меру, чтобы не портить оттиск излишним эмульгированием. Краска должна обладать достаточно высокой вязкостью, чтобы не растекаться о поверхности

запечатываемого материала, но при этом не обладать излишней липкостью, чтобы не выщипывать бумагу. И подобных взаимоисключающих требований к офсетной краске очень много. Современная краска ведущих производителей — результат большой научной и практической работы. И добротная современная краска не может быть совсем уж дешевой. Но в настоящее время выбор краски во многих типографиях выглядит следующим образом: «е мы попробовали, вроде печатать можно». Экономический аспект уходит на второй план. В данном материале мы хотим посчитать: выгоднее ли печатать хорошей, дорогой краской или лучше использовать дешевую краску, «которой вроде можно печатать». А заодно оценим, какую долю

в затратах на конкретный тираж занимают основные материалы: краска и офсетные пластины. И в итоге поймем, насколько оправдана экономия на них.

Надо отметить, что офсетная краска — одна из наиболее сложных видов краски для полиграфии. Ее связующее — довольно сложная по составу композиция, содержащая смолы разных типов, масла и растворители. Помимо этого, есть и вещества, способствующие смачиванию пигментов и удержанию их в гомогенном состоянии в слое краски. При этом приходится учитывать, что краске приходится контактировать с водой (а при спиртовой печати — еще и со спиртом), а это значит, что все ее компоненты должны быть устойчивы к этим веществам. На заре создания офсетных красок

oktoprint
SERVICE
www.oktoprint.ru

Расходные материалы для полиграфии



Вместе делаем мир ярче!



доля пигментов, которые можно было полноценно разместить в слоях краски, была невысока — не более 10-15%. Как следствие, цветовая насыщенность таких красок была невысокой. Для качественной печати приходилось увеличивать толщину красочного слоя, что довольно трудно осуществимо, особенно при тройном (а то и четверном) наложении. Постепенно, по мере развития красочных технологий, пигментацию офсетных красок удалось довести до 30%, а в высокопигментированных красках и до 40%. В результате успешно печатать стало можно и на достаточно небольшой толщине красочного слоя. В современных красках доля пигмента обычно в пределах 20-35%.

В настоящее время исходные данные для расчетов получаются следующими: средняя толщина красочного слоя в офсетной печати в одну краску составляет примерно 1,2 мкм — при обычной типовой краске и около 0,6 мкм — при печати современными высоконасыщенными красками. Будем считать, что нам нужно отпечатать три разных сюжета. Первый — типовой книжный сюжет с большим количеством текста и иногда с иллюстрациями, второй — типовой сюжет иллюстрированного журнала с большим количеством цветных иллюстраций и сложный «упаковочный» сюжет, при котором поле печати почти полностью занято цветными иллюстрациями. Возьмем типовой печатный формат листа 62х94 см. Во всех случаях считать будем четырехкрасочную печать. Стоимость дешевой офсетной краски примем 360 рубл. за килограмм, дорогой краски — 600 руб. Посчитаем сколько краски уйдет на следующие тиражи: 500, 1000, 5000, 10000, 50000 тыс. листов. Для однотипности подсчетов возьмем одностороннюю печать.

При печати простой книжной продукции общее заполнение в районе 15% площади при среднем красконаложении 1,1 мкм (в большинстве случаев есть черный текст с большой долей белой бумаги и редкими цветными фото со наложением около 2,2 мкм). Иллюстрированная журнальная продукция покажет общее заполнение в районе 50% со средним

Сюжеты/тиражи		500	1000	5000	10000	50000
Простой книжный сюжет	бюдж.	64 г.	129 г.	640 г.	1290 г.	6400 г.
	дорог.	38 г.	76 г.	380 г.	760 г.	3800 г.
Иллюстрированный журнал	бюдж.	268 г.	537 г.	2680 г.	5370 г.	26800 г.
	дорог.	186 г.	372 г.	1860 г.	3720 г.	18600 г.
Красочная упаковка	бюдж.	483 г.	966 г.	4830 г.	9660 г.	48300 г.
	дорог.	376 г.	752 г.	3760 г.	7520 г.	37600 г.

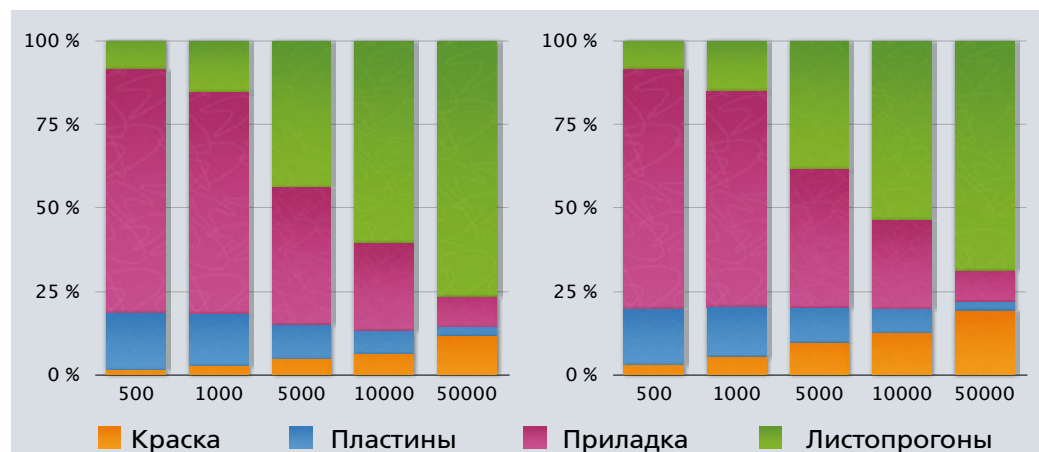
Разница в объеме использования краски разной ценовой категории для печати разных тиражей в зависимости от типа печатной продукции. Дорогая высокопигментированная краска при одинаковом результате по печати обеспечит меньший расход

красконаложением 1,4 мкм. «Упаковочный» сюжет обеспечит заполнение в 70% со средним красконаложением в 1,8 мкм. Это для типовой недорогой краски. Дорогая высокопигментированная краска при одинаковом результате печати обеспечит меньший расход и среднее красконаложение в трех случаях составит 0,6; 0,9 и 1,3 мкм.

Имея все данные, можно подсчитать расход краски на печать трех сюжетов указанными выше тиражами. Для этого вычисляем площадь, занятую краской, переводим ее в объем, используя полученные данные по толщине красконаложения, и затем переводим в массу, используя данные об удельном весе краски, который составляет около 1,3-1,4 кг/л. Более пигментированная краска — тяжелая. Полученные результаты сведем в таблицу. Подсчитаны расходы на дорогую и на бюджетную краску для разных тиражей. Конечно, они не точны, так как не учитывают множество не технологических факторов (смывка краски, остатки в банках и т.д.), подачу краски можно регулировать по разному, да и способы цветоделения тоже влияют.

Полученные результаты говорят о следующем: высокопигментированные краски действительно расходуются более экономно, чем низкопигментированные. На больших тиражах разница может доходить до десятков килограмм. Но двукратную разницу в цене это все же не покроет. В нашем примере на «тяжелом» упаковочном сюжете разница в расходе краски на большом тираже составила 11 кг. Что касается затрат, то бюджетной краски нужно будет примерно на 17,5 тыс. руб., дорогой — на 22 тыс. руб.

И это идеализированный пример. Если разница между дорогой и бюджетной краской бу-



«Долевое участие» различных частей себестоимости в общей себестоимости производства в процентах для разных тиражей. Общие затраты на печать приняты за 100%, разноцветные — доли каждой части затрат. Левый график показывает доли затрат для дешевой краски, правый — для дорогой. Можно заметить, что затраты на краску с ростом тиража становятся весьма существенными (доходят до 20%). В этой связи поиск недорогой краски для печати длинных тиражей становится весьма актуальной задачей. А при работе с короткими тиражами использование более дорогой высокопигментированной краски становится более оправданно за счет того, что расход на тираж будет незначительным, а вот различные технологические преимущества высокопигментированной краски обеспечат оперативность исполнения заказа, отсутствие отмарывания и перетискивания и, возможно, более высокое качество печати за счет большего цветового охвата. Впрочем, выводы об использовании той или иной краски каждая типография должна делать самостоятельно, учитывая все описанные в статье факторы

дет меньше (примерно 30%), тогда выбор в пользу дорогой краски становится абсолютно понятным. Кроме того, меньший расход краски обеспечивает меньшее время сушки, снижает риск перетискивания, слипания и других повреждений оттисков, требует меньше противоотмарывающего порошка, расход которого тоже можно посчитать и т.д. В идеале работать с современной высокопигментированной краской удобнее, к тому же с ее помощью легче регулировать цветопередачу, особенно на границах воспроизводимой области. Такие краски даже могут позволить немного выйти за границы типового офсетного цветового охвата, что может быть полезно для некоторого вида заказов, например, для более яркого насыщенного цвета на упаковке.

И в заключение еще одни любопытные цифры. Многие считают, что доля краски в общей стоимости заказа невелика, и ее отдельно считать не нужно. Но это справедливо только при небольших тиражах. Если печатаем тираж 500 листов за 20 тыс. руб., то затраты в 30-40 руб. на «дорогую» краску действительно отдельно учитывать не стоит. А вот при тираже 50 000 экз. затраты в 17 тыс. руб. на дешевую краску уже становятся весьма заметными и приближаются к 13%, тут есть о чем подумать. С дорогой краской ее доля в общем тираже еще больше вырастет, несмотря на меньший расход. Конечно, в каждом конкретном случае нужно считать, но общая тенденция налицо. Долевое участие краски в общих затратах не стоит недооценивать. Она мала только на малых тиражах. А вот доля пластин, наоборот, очень существенна на малых тиражах, и практически исчезает на больших. Вот такая математика... И здесь ситуация, прямо противоположная по отношению к краске. На малых тиражах нужно работать с дешевыми пластинами, а для больших тиражей искать качественные брендовые пластины ведущих мировых производителей. Впрочем, найти их становится все сложнее. ■



Сколько стоит типовой заказ?

На самом деле, разные типовые сюжеты на практике оказываются одинаковыми. Насколько известно, ни одна типовая офсетная типография не считает затраты, исходя из сюжета. Общая схема расчета офсетного заказа выглядит примерно так: стоимость приладки + стоимость комплекта форм + листопрогон.

Примерно средняя стоимость приладки в Москве и области находится в районе 12–15 тыс. руб., листопрогона — в районе 3–4 руб. При больших тиражах стоимость листопрогона снижается до 2 руб. и меньше. Комплект из четырех печатных форм обойдется примерно в 3–3,5 тыс. руб. Типографии, которые делают формы самостоятельно, могут немного сэкономить — затраты снизятся примерно до 2 тыс. руб.

Исходя из этих данных, получаем, что типовые тиражи, указанные в статье, будут примерно стоить (без стоимости бумаги): 500 экз. — 19,5 тыс. руб., 1000 экз. — 21 тыс. руб., 5000 экз. — 33 тыс. руб., 10000 экз. — 42 тыс. руб. и 50 000 экз. — 120 тыс. руб. Конечно, в разных типографиях будут разные цифры, но мы сейчас оцениваем общую тенденцию. Любой желающий может пересчитать, используя свои данные.



ОГРОМНЫЙ АССОРТИМЕНТ РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

Всегда на складе в Москве:

- ◆ Офсетные краски
- ◆ Офсетные пластины
- ◆ Резинотканевые полотна
- ◆ Противоотмарывающие порошки
- ◆ Добавки в увлажнение
- ◆ Смывки
- ◆ Клеи
- ◆ Пленки для ламинации
- ◆ и многое другое...



...также мы производим смесевые цвета Pantone

«Парето-Принт»: «стремимся к развитию и экспансии»!



Павел Арсеньев,
генеральный директор,
типография «Парето-Принт»
[Тверь]

В середине ноября директор типографии «Парето-Принт» Павел Арсеньев был награжден Медалью ордена за заслуги перед Отечеством I степени. Надо отметить, что это очень редкое событие, когда такую награду вручают производственнику. Среди награжденных этой медалью много политических деятелей, артистов, художников, спортсменов, военных, научных работников, есть даже священнослужители, и вот — полиграфист! В указе сказано, что награда вручена «За достигнутые трудовые успехи и многолетнюю добросовестную

работу». Более того, у Павла есть еще и Медаль ордена за заслуги перед Отечеством II степени, врученная в 2014 г. Получается, полный кавалер этой награды. Мы не могли пропустить такое важное событие в российском полиграфическом обществе и съездили поздравить и пообщаться о текущей ситуации в нашей отрасли и на предприятии в частности.

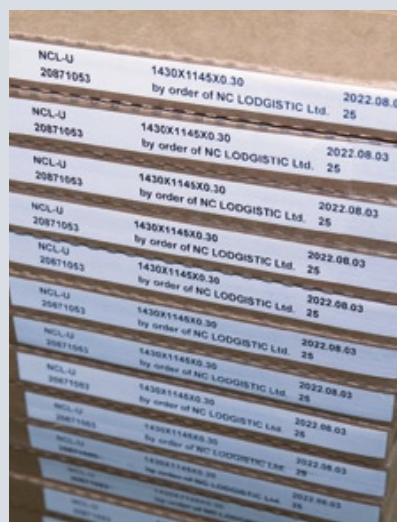
Быстрая реакция

«Время сейчас, конечно, очень необычное. Но могу сказать, что и на это нужно адекватно реагировать. Мы в «Парето-Принт» еще с весны начали активно искать альтернативы привычным материалам и варианты дальнейшей бесперебойной работы производства. Основная сложность возникла с бумагой. Мы много лет работали с Sappi и привыкли к тому, что фура с бумагой приходила к нам за неделю. В среднем в месяц нам нужно примерно 2,5 тыс тонн бумаги различных сортов, из которых от 400 до 800 тонн мелованной бумаги. И когда поставки из Европы прекратились, для нас это создало определенные трудности, которые пришлось, в частности, решать расширением собственных складских запасов. Хорошо, что есть отечественная бумага «Омела», но у нее есть ограничения по граммажам, да и мощности завода не могут покрыть все потребности страны. Но мы постепенно смогли приспособиться к новым условиям и сейчас вполне успешно работаем.

Также по всем необходимым для работы расходным материалам удалось либо сохранить существовавшие ранее поставки, либо найти достойные альтернативы. А ощущая дефицит мелованной бумаги, мы еще в мае заказали внушительную партию в Китае. Пришла пока только половина, и когда придет остальное, неизвестно. В общем, провал на рынке мелованной бумаги мы ощутили — у нас сократился объем листовой печати высококачественных цветных книг. Мы внимательно следим за тем, что происходит на рынке, понимаем, что дефицит очень сильно отразился на цене бумаги и вынуждены были отразить этот рост и в нашем ценообразовании. «Парето-



Указ президента о награждении



В допечатный цех типографии вернулись проявочные процессоры, которые работают с пластинами под брендом компании NCL

Принт» — коммерческая организация, созданная для получения прибыли. Понятно, что книга становится продуктом дорогим, но такова сложившаяся ситуация. Видим, что поставщики бумаги пытаются искать альтернативы из Южной Кореи, Индонезии и других стран, но пока говорить о надежных и стабильных поставках и проверенных сортах бумаги не приходится», — рассказывает Павел.

Одной из главных специализаций типографии «Парето-Принт» всегда было производство высококачественных цветных книг. Не имея достаточного объема качественной мелованной бумаги, типография потеряла часть заказов, которые просто не стали печатать в текущей ситуации: «И сейчас это, пожалуй, единственная проблема. Вопросы с остальными расходными материалами мы решили — у нас есть запасы всего, что нужно. Кроме того, есть возможность пополнять эти складские запасы. Конечно, цены на все выросли, но с этим ничего не поделаешь. Мы много печатаем на офсетной бумаге, а она в подавляющем большинстве отечественная, и пока с поставками проблем нет. Главное, чтобы заводы продолжали работать, и у них не возникло своих трудностей».

Раньше типография «Парето-Принт» была крупнейшим в мире потребителем офсетных беспроцессных пластин Kodak Sonoga, но сейчас они в Россию не поставляются. «Мы сознательно шли на использование этих пластин и этим гордились. Это технологично и экологично. Но поставки закончились, и мы спокойно перешли на процессные. Вернули в формный цех проявочные машины и перешли на работу с другими пластинами. Пластины Sonoga нам поставляла компания NCL, сейчас она же и обслуживает наши выводные устройства и предоставляет новые пластины под своим собственным брендом. И все продолжает успешно работать. Ни одного дня простоя из-за отсутствия пластин у нас не было. Более того, у NCL на складе есть комплекты запасных частей для наших выводных устройств, устраивает нас и уровень сервиса компании. Этим партнерством мы довольны. Никаких существенных сбоев в работе допечатного участка у нас никогда не было», — отмечает Павел.



Одно из недавних приобретений «Парето-Принт»: пресс для тиснения фольгой по листам обложечного материала. Это второй пресс этого производителя, первый уже успешно работает несколько лет

Парк типографии почти полностью состоит из оборудования ведущих мировых производителей. Поддерживать его полную работоспособность пока удается



Уникальный набор послепечатного оборудования позволяет типографии выпускать книги высочайшего качества

В итоге все необходимые материалы для работы удалось найти: краски, клеи, переплетные материалы и многое другое. Другое дело, что все это теперь стоит совсем других денег и, как следствие, сильно увеличивает себестоимость.

По словам Павла, намного сложнее оказалась ситуация с поддержанием работоспособности оборудования: «Мы достаточно оперативно начали реагировать на ситуацию и действовать на опережение. Мы оперативно провели ревизию всего парка оборудования и выявили узлы, в которых есть износ. В итоге заказали и получили на склад большой объем запасных частей. Заказали большое количество так называемых часто заменяемых расходных материалов для оборудования: присосы, ремни, ролики, направляющие и т.д. Получается привозить и другие запчасти, но это стало очень долго и дорого. Но выхода нет. Кстати, нам очень повезло — мы нашли компанию, которая умеет ремонтировать электронные платы (именно ремонтировать, а не менять). Самая сложная проблема в современных машинах — программное обеспечение. Мы, конечно, где смогли сделали резервные копии, но это не везде возможно. Чтобы снизить риск сбоев,



Новое приобретение типографии — еще один пресс для тиснения по переплетным крышкам



специально существенно повысили надежность нашего электроснабжения, чтобы минимизировать скачки напряжения и возможные проблемы из-за этого».

Самый успешный год

Несмотря на все сложности, этот год оказался для «Парето-Принт» самым успешным за всю историю и по объему производства, и по деньгам. Хотя он еще не закончился, но уже сейчас понятно, что он будет рекордным: 35 млн книг в твердом переплете, 16 млн книг в клеевом скреплении (с шитьем и без) и 15 млн брошюр на скобе. Всего, более 65 млн книг! И это в далеко не самый удачный для бизнеса год. «Могу в этой связи отметить несколько важных моментов. Прежде всего мы очень четко следим за рентабельностью. Дорожают материалы — увеличиваем цену. Мы следим за тем, чтобы мы всегда покрывали себестоимость с нужным уровнем дохода. И корректируем цены: причем как вверх, так и вниз, если видим на это причины. Понятно, чтобы зарабатывать, типографии нужны заказы. И в этой связи мы не сидим сложа руки. В этом году весной и летом из-за дефицита всего многие типографии приостановили свое производство, а издатели, наоборот, стремились выпустить максимум задуманного, поскольку дальнейшие перспективы были неизвестны. Пока была хоть какая-то возможность — нужно было печатать. И у нас был всплеск объема заказов — работаем круглосуточно.

Более того, в Россию вернулись и заказы, которые раньше печатались за рубежом, например в Прибалтике. Ну и есть заказы из дружественных стран. Прямо сейчас наши сотрудники работают на книжной выставке в Казахстане, и там есть большой интерес к нашему производству.



NCL
PREPRESS SOLUTIONS
ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА

**КОМПЛЕКСНОСТЬ
РЕШЕНИЙ СОЗДАЕТ
ОБЪЕМ БИЗНЕСА**

ДОПЕЧАТНЫЕ
КОМПЛЕКСЫ

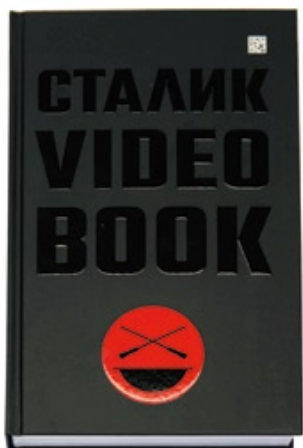
РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

СЕРВИСНОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ

ПРОГРАММНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ООО «НЦ Лоджистик»
www.nc-l.ru

Москва +7 (495) 956 4015
Санкт-Петербург +7 (812) 640 0367
Екатеринбург +7 (343) 220 3735
Новосибирск +7 (383) 209 0773



И в последнее время мы имеем приличный объем из-за рубежа, в частности из Средней Азии. Недавно печатали объемную книгу по заказу президента Таджикистана тиражом в 1,5 млн. Мы работаем и с Казахстаном, и с Узбекистаном, начинаем работать с Ираном, продолжаем работать с рядом европейских заказчиков. Как любой серьезный бизнес, мы стремимся к развитию, к экспансии. Некоторое время назад мы двигались в сторону Европы и даже думали приобрести там типографию, теперь фокус сместился на Азию, Саудовскую Аравию и другие страны Персидского залива, страны Африки. Мы нацелены на масштабное развитие».

Планы

Несмотря на всю сложившуюся ситуацию, «Парето-Принт» готовится к дальнейшему этапу развития. В планах строительство нового корпуса: «В будущем году мы запланировали очередной этап нашего развития. Будем пристраивать еще около 6 тыс. м² производственных площадей и 3 тыс. м² складских помещений. Будем закупать и новое оборудование. Уже заказали новую рулонную печатную машину из Индии, причем в цветном исполнении 4+4. Будем ее использовать для печати учебников и других книг на немелованных бумагах. В планах установка трех таких машин. Помимо этого, двух линий шитья блоков нитками, еще одной линии твердого переплета, крышкоделательного оборудования, линии трафаретной печати и т.д. Будем расширять производство. Установим также и новую линию по изготовлению печатных форм большого формата максимальной производительности. В общем, мы работаем и с оптимизмом смотрим в будущее».

И это, по словам Павла, только часть общего плана: «Очень многое зависит от возможностей бесперебойной поставки мелованных бумаг в нашу страну. Мы всегда ори-

Одна из основных специализаций и «любимые заказы» типографии — книги в высококачественном полиграфическом исполнении как с точки зрения качества печати, так и с точки зрения брошюровочно-переплетных процессов



Много внимания уделяют разнообразной отделке переплетных крышек

ретен владельцами типографии «Парето-Принт», и теперь необходимо развивать и эту площадку: «Уже успели много сделать: обновили и «омолодили» коллектив, улучшили социальные условия работы, заменили часть крыши, которая много лет протекала. Завезли много оборудования, в частности, пресс для тиснения по крышке, пресс для тиснения по листу, машину для суперобложек, заказали приемно-прессующие устройства для рулонных машин. Это все позволит работать на нормальных скоростях. В планах и много другого оборудования. Будем постепенно доводить производство в Можайске до современного уровня по производительности, и по качеству продукции. Надеюсь, что к концу следующего года я смогу сказать себе, что задачи по реформированию и реконструкции Можайского полиграфкомбината выполнены. Уже сейчас он выходит на производительность в 1 млн книг в твердом переплете в месяц, и вскоре должен начать работать в режиме 24/7, как и «Парето-Принт».

Не случайность

В последнее время начало складываться ощущение, что развитие полиграфии идет в основном в области производства картонной упаковки и флексографской печати этикеток и гибкой упаковки. Посещение «Парето-Принт» показало, что это совсем не так. Есть предприятия, которые активно развиваются даже в текущих сложнейших условиях. И есть люди, которые это успешное развитие обеспечивают. И государственные награды это только подтверждают. ■



«Парето-Принт» печатает в том числе и периодику



ентировались на самое высокое качество продукции, которое можем гарантировать заказчикам. Но при существующих проблемах с мелованной бумагой и при текущем уровне цен на нее большой объем книг в премиальном исполнении будет сложно продать. Если бумага станет доступнее, мы сможем существенно увеличить производство такой продукции и тогда в наших планах появится и еще ряд нового оборудования».

Помимо развития типографии «Парето-Принт», Павел занимается и возрождением Можайского полиграфкомбината. Этот комбинат примерно год назад был приоб-



Примеры некоторых уникальных технологий типографии «Парето-Принт»: возможность изготавливать книжные блоки толщиной более 8 см, и наносить красочные изображения на обрезы блока

«Алтайский дом печати»: творческая полиграфия



Александр Беляев,
генеральный директор,
«Алтайский дом печати»
[Барнаул]

«Алтайскому дому печати» нам рассказал его директор Александр Беляев.

Билет в будущее

«Предприятие наше довольно старое, оно было создано в марте 1946 г., и называлось сначала «Алтайская контора Бланкоиздательства», затем после серии переименований — «АлтайБланкиИздат». Специализация следовала из названия — производство различной бланочной продукции для нужд предприятий региона. Потребность была большая, так что работы хватало. В таком виде оно застало развал Советского Союза и переход к рыночной экономике. Вскоре оно было акционировано. Но надо отдать должное собственникам, они не стали все разрушать, а сохранили издательско-полиграфическое предприятие, которое успешно

продолжило производство бланочной продукции. Причем, помимо бланков, было еще производство транспортных билетов для автобусов и трамваев. Эти билеты производили достаточно долго — специальное оборудование было демонтировано лишь совсем недавно при установке новой печатной машины. Впрочем, некоторые виды билетов мы производим до сих пор», — рассказывает Александр.



Историческая машина KBA Rapida 72K теперь переделана в УФ-лакировальную машину

Во времена Советского Союза в большинстве более-менее крупных российских городах были организованы полиграфические предприятия для обеспечения нужд регионов и продвижения идей партии. В постсоветские времена большинство таких производств исчезло с полиграфического небосклона. Их тем или иным способом приватизировали и, как правило, банкротили, или они разорялись сами без профессионального управления и учета рыночных реалий. Лишь немногие из них дожили до наших дней, а трансформироваться и начать развиваться по-новому смогли лишь единицы. Как это удалось



Печатный парк типографии «Алтайский дом печати» недавно пополнился пятикрасочной печатной машиной RMGT серии 7

В 1999 г. один из собственников типографии, Н.Т. Герцен был назначен акционерами директором предприятия. Под его руководством были проведены изменения в структуре управления и началось техническое перевооружение. Появилась первая серьезная печатная машина — двухкрасочная полуформатная KBA Rapida 72K, и для типографии это был качественный скачок. До этого в ней работали машины Romyaor и Dominant, установленные еще во времена СССР. Теперь типография могла начать производство продукции, отличной от простых бланков: «Вскоре было принято решение о том, что развитие будет связано с производством книжной продукции — началось обновление парка допечатного и послепечатного оборудования, ориентированное на книжное производство. Владельцы предприятия этому не препятствовали, напротив, всячески поддерживали идеи развития. В этом плане повезло с акционерами: если предприятие способно приносить прибыль — ему позволяют тратить эту прибыль на развитие. Это очень помогает в работе».

Не просто книги

Выбор книжного направления типографии был во многом определен работавшим тогда директором — Николаем Теодоровичем Герценом. Благодаря его усилиям в «АлтайБланкИздате» стало активно развиваться книжное производство, был создан редакционно-издательский центр. Одной из главных задач типографии он видел в реализации издательских проектов, направленных на популяризацию истории, науки, литературы Алтая. Широко была известна благотворительная деятельность по выпуску изданий алтайских авторов на безвозмездной основе. Причем это было абсолютно частная инициатива Николая Теодоровича. Чтобы исключить недопонимание, типографию решили переименовать в



Для производства книжной продукции в типографии применяются различные технологии, в том числе и с использованием ручного труда. При небольших тиражах это обеспечивает высокое качество продукции и при этом экономически оправдано





В типографии большой ассортимент различного оборудования для изготовления картонной упаковки. Большинство устройств появилось в последние годы

«Алтайский дом печати». За пятнадцать лет руководства типография стала одним из полиграфических лидеров края.

«К сожалению, Николай Теодорович скоропостижно скончался. И тогда акционеры предложили возглавить эту типографию мне. — продолжает Александр. — Я до этого работал в другой типографии, но предложение принял. Мне понравилась возможность развивать предприятие так, как я это вижу. По сути, мне дали карт-бланш. Впрочем, главное условия «развиваться на свои» никто не отменял. Но я видел перспективы и согласился возглавить это предприятие. Полиграфия как отрасль бизнеса, мне очень нравится. Она одна из немногих, в которой есть много творчества. Одну и ту же книгу можно сделать по-разному. Это может быть и недорогой ширпотреб, и премиальная продукция, почти произведение искусства. И мы начали это всячески развивать и культивировать. В результате, нам есть чем гордиться. За некоторые наши книги мы получаем награды. В частности, одна из наших книг попала в шорт-лист всероссийского конкурса «Книга Года», причем именно за полиграфическое исполнение. Мы используем необычные способы печати, отделки, переплета. Нам очень нравится экспериментировать, придумывать решения, и мы всегда стараемся предлагать это нашим клиентам. И им это нравится».

Упаковка

Еще в бытность прошлого руководства типография решила начать развивать еще одно направление бизнеса — производство упаковки: «Тогда у нас был один клиент на упаковку, но он создавал почти 40% объема. Это не очень правильно, и я решил, что нужно активно развивать упаковочное направление. В итоге упаковка стало занимать у нас более 70% всего объема производства, а сам объем за по-



В типографии есть цех цифровой печати, а также полный комплекс оборудования для допечатных процессов, включая изготовление фотоформ

следние пять-шесть лет вырос в пять раз и рос даже в последние кризисные годы».

Разумеется, за прошедшие годы в «Алтайском доме печати» увеличился и парк оборудования: появились промышленные прессы для вырубки и тиснения, выросло количество фальцевально-склеивающих линий, расширился парк отделочного оборудования. А приобретенная в 90-е Rapida 72K была переделана своими силами в машину для УФ-лакирования, развилась трафарет-

ная отделка и многое другое.

Успели!

Некоторое время назад в типографии встал вопрос о расширении печатных мощностей. И хотя в ней уже несколько лет работала пятикрасочная полуформатная машина Heidelberg, этого не хватало. «Мы начали присматриваться к новым печатным машинам, изучать рынок. Контактники практически со всеми поставщиками офсетной печатной техники: просили показать машины в работе

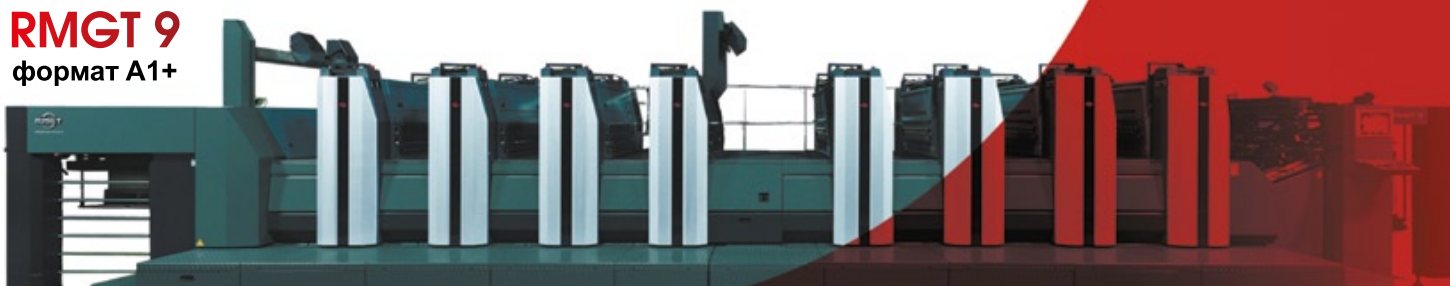


RYOBI MHI Graphic Technology Ltd.

**“ЕСЛИ ВЫ ЗАБОТИТЕСЬ О КАЧЕСТВЕ,
ПРИБЫЛЬ ПОЗАБОТИТСЯ О СЕБЕ САМА”**

Масааки Имаи, «Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний»

RMGT 9
формат А1+



TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

+7 (495) 120-27-82 www.terrasystems.ru

ТЕРРА СИСТЕМЫ – эксклюзивный поставщик RYOBI MHI Graphic Technology в России, Украине, Беларуси и странах Балтии



Отдельным бизнесом типографии является изготовление втулок, шпуль и гильз



Машина MaxCut 1400 компании Yoso обеспечивает размотку рулонов бумаги и картона на листы нужного формата

в российских типографиях. Ездили в них, общались с руководителями. По итогам выбор был между RMGT и Koenig&Bauer. RMGT оказалась немного дешевле, при этом ее можно было заказать в увеличенном формате, что для упаковки очень важно. Так мы начали работать с компанией «Терра Системы». Контракт заключили в прошлом году, а поставка должна была быть вскоре после Нового Года. Но в силу известных событий машина в итоге «застряла», и получили мы ее только летом. Но получили! Машина смонтирована, и сейчас успешно работает. На ней мы легко перерабатываем весь нужный нам объем печати. Были даже мысли продать прежнюю, но после введения всех санкций решили, что лучше оставить. Неизвестно, удастся ли вообще в будущем приобрести новую машину. Пока наша RMGT серии 7 — последняя машина этого производителя, приехавшая в Россию», — отмечает Александр.

Новый бизнес

По словам Александра, объем печати типографии все время рос, и нужно было все больше бумаги. При этом бумага и картон отнюдь не дешевели. А экономить на материалах, конечно же, хотелось. И в результате решили приобрести машину для раз-

мотки рулонов бумаги на листы произвольного формата (так называемую флаторезную машину). Выбор пал на машину MaxCut китайской компании Yoso, поставку которой осуществила та же компания — «Терра Системы». «Хотя заказывали мы технику в разное время, пришла она одновременно в один день! Это был удачный день! — отмечает Александр. — Опыт работы с компанией «Терра Системы» мы оцениваем очень положительно. Все, о чем договаривались, было выполнено, хотя понимаю, насколько это сейчас не-



Теперь на каждый заказ типография готовит бумагу нужного размера, минимизируя отходы. Причем мощности резальной машины позволяют работать и «на сторону», и Александр думает в будущем начать бизнес по размотке бумаги. А другой дополнительный бизнес был запущен некоторое время назад — производство картонных втулок, шпуль и гильз для производителей рулонной бумаги, полимеров и нитей. Весьма непростую технологию их изготовления типографии приходилось отлаживать самостоятельно, и хотя это оказа-



Большинство книг в типографии выполняется в премиальном исполнении, что позволяет получать отраслевые награды (книга «Чайка» фото вверху)



лось сложнее, чем предполагалось, сейчас этот бизнес пошел в рост, объемы производства только увеличиваются.

Очень радует, когда встречаются энтузиасты полиграфии, творческие люди, верящие в перспективы дела, которым занимаются: «Мы любим своих клиентов, дорожим их доверием, развиваемся и хотим, чтобы они развивались вместе с нами. Есть в этом что-то родственное. Поэтому слоганом нашей типографии мы сделали — «Родной Дом Печати». И хотим, чтобы к нам так относились», — подытоживает Александр.

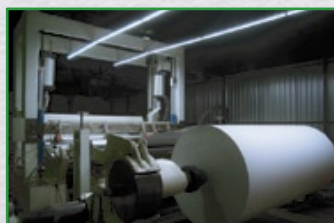


Типография выпускает большой ассортимент картонной упаковки для пищевой, фармацевтической и парфюмерно-косметической промышленности. Новое направление работы — печать «сухой» этикетки по металлизированным материалам



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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



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

САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!



типография

Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178Ж
8 800-444-26-40, zakaz@apd52.ru

СБОРНЫЕ ТИРАЖИ
выгодное решение для вашей рекламы

Печатаем по низким ценам —
листочки от А7 до А3, плакаты А2 и А1,
визитки, буклеты, брошюры, папки

Принимаем заказы онлайн 24/7
на нашем сайте:

apd52.ru

Доставка по всем городам России

«Арион Групп»: «погружаемся в технологию и развитие работы с клиентами»



Александр Рыбаков,
генеральный директор,
«Арион Групп»,
[Москва]

Анализ структуры импорта офсетной краски в Россию за третий квартал текущего года показал, что рынок основательно перестроился. Появилось очень много новых торговых марок. А из бывших крупных игроков свою рыночную позицию сохранил только Sun Chemical. Второе место по объему импорта офсетной краски в Россию неожиданно досталось корейской компании Deers, поставляющей в Россию краски под торговой маркой Daihan Ink. Эти краски были на российском рынке много лет, но не на лидирующих позициях — в небольших объемах. И тут такой рывок и второе место по объему поставок! В чем состоит этот феномен, нам рассказал Александр Рыбаков, генеральный директор российской компании «Арион Групп» — дилера Deers (торговая марка DAIHAN INK).

— Как начинался Ваш бизнес расходных материалов для полиграфии?

— По первому образованию я — инженер-судоводитель, с красным дипломом закончил Дальневосточную Государственную Морскую Академию им. Г.И. Невельского во Владивостоке и несколько лет работал на танкерах компании ОАО «Совкомфлот». Через несколько лет я понял, что хочу работать «на берегу», хочу семью и свой бизнес. Мой приятель,

владелец компании, занимающейся поставками оборудования для оперативной полиграфии, пригласил меня на должность финансового директора. В мои обязанности входила организация учета, формирование структуры себестоимости и другие финансово-экономические задачи. Также я занимался и внешнеэкономической деятельностью. Параллельно с работой я получил второе высшее экономическое образование

«Я прекрасно понимаю, что краска — это высокотехнологичный продукт, обладающий большим количеством свойств, порой противоречащих друг другу. Именно поэтому важно не просто «продать и отгрузить», но и оказать грамотную технологическую поддержку. Найти оптимальный баланс в использовании офсетных красок не так просто. При этом многие типографии сами не готовы этим заниматься...»

в Дальневосточном Государственном Университете. Было все новым и очень интересным. За несколько лет совместной работы мы хорошо выросли, построили типографию полного цикла и компанию по изготовлению сувенирной продукции. Но, как это часто бывает, из-за разногласий по поводу развития бизнеса, мы разошлись как партнеры.

— И вы решили создать свою компанию в том же направлении?

— Не сразу. Еще в рамках прежней компании мне приходилось решать

множество вопросов логистического характера: находить поставщиков нужных товаров, организовывать их закупку, транспортировку, таможенную очистку, доставку и т.д. И я решил развивать этот бизнес — организовал логистическую компанию. Оказалось, что в нашем регионе этот вид бизнеса был очень востребованным, и он стал развиваться. Моя компания оказывала логистические услуги большому количеству крупных предприятий Дальневосточного региона.

Однажды знакомый по полиграфическому бизнесу, проживающий в Москве, обратился ко мне с предложением организовать поставки корейской краски на рынок Центрального Федерального округа. Поскольку развитие продаж на ЦФО никак не мешало моему бывшему партнеру, я согласился. Так мы зарегистрировали компанию в Москве. Мой партнер отвечал за развитие продаж, а я из Владивостока обеспечивал закуп, логистику и всю инфраструктуру для развития компании. Через год довольно успешной совместной работы мы с этим партнером разошлись. Бизнес, который остался в Москве, терять не хотелось и в августе 2009 г. я купил билет в один конец... В сентябре 2009 г. родилась компания «Арион Групп».

Время было очень для меня не простое: город большой, незнакомый, оборотных средств нет, так как все было вложено в предыдущий проект, сотрудников нет, конкуренты что только про нас не говорили...

— На этот раз получилось?

— Сейчас, из ноября 2022, можно сказать, что да. Торговая стратегия была простой: есть хороший корейский продукт на складе — проверенная качественная офсетная краска, которая пользовалась спросом — ее я и начал активно предлагать рынку — так что с 2009 г. начался активный бизнес торговой марки Daihan Ink в России. Корейцы очень поддержали идею развития продаж, но с точки зрения прямой финансовой помощи были очень консервативны. У меня была хорошая цена, хороший продукт, и при этом в цене еще и содержалась неплохая маржа.

– Вы решили специализироваться на поставках офсетных красок?

– Сначала да, корейские краски и лаки были основными продуктами. Но со временем мы поняли, что клиенты, которые покупают у нас краску, также готовы у нас покупать офсетные пластины, химию и другие расходные материалы. Так концепцией московского бизнеса стало что-то вроде маркетплейса. Мы создавали компанию, которая имела бы возможность поставлять типографиям большой комплекс расходных материалов, которые были им нужны в повседневной работе. Какие-то материалы мы импортировали самостоятельно, какие-то приобретали здесь в России. В результате имели почти полный набор материалов для типографий. Нарбатывали собственный опыт поставок офсетных пластин, полиграфической химии и других материалов. Вполне успешно работали по клиентам. В течение нескольких лет развития красочного направления маржинальность по данной позиции стала стремительно падать. И в какой-то момент для нас краска стала чем-то вроде «каши из топора». Мы работали со многими крупными поставщиками расходных материалов в России и имели возможность приобретать у них материалы по оптовым ценам. А затем продавали «вместе с краской». В итоге получалось выгодно. Впрочем, были и определенные неудачи...

– Можете озвучить?

– Спустя год после создания «Арион Групп», в 2010 г. мы открыли филиал в родном Владивостоке, где также продавали расходные материалы для типографий. Помимо этого, мы начали завозить в Приморье бумагу и картон (преимущественно из Кореи и Китая) и добились в этом определенных успехов. Когда решили повторить этот успех в Москве по бумаге, не получилось. Мы привезли хороший целлюлозный картон, но не учли требования рынка. После очередного кризиса 2014 г. московскому рынку нужен был дешевый, а не хороший картон. Конкуренция высокая, цена «убитая» — бизнеса не было в этом направлении. В итоге решили развиваться в своей нише и сосредоточиться на наших основных продуктах. Также мы сделали ставку и на развитие тендерного направления, которое начали развивать с 2011 г. Имея отличный ассортимент, неплохие цены и богатый логистический опыт мы смогли успешно выигрывать тендеры, в которых принимали участие. Идеальная репутация нашей компании в системе государственных закупок по сей день приносит неплохие дивиденды.

– Как компания пережила пандемийный год?

– Мы пережили не один кризис. Компания была создана в 2009 — это был кризисный год после 2008. Мы пережили и кризис 2014–2015 гг. Пандемийный 2020 для нас оказался непростым, как и все предыдущие кризисы, но из него мы извлекли интересный опыт. Продажи расходных материалов упали в разы, но «выстрелили» другие наши направления. Например, в один момент образовался острый дефицит изопропилового спирта. Цены на спирт, у кого он еще был, взлетели в разы. Нам удалось оперативно на это от-



АРИОН ГРУПП

Жизнь в ярких красках!



Офсетные краски из Южной Кореи

- ▶ Масляные триадные краски
 - Plus Kleentec SW
 - Pride 50
 - VataPrinta plus LM
- ▶ Pantone Basic Colors
- ▶ Смесевые краски по системе Pantone
- ▶ УФ-отверждаемые офсетные краски
- ▶ УФ-отверждаемые флексо краски
- ▶ Фолиевые офсетные краски
- ▶ Масляные лаки

Москва,

+7 (495) 730-98-97

in@ariongroup.ru

Владивосток,

+7 (423) 233-18-30

invl@ariongroup.ru

www.ariongroup.ru

DEERS i

Daihan Ink,
сделано в Корее

реагировать. Благодаря логистическому опыту и грамотной работе с клиентами, смогли оперативно поставить и продать приличные объемы спирта из Кореи и Китая. Вдобавок ко всему мы сосредоточили усилия на развитии внутренних процессов: логистике, маркетинге, продажах. В итоге год прошел отлично, но было не просто.

– А как на Вас отразилась ситуация 2022 г.? С чем связан активный рост поставок красок?

– Думаю, важно здесь сказать, что создание, развитие и существование компании «Арион Групп» всегда осуществлялось на собственные средства. Крупные западные компании в России всегда были обеспечены европейскими капиталами (Sun Chemical, Huber, Flint и др.) легко могли давать отсрочку оплаты на несколько месяцев, чего мы делать не могли, а если и делали, то ограниченному количеству клиентов. И чем крупнее типография, тем с большей охотой она шла на постоплату. Хотя, по моему мнению, это типографиям выходило «боком». Со своими клиентами типография фиксирует цену готовой продукции в рублях, а задолженность перед поставщиком при отсрочке, как правило, в валюте – если курс растет, типография теряет свою прибыль. Но мы всегда находили своих клиентов, которым нужен был хороший продукт за разумные деньги. Начиная с марта текущего года, все радикально изменилось: часть крупных игроков с рынка ушла, те, что остались, перешли на предоплату. На рынке образовался хаос с поставками. Многие клиенты начали искать альтернативных поставщиков. Китайские краски – страшно, так как качество нестабильное, неизвестные бренды, а корейские давно на рынке, качество проверенное. Также нужно отдать должное корейцам – они очень технологичную краску выпускают и так заботятся о качестве и безопасности своих продуктов, как не все европейцы. В итоге по направлению красок для офсетной печати мы увеличили закупки и продажи в разы, нащупали много интересных направлений, активно погрузились в развитие ассортимента и изучение технологических особенностей на уровне химических составов, более глубоко проработали вопросы сертификации согласно российских и международных норм. Европейские производители нарабатывали данные компетен-

ции десятилетия, а мы это делаем по ускоренной схеме, и я оцениваю эту динамику как очень успешную (чем хуже ситуация, тем быстрее мы с клиентами все делаем).

– Судя по заметно выросшим объемам, вы начали завозить товары на склад?

– Мы всегда завозили краску на склад. Просто сейчас мы ее начали завозить в разы больше, чем завозили до этого. Мы сейчас все чаще работаем с ведущим типографиями отрасли. Я прекрасно понимаю, что краска – это высокотехнологичный продукт, обладающий большим количеством свойств, порой противоречащих друг другу. Именно поэтому важно не просто «продать и отгрузить», но и оказать грамотную технологическую поддержку. Найти оптимальный баланс в использовании офсетных красок не так просто. При этом многие типографии сами не готовы этим заниматься. Работают по следующей схеме: пробуют краску, если все получается – хорошо, если есть проблемы – «краска плохая», ищем другую. А это не верно. Причины-то могут быть не в краске. В общем, приходится глубоко погружаться в технологию и поддержку клиентов.

– Расскажите подробнее, какие краски производит Daihan и всю ли эту продукцию вы поставляете в Россию?

– Компания Deers – владелец торговой марки Daihan – производит большой ассортимент полиграфических красок. Основу наших поставок сейчас составляют офсетные масляные краски. Этими позициями мы занимаемся давно, сейчас просто нарастили объемы их поставок и складские запасы в разы. Помимо этого, Daihan производит следующие виды красок: УФ-отверждаемые для офсетной печати, УФ-отверждаемые для флексографской печати, фольговые для печати по непилующим поверхностям, флюоресцентные краски, краски для печати по металлу и для ролевой печати. Ряд указанных позиций мы уже завозим в промышленных объемах, ряд красок еще тестируем у разных клиентов. Тесты, в основном, проходят успешно. Там, где нужно дорабатывать краску под «особые требования», мы дорабатываем.

Есть еще вспомогательные материалы вроде сиккативов, паст для кор-

рекции вязкости и липкости, а также масляные лаки. Они тоже у нас есть.

– А что с цветами Pantone? Для многих типографий это необходимые товары.

– Базовые цвета Pantone у нас, конечно, же, тоже есть. А после нового года мы планируем запустить свою станцию смешения.

– Есть ли у вас в ассортименте краски для печати пищевой упаковки?

– Данный вопрос требуется точности в формулировке задачи. Все краски, которые мы поставляем на РФ рынок, подходят для печати пищевой упаковки без прямого контакта с продуктами питания – данный факт подтверждается экспертным заключением и протоколами испытаний (например, Plus kleentec sw, Pride 50, Basic pantone colors). Но есть, например, краски VitaPrinta plus – это серия красок с низкой миграцией (low migration) и низким запахом (low odor) за счет отсутствия сиккатива и растворителей в своем составе. Очень многие европейские производители, использующие на своем производстве упаковку, требуют, чтобы их печатная продукция была напечатана именно таким типом красок. У нас такая краска есть, успешно прошла испытания и сейчас ожидаем ее поступление на склад в промышленных масштабах.

– Ну и последний вопрос: что Вы считаете важными составляющим успеха вашей компании?

– В моем понимании успех – это совокупность различных факторов: компетенций, событий, действий, ошибок и их решений. Из ключевых составляющих успеха могу выделить следующие: во-первых, это наша команда – у нас нет равнодушных сотрудников, все переживают за общий результат и за то, чтобы клиенту с нами было комфортно.

Во-вторых, это продукт, который мы предлагаем. В-третьих, мы постоянно в поиске новых торговых стратегий. В-четвертых, мы довольно гибкие – научились использовать возможности сложившейся ситуации. Все это в совокупности и дает хороший результат. Но это не конечный перечень. Даже наши конкуренты и их поведение также является важным фактором нашего успеха. ■

Учебно-практическая школа-типография им. Васи Алексеева

Этот материал из истории полиграфического образования России. Об учебно-практической школе-типографии им. В. Алексеева — первом полиграфическом учебном заведении после 1917 г., которое положило основу профессиональному полиграфическому образованию в Ленинграде.

Истоки

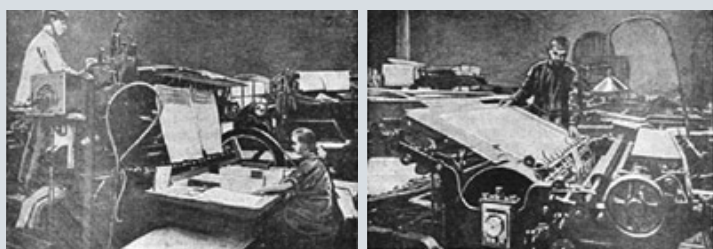
В 1920-х гг. обучение рабочих в типографиях велось, как тогда говорили, «кустарным способом», то есть основные навыки и умения передавались от старших рабочих ученикам. В качестве учителей выступали опытные рабочие, которые не всегда грамотно и доходчиво могли объяснить приемы работы. Теоретических занятий почти не проводили и преподавание теории сильно отставало от практики. Поэтому было принято решение создать специальную школу.

После закрытия Первой школы печатного дела Императорского Русского технического общества (1884 г.—1921 г.) ставшихся учеников и педагогический персонал перевели во вновь открывшуюся школу в конце 1921 г., которая занимала часть помещений бывшей Сенатской типографии на Красной (сейчас Галерная ул.), д.1/3, реорганизованной в 1918 г. во 2-ю Государственную типографию, в цехах которой ученики проходили практику.

В 1921 г. организация школы произошла по инициативе высших органов управления профессиональным образованием и полиграфической промышленностью — Ленинградпрофобр, Союз печатников, Полиграфуправление и П.С.Н.Х. (печатная секция народного хозяйства). В дальнейшем эти организации, а также Ленинградский Госиздат, Главное управление Госиздата Москвы обеспечивали школу заказами на печатные работы. В 1923 г. школе помогали Трест Петропечати, Госиздата, типография штаба Р.К.К.А. (Рабоче-Крестьянской Красной Армии) и литографии Петробумтреста. Эти средства поступали на приобретение оборудования, расходных материалов, ремонт помещений, а также на выплату жалования ученикам за выполнение печатных работ.

25 ноября 1922 г. школе было присвоено имя товарища Алексеева. Вася Алексеев (1896–1919) — рабочий Путиловского завода¹, редактор журнала «Юный пролетарий», выходящий как печатный орган Петроградского комитета Социалистического Союза рабочей молодежи.

Во главе школы был поставлен «И.Н. Михайлов, помощниками заведующего назначены А.И. Тинаков, В.Д. Садовников, заведующим учебной частью определен А.Д. Александров»². В начале работы необходимо было создать материальную базу, разработать учебный план в теоретической и практической части, а также организовать жизнь, наладить дисциплину учащихся и общественную работу.



Практика в печатном цехе



По часовой стрелке: здание школы в бывшей Сенатской типографии, Вася Алексеев — в честь которого она была названа, И.Н. Михайлов — первый ее заведующий, печать учебного заведения

По распоряжению Союза печатников из полиграфических предприятий Ленинграда в школу были направлены 307 подростков, распределенные по четырем отделениям: наборное, печатное, переплетное и стереотипное. При школе были устроены учебные мастерские по заявленным учебным специальностям. В 1923 г. были открыты еще два отделения: словолитное и литографское, а в печатных мастерских поставлены два линовальные машины. На очереди стояло оборудование цинкографской и литографской мастерских.

Учебный план

Разработка учебного плана велась в двух направлениях: постановка учебно-практического обучения и план теоретических занятий. Специальная комиссия, выдвинутая из числа преподавателей и согласованная с Педагогическим советом, после первого полугодия существования школы составила основные положения:

- 1) Срок обучения в школе устанавливается в три года.
- 2) Применительно к этому разрабатываются новая табель и новая программа.
- 3) В школу принимаются исключительно грамотные учащиеся, то есть умеющие читать и писать.
- 4) Для малограмотных и слабых учеников устанавливается четвертый, дополнительный год обучения. Эти учащиеся образуют дополнительную группу.

Все учащиеся распределялись на три группы, соответственно знанию и усвоению курсов, установленных программами для каждой группы³.

В 1923 г. в Москве были опубликованы и поступили в школу «Программы по образованию рабочих подростков в полиграфическом производстве», предназначенные для учащихся всех учебных заведений страны. Согласно этим программам был предусмотрен 4-летний

курс обучения; все занятия разделены на: 1) классные теоретические занятия, 2) занятия в мастерских и 3) клубные занятия. Предлагаемая программа «написана не для школьников, а для учителей. Она дает логическую систему курса, объем и расположение материала по годам. При ее проработке в школе придется считаться с психологией подростка, с его интересами...Трудовая школа для подростков 15-18 лет не ставит своей целью дать ему знания; она должна научить его научно работать и мыслить. Материал должен быть проработан учениками активно-лабораторно-трудоым методом»⁴. Эти программы несколько отличались от принятых в школе и учителя адаптировали их для школы.

В число предметов преподавания вышли: русский язык, литература, математика, естествознание (физика, химия, машиноведение), мироведения, обществоведение, графические искусства, профессиональная гигиена и техника безопасности, описательный курс производства, история письмен и книгопечатания, общая полиграфия, изучение алфавитов, материаловедение, организация труда и производства, курс спецдела. На все эти занятия отводился 21 урок в неделю. Работа в мастерских и иностранный язык как факультатив — 47 часов. Клубные занятия и физкультура — 8 час⁵. Материал по отдельным предметам прорабатывался экскурсионно-лабораторным методом и группировался по двум направлениям: обществоведческий (обществоведение, русский язык, география) и технологический (специальные и полуспециальные предметы). Программы по общеобразовательным предметам соответствовали плану обучения в Единой трудовой школе.

Для выяснения уровня подготовки учеников из преподавателей школы была создана проверочно-испытательная комиссия. На основании результатов испытаний ученики поступили на теоретическое обучение в следующие классы: два подготовительных класса с программой трудовой школы класса А и Б для совершенно не знакомых с типографским делом, 7 классов первого года обучения для малознакомых с типографским делом и 1 класс второго года обучения с программой трудовой школы классов В, Г и Д для более-менее знакомых с делом.

В 1924 г. вышли «Положение и программы бригадно-индивидуального ученичества на предприятиях полиграфического производства», в которых помещены программы практических занятий с учениками в предприятиях полиграфического производства. В программе описаны темы обучения «наборного, печатного, переплетного, литографского переводного, литографского машинного отделения»⁶, которые были приняты в школе. Для теоретических занятий оборудованы десять классных комнат, производственный музей, помещение библиотеки, для которой приобретены учебные пособия: 741 учебников, 55 карт и таблиц, 13 коллекций картин⁷.

В школе устроено самоуправление, развита кружковая работа и активно действовал коллектив Р.Л.К.С.М. (комсомола), в который вошли 200 человек из 300 учащихся.

Культурный отдых

В течение учебного года в школе велась культурно-массовая работа. Так, после дневных занятий, в классах школы «функционировало несколько кружков: драматический, хоровой, ИЗО, музыкальный, великорусский, естествознания и др. Занимались в кружках около 200 человек»⁸. Помимо кружков, учащихся водили на экскурсии в различные музеи: Здравоохранения, Революции, Петропавловскую крепость, Академию художеств, Этнографический и Минералогический музей⁹.

Летом ученикам предоставлялись каникулы. Благодаря усердным стараниям зав школой И.Н.Михайлова, ученикам была предоставлена дача в Детском селе (Царское село, сейчас город Пушкин) на 40 человек¹⁰.

Так, в 1925–1926 гг. «ученики отдыхали на даче группами по 40 чел. две недели. Под дачу предоставлена часть двухэтажного каменного дома, где обычно размещался детский дом»¹¹, — писал в отчете заведующий дачей С.Кривин, под руководством которого для учеников были «организованы занятия по физкультуре и посещение тамошних музеев»¹². Помимо развлечений, проводились занятия и «работы преподавателями естествоведения и графических искусств»¹³. На даче проводились:

- групповые занятия по иностранным языкам,
- беседы по политической грамоте,
- организация экскурсий,
- повторение пройденного, занятия с отставшими¹⁴.

Летом силами и желанием самих ребят была организована «автономная футбольная команда», влившаяся осенью 1924 г. в «Спартак». Для занятий были закуплены спортивные костюмы, арендована зала для занятий. К 1925 г. занимались спортом «около 100 чел.»¹⁵

Наводнение

В 1924 г. помещения школы пострадали от одного из сильнейших наводнений. Школа находилась в помещениях бывшей Сенатской типографии, которая занимала 1 этаж большого здания, выходившее фасадами на Красную (ныне Галерную) улицу, Сенатскую площадь и набережную Красного флота (бывш. Английскую). Вода прибывала очень быстро и затопила подвалы и первые этажи, повредила оборудование, материалы, готовую печатную продукцию и школьные классы.

Успехи

Школа участвовала в выставках. Так, в 1925 г. работы учеников школы были выставлены в Международной выставке во Флоренции. Среди работ были представлены художественно исполненные альбомы, представлявшие собой большую ценность, как экспонаты переплетного производства. Альбом с типо-литографскими работами «выполнен из темно-коричневой кожи с мозаичными, зеленого цвета, овалами, обрамленные золотыми линиями, обрез золотой, форзац шелковый. Исполнение тщательное, сочетание красок приятное. Второй альбом выполнен из темно-коричневой кожи, без мозаики, но с золотым тиснением на красном фоне большого союзного герба»¹⁶. Работы были признаны лучшими по технике исполнения, выдержанности гарнитур и отличное сочетание цветов использованных материалов.

Ежегодно школа выпускала около 30 квалифицированных рабочих, поступавших на работу в различные типографии Ленинграда. Заведующий школой И.Н. Михайлов, ратуя за продолжение обучения лучших учеников, отмечал что «с поднятием школ полиграфического производства до должной высоты необходимо подумать и обратить внимание на поддержание Ленинградского фототехнического института, в котором имеется полиграфический факультет. Этот факультет должен иметь тесную связь с нашими школами, откуда лучшие могли бы поступать на этот факультет и получить высшее образование»¹⁷.

Начало конца

Финансовое положение школы ухудшалось год от года. Так, школа недополучала средства, в результате чего образовались долги. Более того, в школе-типографии, как и во многих учебных заведений того времени, ученики чувствовали себя довольно свободно, некоторые из них, отличавшиеся недостаточным воспитанием, плохо себя вели на уроках и практике, постоянно прогуливали занятия, чем разлагали дисциплину в классах, с чем постоянно боролся ее заведующий. В 1926 г. И.Н. Михайлова сместили и назначили нового заведующего — Г.С. Иорайшвили, который не справился с управлением учебно-

го заведения. В итоге школу закрыли. Среди причин ее закрытия можно назвать основные:

- 1) Наводнение 1924 г., принесшее большой урон.
- 2) Прогоулы занятий в мастерских, срыв уроков, некорректное поведение некоторых учащихся, что выбивало из учебной колеи преподавателей и персонал школы.
- 3) Непроверенный учебный план, спущенный из Москвы, нарушил весь учебный процесс.
- 4) Недостаточное снабжение финансовыми средствами от Ленинградпрофобра и Союза рабочих печатного дела, вследствие чего у школы образовались огромные долги.
- 5) Отстранение заведующего И.Н. Михайлова и появление нового — Г.С. Иорайшвили. Смена опытного руководителя на малосведующего неспециалиста.

Все это привело к прекращению деятельности и последующему закрытию школы. Первая учебно-практическая школа-типография им.Васи Алексеева проработала в 1922-1926 гг., то есть всего 5 лет, выпустив около 300 квалифицированных рабочих, получивших места в типографиях города на Неве. Опыт работы школы-типографии им.Васи Алексеева помог организовать ФЗУ (фабрично-заводское ученичество) при типографиях города. Возможно, это было оправдано и логично, так как ученикам не нужно было ездить в центр города на учебу и практику и после окончания обучения, выпускники приступали к работе на своих местах в своей типографии. Тем не менее, школа положила основание профессиональному полиграфическому образованию в Ленинграде. ■

Нина Георгиевна Кузьмина,
методист Российского творческого союза
работников культуры

Ссылки:

1. Горбачевич К.С., Хабло Е.П. Почему так названы. — Л.: Лениздат, 1985, с.67.
2. Школа-типография им. т. Алексеева (Ленинград). Государственная Учебно-практическая школа-типография имени товарища Алексеева. - Л. : Гос. Уч.-практ. шк.-тип. им. т. Алексеева. 1925. С. 7 (- 32 с.)
3. Программы школы // Юный техник-типограф. 1922. №1.С.8
4. Там же, с.61
5. Материалы по образованию рабочих подростков в полиграфическом производстве : Учеб. план, программы / Всерос. союз рабочих полигр. пр-ва. - М. : ЦК Союза рабочих полгир. пр-ва, 1923. С.5 (- 125)
6. Положение и программы бригадно-индивидуального ученичества на предприятиях полиграфического производства. — М. Изд. ВСРП. 1924. С.9
7. Там же, с.9
8. Юнкор К.Штерин. Куется смена // Ленинградский печатник. 1925. №28. С.1.
9. ЦГА. Ф. Р-4440. Оп.1. Д.29. Л.70.
10. ЦГА. Ф. Р-4440. Оп.1. Д.29. Л.255.
11. ЦГА Ф.Р.4440. Оп. 1. Д.32. Л.103.
12. ЦГА Ф.Р.4440. Оп. 1. Д.32. Л.106 об.
13. И.Михайлов. Наша школа//Ленинградский печатник. 1924. №3. С.16.
14. Там же. С.15
15. Юнкор К.Штерин. Куется смена // Ленинградский печатник. 1925. №28. С.1.
16. К участию школ ФЗУ на Флорентийской выставке //Печатник. 1925. 312. С.4-5
17. Дядя Ваня. О профтехобразовании // Печатник. 1924. №16. С.19.

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 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!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,
метро Пущинская,
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!

Передовые технологии: нанесение кода DataMatrix на комбинированное покрытие из экструдированного полиэтилена и картон-основы



Георгий Головенкин,
генеральный директор,
«СМГ Технологии»
[Москва]

О специализации полиграфических предприятий мы говорили не раз. В частности, есть предприятия, специализирующиеся на одном виде продукции и построившие для этого уникальные производственные комплексы. Зачастую они являются поставщиками уникальной продукции. Среднестатистические типографии производить подобную

продукцию не смогут — слишком уникальные технологии. Одно из таких предприятий — компания «Роспак», которая специализируется на производстве пакетов для упаковки жидких пищевых, преимущественно молочных продуктов. Генеральный директор ООО «РОСПАК» Владислав Красов и директор компании «СМГ Технологии» Георгий Головенкин рассказали об успешном опыте установки и использования линии маркировки молочной упаковки — «Честный знак».

Специализация

Компания «РОСПАК» была специально создана для выпуска упаковки типа Gable Top. Gable Top — упаковка из барьерного картона, склеенная таким

образом, что имеет сверху шов в виде конька крыши (Gable — конек крыши в переводе с английского).

Производство было запущено в 2006 г. С нуля было построено производственное помещение, для которого было закуплено специализированное оборудование. Производственный процесс построен на принципе ротационной офсетной УФ-печати, ротационной высечкой и биговки в линию. Полученные заготовки после этой линии фальцуются и свариваются особым образом для получения заготовки будущего пакета. На пищевых предприятиях в него заливается продукт и пакет окончательно заваривается.

Выбор технологии был продиктован целью получить хорошее качество печати без необходимости использовать



Печатный парк типографии «Роспак» состоит из шестикрасочной рулонной печатной машины Komori Chambon, использующей технологию офсетной УФ-печати





В линию с печатной машиной установлена система ротационной высечки и биговки

дорогие флексографские формы. Надо сказать, что целый ряд типографий в мире используют именно этот подход, однако на момент создания компании «РОСПАК» обеспечить высокое качество печати другими способами, той же флексографией, было намного сложнее. Сейчас флексография сильно развита, и можно получить качество печати, близкое к офсету, но в тот период других вариантов не было. Поэтому было принято решение использовать ротационный УФ-офсет.

Расходники

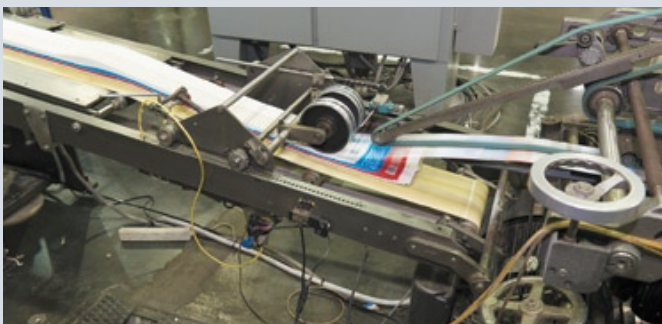
Для производства пакетов для фасовки жидких пищевых продуктов используется барьерный кронтон. Многие годы «РОСПАК» использовал качественный барьерный картон зарубежного производства Stora Enso, но в этом году в связи с введением антироссийских санкций, поставки этого картона прекратились. В рамках импортозамещения АО «Монди Сыктывкарский ЛПК» возобновил производство картон-основы для отечественной упаковки пищевой продукции под брендом Komirak в промышленных объемах. Данный материал имеет беленый поверхностный слой и подходит для полноцветной печати. При использовании барьерного картона необходимо использовать УФ-печать. По-другому получить стабильное изображение на слое полиэтилена невозможно. Возникает сложная задача: обеспечить печать на барьерном картоне УФ-способом, соблюдая при этом все экологические и санитарные нормы по миграции составных частей краски в пищевой продукт. Необходимо использовать такую специальную офсетную краску, которая удовлетворяет всем необходимым требованиям. Это специальная УФ-отверждаемая краска для печати пищевой упаковки, имеющая все необходимые сертификаты безопасности. Более того, санитарные нормы требуют, чтобы печать проводилась без использования спирта в увлажнении.

Маркировка

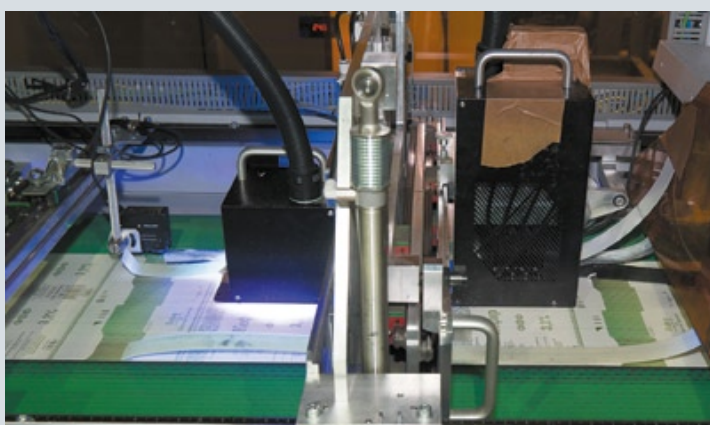
Еще одной непростой задачей, с которой столкнулась компания «РОСПАК», стала необходимость маркировать всю молочную упаковку специальным кодом «Честный знак». Обязательная маркировка молочной продукции была запущена в начале 2022 г. Есть несколько технологий, например, можно наносить код непосредственно на предприятии, занимающимся расфасовкой продукции, то есть на молокозаводе. Но значительное количество молочных комбинатов решили не инвестировать в установку специализированного печатного оборудования и готовы заказывать упаковку с уже нанесенным кодом «Честный знак».

По этой причине в «РОСПАК» было принято решение об установке системы маркировки «Честный знак». Уста-

новку системы осуществила компания «СМГ Технологии», задействовав при этом оборудование МК, которое поставляет в Россию компания «ХД Рус». Директор компании «СМГ Технологии» Георгий Головенкин рассказал об успешном опыте установки и использования линии маркировки молочной упаковки «Честный знак»: «Для нанесения кодов «Честного знака» специалисты «СМГ Технологии» предложили струйные печатающие модули PU 70-1CLUV-4PH своего партнера – чешской компании Aroja Xorfex. Сформированный из этих компонентов модульный комплекс позволяет работать как с не склеенной, так и со склеенной заготовкой и обеспечивает нанесение и автоматический 100% контроль качества нанесения кода. В результате обеспечивается маркировка с классом нанесения «А-В», и при необходимости автоматическая отбраковка плохо нанесенных кодов, а также подсчет отбракованных заготовок продукции».



Для формирования готовой упаковки используется фальцевально-сваривающая линия с нагревом газовой горелкой



Для нанесения кодов «Честный знак» в компании «РОСПАК» используют инспекционную машину MK Diana Eye с установленной печатной головкой компании Aroja Xorflex в комплекте со специализированным программным обеспечением

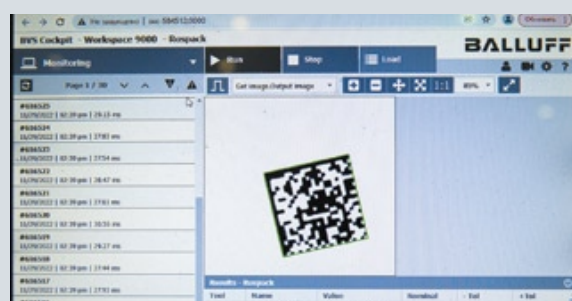
Непростая задача

По словам Георгия из «СМГ Технологии», одной из сложных задач, которую нужно было решить, — найти место установки печатающей головки: «В теории ее можно поставить на саму офсетную печатную машину и впечатывать коды одновременно с печатью сюжета. Но от этой идеи решили отказаться. Дело в том, что при установке маркировочного оборудования на печатную машину значительно увеличивается необходимое для приладки количество материала (учитывая, что барьерный картон дорогой), а также технологические отходы при более частых остановках. Важно и то, что слияние одного сложного процесса — печати и другого — маркировки увеличивает нагрузку на оператора и может стать причиной снижения его внимания и, соответственно, большого объема бракованной продукции и т.д. Что в итоге отрицательно может сказаться на себестоимости готового изделия и его качестве.

В качестве альтернативы рассматривался вариант установки печатающей головки на фальцевально-сваривающую линию для производства молочных пакетов, работающей по принципу фальцевально-склеивающей линии, (вместо клея используется сварка газовой горелкой). Но на сваренную заготовку оказалось сложно наносить коды. Сваренная заготовка не лежит идеально плоско, из-за жесткости картона она имеет объем даже после обжима. При этом, у разных заготовок объем немного разный. В рамках существующей линии фальцевочной-сварки обеспечить нужную фиксацию заготовки при нанесении не получилось. В целом, установка кодирующей системы на финальную часть производственного цикла — наиболее правильное решение».

Правильный вариант

В случае «РОСПАК» пришлось искать другой вариант решения задачи — ранее в типографию была установлена компанией «ХД Рус» инспекционно-сортировочная машина Diana Eye 55, и в нее удалось легко интегрировать комплект оборудования для обеспечения нанесения маркировки «Честный знак». Он состоит из печатающей головки, УФ-сушки, системы видеокamer для считывания напечатанных кодов и необходимого программно-аппаратного обеспечения. Все это удалось интегрировать в МК Diana Eye. Она работает с еще не сваренными заготовками, находящимися в плоском состоянии, и на них удается без сбоев наносить нужные коды. Рабочая скорость — до 300 м/мин., что позволяет маркировать до 2000 заготовок молочных пакетов в минуту. Машина имеет систему автоматической отбраковки дефектных заготовок



Для производства пакетов Gable Top в настоящее время используется полностью отечественный барьерный картон



Отходы картона утилизируются современной системой аспирации



Продукция компании — пакеты Gable Top разных размеров и различного дизайна

(собственно для этого она изначально создавалась). С новой системой она может отбраковывать и дефектно нанесенные коды. Но этой возможностью в типографии не пользуются, поскольку дефектных кодов крайне мало.

Вопрос экологии

В результате сложных инженерных разработок процесс кодирования молочной упаковки в «РОСПАК» полностью отлажен. И в текущих условиях это большое достижение — оперативно перестроить производство с качественного импортного барьерного картона на новый отечественный, с нанесением кода «Честный знак» и с соблюдением нужных санитарно-гигиенических требований. А ведь это часть продовольственной и экологической безопасности страны. Ведь, ощутив дефицит барьерного картона, ряд молочных комбинатов оперативно перестроились на пластиковую тару. Но «РОСПАК» делает все возможное, чтобы всех обеспечить качественной картонной упаковкой в нужном объеме. ■

Подписка на журналы

«Флексо Плюс — Этикетка и Упаковка» и «Курсив» ДОСТУПНА ВСЕГДА



Подписку **через редакцию** можно оформить, прислав заявку в свободной форме на адрес subscript@kursiv.ru или заполнив бланк на нашем сайте в Интернете www.kursiv.ru или по телефону: **+7 495 617 6652**

Журналы выходят с периодичностью один раз в два месяца, стоимость подписки через редакцию составляет **600 р.** по территории России; для стран СНГ, дальнего и ближнего зарубежья — **4800 р.** Заказать можно как все номера сразу, так и любой конкретный номер, включая ранее вышедшие! Оплата по безналичному расчету.

Подписку на наши издания на территории России можно оформить **через агентства:**

- «Руспресса», тел.: +7 495 369 1122;
- «Урал-Пресс», тел.: +7 499 700 0507 (Екатеринбург и еще 63 города), www.ural-press.ru.

Наши партнеры:

в **Казахстане** — агентство «Урал-Пресс» (Петропавловск), тел.: +7 7152 36 51 08

Электронные версии наших журналов в формате **ПДФ** Вы можете заказать на сайте издательства www.kursiv.ru.

Стоимость одного номера — **50 р.**, подписка на год — **300 р.** на любой журнал. Отправка прав доступа к ftp по электронной почте сразу после выхода очередного номера из печати.

Объем ПДФ-версии — **10–15 Мб.**

Founder Print: эксперт в струйной технологии



Наталья Козлова,
генеральный директор,
Accord Post,
[Москва]

В ноябре этого года московская компания Accord Post сообщила о подписании дистрибьюторского контракта и начале поставок в Россию цифровых печатных машин китайской компании Founder Electronics. Генеральный директор Accord Post Наталья Козлова рассказала, почему лидер российского рынка директ-маркетинговых услуг решил заняться поставками оборудования и как будет работать этот бизнес.

— Наталья, на нашей памяти это первый случай, когда типография не только приобретает оборудование напрямую у производителя, но и решает заняться его поставками в качестве дистрибьютора. Как вы пришли к такому решению?

— Компания Accord Post является лидером российского рынка директ-маркетинговых услуг, который на протяжении 20 лет организовывает для своих заказчиков адресные рассылки бумажных писем, отправку бизнес-документации, изготовление и доставку счетов и квитанций, а также печать транзакционных документов и биллингов. Дистанционная торговля, банки, регистраторы, страховые компании, пенсионные фонды, коллекторы, ритейл, рекламные агентства — вот неполный перечень отраслей, в которых используют услуги прямого маркетинга, предоставляемые нашей компанией. Наш профиль предполагает использование промышленных решений для цифровой печати вышеперечисленной продукции, и с точки зрения количества и класса установленных машин можно утверждать, что мы являемся одним из крупнейших экс-

плуатантов рулонных струйных машин в России. В конце 2021 г. в плане развития производства Accord Post стояли задачи по замене устаревающего оборудования, и мы предполагали продолжение сотрудничества с нашими партнерами Canon и Xerox, но февраль 2022 г. внес свои коррективы. Оценив перспективы и возможные варианты, мы приняли решение найти производителя цифровых печатных машин в Азии. В процессе переговоров увидели возможности для бизнеса и решили не только приобрести новое оборудование для своего производства, но и предложить его другим российским типографиям через новую компанию-дистрибьютора.

— На российском рынке уже два года присутствует другой китайский производитель подобного оборудования и его партнер, наверняка, смог бы организовать поставку и запуск машин на вашем производстве...

— Мы прорабатывали этот вариант, но не смогли получить ответы на все интересующие нас вопросы и решили, что для нас полезнее будет наладить прямую связь с производителем оборудования и наработать собственные компетенции в этом вопросе. По ключевым производственным процессам компания Accord Post всегда старалась работать напрямую с производителями. Чем меньше посредников, тем оптимальнее себестоимость продукции и тем быстрее решаются вопросы сервисного обслуживания, ремонта и технической поддержки. После более чем 10 лет использования промышленной струйной печати в России мы видим, что только вендоры могли обеспечить приемлемую себестоимость и нормативы SLA.

— Начав поиск производителя в Китае, вы сразу пришли к Founder Electronics или были другие варианты? Чем вас в итоге привлек именно этот брэнд?

— Мы выбирали производителя, ориентируясь на его позиции на китайском рынке, его опыт в сегменте струйной печати, качество готовой продукции и, безусловно, на общую стоимость владения. По совокупности факторов Founder Electronics оказалась лучшей.

— Вы не боялись покупать столь сложное оборудование напрямую у китайцев? Все-таки это сопряжено с серьезными рисками, которые обычно берет на себя дистрибьютор: обучение инженеров, формирование склада зап-

частей и расходных материалов, организация логистики и др.

— Мы покупаем оборудование не с закрытыми глазами. За плечами — полгода online-переговоров и обмена информацией. Кроме того, к нашей команде присоединились люди с опытом продаж и обслуживания промышленного цифрового печатного оборудования — до конца года мы сможем назвать их имена. В ноябре, несмотря на ковидные ограничения, наши продавцы и IT-специалисты уже побывали в Китае на заводе Founder Electronics и в ряде типографий, где смогли вживую закрепить все то, что ранее демонстрировалось on-line. В начале декабря в Китае на завершающий этап сборки машин для Accord Post и месячное обучение улетела вторая группа, на этот раз технических специалистов. Как видите, вопросы сервисного обслуживания поставлены во главу угла — как и должно быть, когда компания рассчитывает на дальнейшие продажи.

Здесь стоит подчеркнуть, что Accord Post — не только крупная цифровая типография, но и сильная IT-компания. Мы знаем все о том, как данные любого формата положить на бумагу. Наша сервисная служба обслуживает все наше допечатное и постпечатное оборудование. Приобретая новые компетенции в обслуживании китайских цифровых машин, мы расширяем свои сервисные возможности и закрываем риски простоев техники. Имея знания и опыт в области технологии печати, оборудовании, его поддержке, а также в логистике поставок, мы готовы представить рынку наше новое направление бизнеса. Accord Post сможет дать клиенту несколько больше, чем торговый представитель: мы сами своими объемами печати на оборудовании Founder Electronics будем готовы предоставить экспертное заключение о возможности использования этого оборудования для решения тех задач, в частности, печати тех объемов, которые есть у заказчика. Ну и, безусловно, сложно найти в России дилера, который инвестирует такие средства в демоплощадку, которую мы формируем.

— Расскажите немного о Founder Electronics.

— Компания является частью группы Founder, которая объединяет 30 компаний, работающих в области IT, здравоохранения, финансов, недвижимости и др. 30% головной компании принадлежит государству! Общий штат

FOUNDER

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ДИСТРИБЬЮТОР



Промышленные принтеры **FOUNDER**

Струйные рулонные печатные машины



- Монтаж оборудования
- Сервисное обслуживание
- Поставка расходных материалов
- Высокий уровень компетенций поставщика в этой области

founderprint.ru
info@founderprint.ru

насчитывает 35 000 человек. Конкретно Founder Electronics занимается разработкой и производством рулонных цифровых печатных машин, а также программного обеспечения, в том числе редакционных систем, которые используют практически все издатели газет в Китае. Из-за использования иероглифов там не прижились продукты Adobe и их место заняла как раз разработка Founder. Наряду с этим Founder Electronics в качестве дистрибьютора продает в Китае листовые машины с сухим тономом нескольких известных производителей. Некоторые из них — под собственным брендом EasyPrint. В 2021 г. Founder Electronics продала в деньгах больше листовых ЦПМ одного из партнеров, чем пять его других дистрибьюторов. В текущем году долю не оценивали, но в целом продано около сотни листовых ЦПМ разного класса и производительности, что, полагаю, позволит остаться в лидерах. Добавлю, что в общемировом масштабе партнерами Founder Electronics являются такие известные компании как Agfa, Fujifilm, HP, Konica Minolta, Kyocera, Screen и другие.

— **У вас есть данные по инсталляциям оборудования Founder Electronics в Китае и за его пределами?**

— Есть, и эти цифры нас поразили. За последние 3 года компания установила в Китае почти 500 рулонных струйных машин. Это примерно равно объему рынка такого оборудования в регионе ЕМЕА суммарно по всем производителям за тот же период. Что касается зарубежных установок, то их не было. Фактически, Россия становится первым рынком, на который попадут цифровые печатные машины Founder Electronics.

— **Какие именно цифровые машины Founder Electronics вы планируете выводить на российский рынок?**

— В ближайшее время Accord Post сфокусируется на продвижении рулонных струйных печатных машин EagleJet P4400CHD и P5600CHD нового поколения, которые могут использоваться для печати книг, директ-мейла, транзакционных документов и другой подобной продукции на офсетных, газетных и специальных бумагах плотностью от 45 до 165 г/м². Ширина рулона соответственно 440 и 560 мм. Максимальная скорость печати — 150 м/мин. Струйные печатные машины Founder Electronics начала разрабатывать около 15 лет назад. Их текущий технический и технологический уровень полностью соответствует аналогам японских, американских и европейских производителей, а в чем-то даже превосходит их.

— **Как вы оцениваете перспективы рулонных струйных машин на водных чернилах в России? Компании какого профиля вы видите в числе потенциальных покупателей?**

— Судя по отклику типографий на новость о начале поставок китайских машин, потребность в такой технике есть. В 2021 г. в России было запущено 6 струйных рулонных машин, в 2022 г., по нашей информации, 7 (без учета рулонных УФ-машин для печати этикетки и упаковки). И это при том, что большую часть года бизнес пребывал в шоковом состоянии. За последний год во всех печатных технологиях была серьезным образом пересмотрена вся себестоимость производственного процесса. Как результат, себестоимость струйной технологии приблизилась к офсету. Мы также выработали более понятную и прозрачную сервисную модель, которую уже высоко оценили книжные типографии. Все это должно привести к тому, что струйная технология станет активнее использоваться на нашем рынке.

— **А что по стоимости машины и чернил, их расхода?**

— Конечно, прайс сформирован. Не буду утверждать, что китайские машины намного дешевле европейских, однако по техническим характеристикам они не уступают иностранным аналогам, а в чем-то их даже превосходят. Взгляните на автомобильный ры-

нок: там происходят аналогичные процессы. Что касается расхода чернил, то он аналогичен машинам на базе печатных головок Kyocera, однако при 1200 dpi расход значительно ниже по сравнению с 600 dpi. Обратите внимание, что весь российский парк рулонных ЦПМ на водных чернилах именно на головках с разрешением 600 dpi (за редким исключением), и та типография, которая приобретет сейчас машину с 1200 dpi, получит серьезное преимущество как в себестоимости, так и в качестве печати.

— **А листовые машины Founder будут доступны для России?**

— Такая договоренность достигнута, и первые машины уже готовы к отгрузке. Этот рынок для нас очень интересен. В 2021 г., по данным IDC, в России продали 995 машин класса proprint. Мы его оценивали, начиная с машин класса Konica Minolta 4065. В 2022 г. за полгода продали всего 50 машин, но мы понимаем, что типографии готовы покупать, проблема в поставщиках. Некоторые компании ушли, оставшиеся ищут способы легально поставлять свою продукцию, а у нас подобных сложностей не будет, так что мы надеемся на быстрые и хорошие продажи. Первую листовую машину, кстати, уже продали.

— **Чи листовые тонерные ЦПМ вы предложите в России?**

— На этот вопрос я пока не могу ответить, так как осталось формализовать некоторые моменты в ближайшее время. Как только это будет сделано, мы официально уведомим рынок. Это будут доступные машины разного класса с разной производительностью как для черно-белой, так и цифровой печати.

— **А если обратятся типографии с запросом только на расходные материалы или запчасти для листовых тонерных машин? Вы сможете их продать отдельно от машины?**

— Почему нет. Это очень интересная часть данного бизнеса.

— **Какие машины Founder Electronics вы приобрели для себя и когда они ожидаются в России?**

— По плану мы ожидаем рулонную машину для черно-белой печати в конце января 2023 г., цветную — в марте.

— **Цифровые машины Founder Electronics будут продвигаться в рамках Accord Post или вы создаете новую компанию?**

— Мы уже зарегистрировали название Founder Print (<https://founderprint.ru>). Сначала это будет бизнес внутри Accord Post (<https://www.accordpost.ru>), но в перспективе по мере развития не исключаю, что он выделится в самостоятельную компанию.

— **А если, к примеру, к вам обратится компания, которая работает в том же сегменте рынка, что и вы?**

— Не думаю, что будут проблемы. В нашем сегменте не так много конкурентов, и все они имеют свою специализацию либо по форматам, либо по географии. А чернила нашим «конкурентам» мы и так уже поставляем.

— **Это чернила Founder?**

— Нет, в какой-то момент в этом году мы остались без оригинальных чернил для наших машин. Поскольку достать их по обычным каналам не получилось, мы взяли образцы, нашли лабораторию, которая смогла их проанализировать, и изготовили аналог, который хорошо себя показал в работе. Наши чернила получились контрастнее, и, конечно, дешевле. Мы используем их на своем производстве и некоторую часть продаем коллегам по цеху.

— **В рамках российской компании Founder Print планируете ли вы искать других партнеров-производителей?**

— Да, мы видим серьезный потенциал и спрос в области финишно-го оборудования. Сейчас изучает возможные варианты. ■



FLEXO BUSINESS

Телеграмм-канал производителей и потребителей
рулонной этикетки и гибкой упаковки

НОВОСТИ ФЛЕКСОРЫНКА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Новые решения, кто что купил и др.

РЕДАКЦИОННЫЕ СТАТЬИ

Про бизнес, кейсы типографий, обзоры продуктов,
опросы, блоги

Международная специализированная
выставка Упаковки, Печати
и Технологий Розлива



УПАКЕХРО
24 - 27 ЯНВ
2023
Москва, Россия

upakexpo.ru

СОВМЕСТНО С ВЫСТАВКАМИ:

Международная специализированная
выставка технологий переработки
и утилизации отходов



RECYCLING SOLUTIONS



Международная специализированная
выставка пластмасс и каучуков

RUPLASTICA

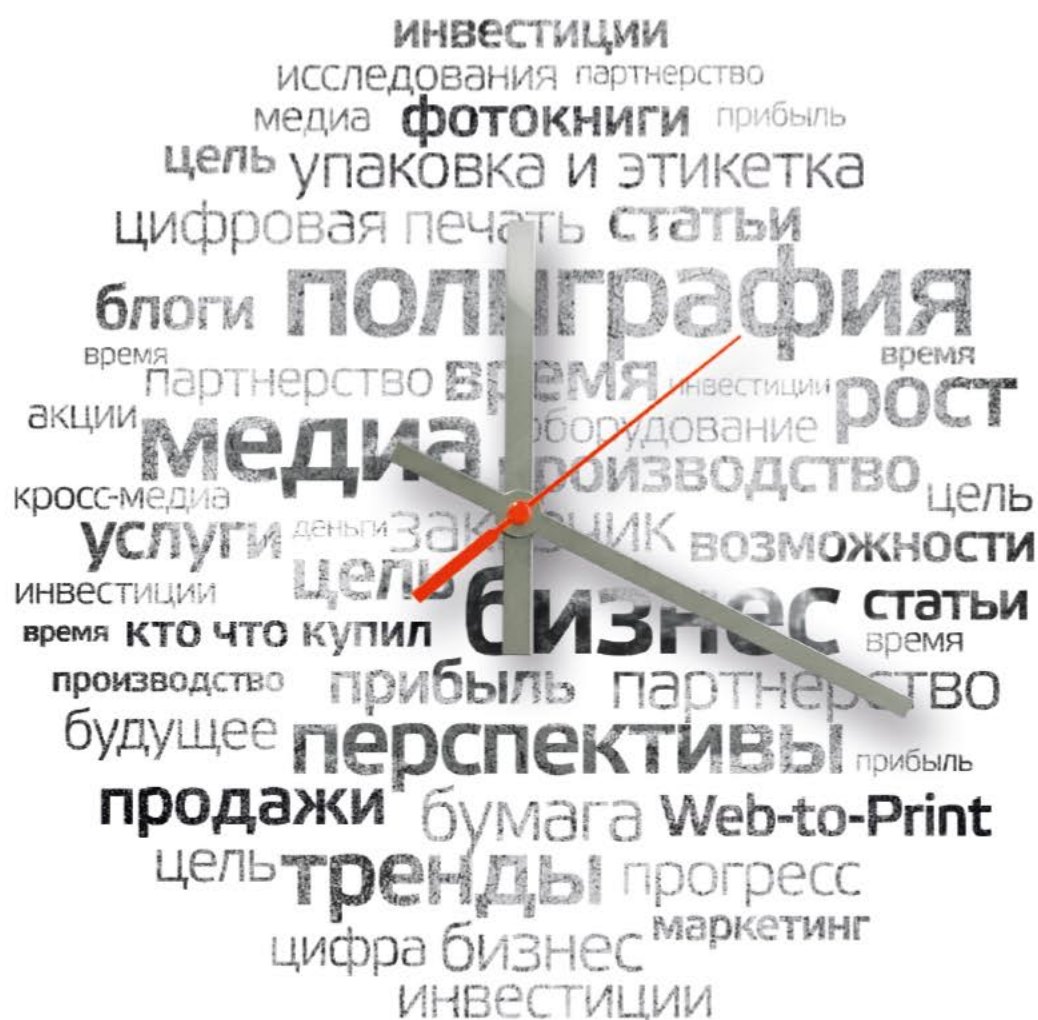
Место проведения:

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»
Тел.: +7 495 955 91 99
www.expo-fusion.ru


**ЭКСПО
ФЬЮЖН**



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»

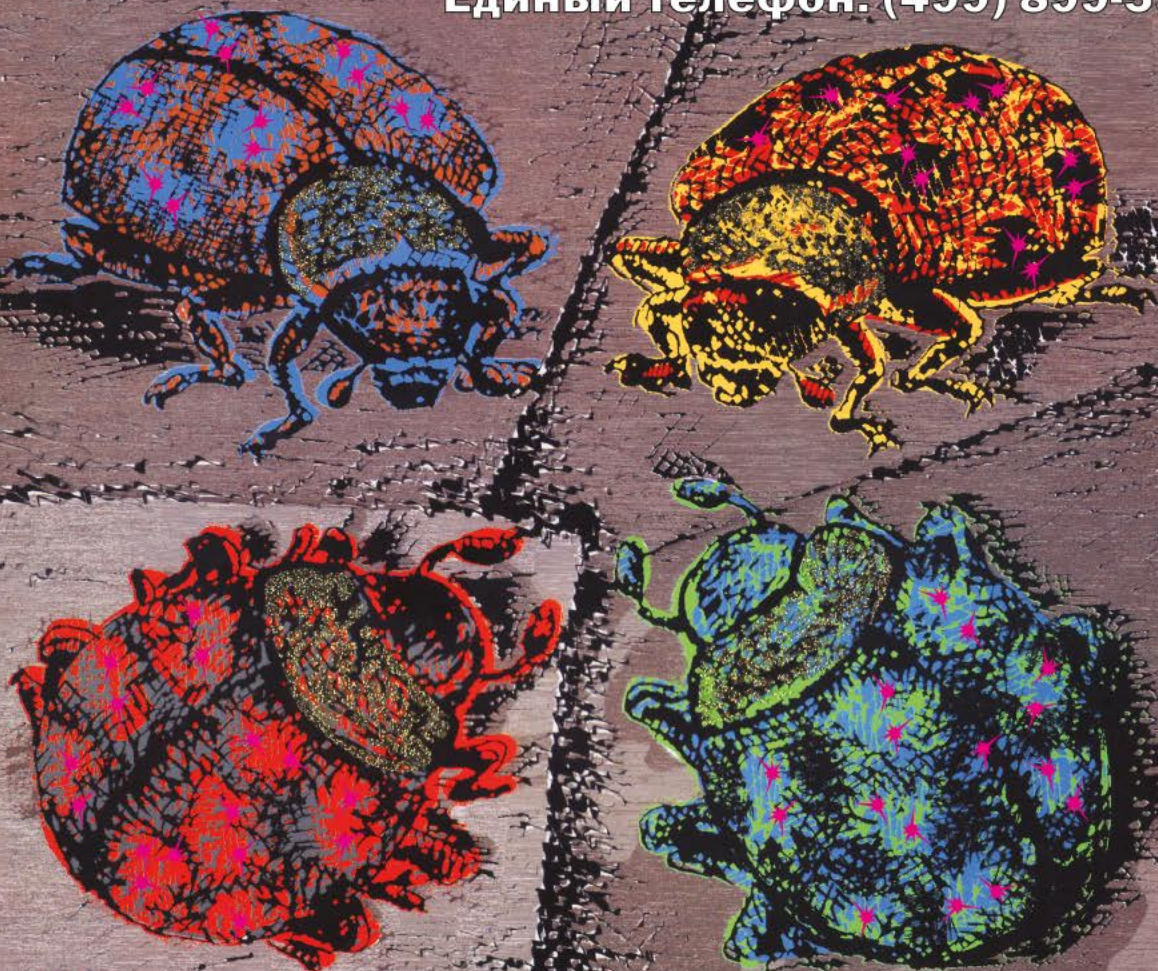


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М Y К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи экз.

от **250**

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ
трафаретной
печатью



«Омела» применяется для печати
высокохудожественных многокрасочных
иллюстрационных и иллюстрационно-
текстовых изданий:
книги, годовые отчеты, каталоги,
журналы, брошюры,
листовки, календари, плакаты.

В секретах бумаги —
история вдохновения



www.ilimgroup.ru



www.omelapaper.ru

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.