

ОФОРМЛЕНИЕ

№9, Декабрь, 2013



*С Новым
& Годом!*



ФОРМАТ

Журнал для производителей
и заказчиков полиграфической продукции

Формат №9(86)-2013

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Оцениваем кредитные риски, или Статья со множеством многоточий... 4

ИНТЕРВЬЮ

Свен Стржельчик, концерн КБА

«Полиграфия — не односторонняя улица» 8

Андрей Зуйков, компания VMG-Trade

Печать высокорезактивными УФ-красками,
или Перспективы для рынка расходных материалов 10

ТЕХНОЛОГИИ

Технология для тех, кто умеет экономить. 12

Типография «Вишневый пирог»

Как повысить отдачу от рекламы, или Необычные возможности Scodix. 14

СОБЫТИЕ

Kodak: курс на инновации,

или Новатор в технологиях обработки изображений. 18

Классика жанра: семь «Санатов» в финале 22

ОБОРУДОВАНИЕ

Компания «Курт»

Листовая печать в производстве конвертов,
или Как разослать неформатное вложение 24

Компания «О-Сувенир»

Как изготовить полиграфический сувенир,
или «Цифра» для непрофильных компаний 29

Репроцентр «24PrePress»

Печатные формы на лобой кошелек,
или Экспонирование на аналоговых пластинах 32

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн. 3	Формула цвета вкладка
ВИП-Системы. 17	КБА 2-я обл
Гейдельберг-СНГ. 7	Kodak 19
Дизайн и Реклама. 3-я обл	Konica Minolta 31
МакЦентр. 33	Viva-Star 20
ОктоПринт Сервис 5	VMG-Trade 11
Фабрика офсетной печати. вкладка	YAM International. 4-я обл

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

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

Почтовый адрес:

107140, Москва, а/я «Курсив»

Адрес редакции:

129226, Москва,

ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6

Тел.: (495) 617-66-52

E-mail: format@kursiv.ru

www.kursiv.ru

Журнал «Формат»:

Главный редактор

А. Ч. Амангельдыев

Зам. главного редактора

М. Ю. Беляева

Ведущий редактор

Н. А. Шлыкова

© Издательство «Курсив»

Все права защищены

Отпечатано в типографии

Viva-Star. Тел.: (495) 780-67-05

Подписано в печать 27.12.2013

Печать офсетная. Тираж 7000 экз.

ВНИМАНИЕ!

Любое воспроизведение материала

или их фрагментов запрещено

За содержание рекламных модулей

редакция ответственности не несет

СЕЗОН ОТКРЫТ



Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

– издания в твердом переплете

(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).

А также любую другую полиграфическую продукцию.

– сувенирную продукцию и подарочные наборы

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

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

100 оттенков итальянской
искусственной кожи

1000 оттенков итальянского
переплетного шелка

на нашем складе в Москве



Оцениваем кредитные риски, или Статья со множеством многоточий...

Вряд ли кто-то будет спорить, что полиграфическое оборудование в подавляющем большинстве очень дорогое. Причем как в абсолютных цифрах, так и относительно объема бизнеса. По этой причине покупка полиграфического оборудования всегда связана с серьезными материальными затратами, которые по-хорошему необходимо заранее планировать. Однако в нашей стране понятие «планировать» имеет несколько усложненное значение. Согласно российской бухгалтерской и налоговой системе копить деньги на приобретение оборудования у нас не очень получается. Это можно делать либо из прибыли (и тогда сначала нужно оплатить все налоги, включая 35% налога на прибыль), либо прибегать к довольно сложным и не очень прозрачным схемам накопления, что неудобно. Более того, хранящиеся на счету деньги, также могут попадать под налогообложение, особенно в последнее время, когда налоговые инспекции могут в безакцептном (беспорном) порядке взыскивать неуплаченные суммы. Потом можно будет что-то отсудить, но это непросто, да и сам суд потребует денежных затрат. В некоторых развитых странах часть суммы дохода можно заранее описать как «накопления для будущих инвестиций в развитие», и эта сумма может спокойно лежать на счету столько, сколько понадобится. Причем налоги с «инве-

стиций в развитие» минимальны. Впрочем, и потратить их придется именно на инвестиции. Если позже возникнет желание переложить накопленное в карман, то недоплаченную разницу в налогах придется заплатить.

На развитие бизнеса, как правило, нужны средства, причем далеко не каждое предприятие может выделить «из собственных средств» существенную сумму на инвестирование. Приходится прибегать к кредитованию. Но как оценить, сколько средств можно занимать относительно безболезненно?

Пути для инвестиций

Получается, что у российских типографий не так много путей для инвестиций в оборудование. Накопить, как мы выяснили, сложно, поэтому приходится пользоваться заемными средствами. Это абсолют-

но нормальное явление, почти весь бизнес в мире именно так и работает. Не совсем нормальны у нас проценты за использование кредитных средств: 18–20% годовых против 2–5% в развитых странах. Но тут уж ничего не поделаешь — особенности страны. Несмотря на то, что правительство России уверяет нас, что рубль едва ли не самая стабильная и прочная валюта в мире, при этом кредиты перестрахованы в несколько раз. Но другого выхода все равно нет, и приходится пользоваться заемными средствами. Но тут возникает вопрос: «А какова величина этих заемных средств? Сколько реально следует брать в кредит, чтобы не навредить бизнесу и оставаться эффективным?» С одной стороны, ответ на вопрос очень прост: «Столько, сколько сможешь обслуживать». Однако зачастую нельзя заранее понять, сколько долгов можно реально обслуживать, особенно с учетом будущего оборудования. Весьма вероятно следующее рассуждение: «Сейчас у меня свободных денег немного, но вот возьму в лизинг новую машину, объемы производства вырастут, и будет возможность выплачивать за нее лизинговые платежи, и на прочее останется». Практика показывает, что такой подход в корне неверен и почти всегда приводит к плачевным финансовым результатам. Конечно,

частично от подобных проблем типографию застрахуют сами лизинговые компании, банки, кредиторы. Изучив экономику финансируемого предприятия и не увидев там потенциальной возможности вернуть долги, они просто не дадут кредит и не оплатят лизинг. Впрочем, и здесь бывает по-разному...

Сколько взять в кредит?

Попытаемся разобраться, как самому прикинуть ту величину инвестиций, которую можно себе позволить, понимая текущее положение дел на производстве. Первое, что нужно четко понимать: инвестиции в новое оборудование — это всегда риск. Даже когда кажется, что производственных мощностей катастрофически не хватает и, срочно купив еще одну печатную машину, удастся удвоить производство и заработать много денег. Следует понимать, что новая машина не образуется по волшебству, ее необходимо будет смонтировать, запустить, встроить в технологический процесс, научиться на ней работать, подготовить кадры и т. д. Даже в самом лучшем раскладе машина не начнет приносить деньги на следующий день после установки. По-хорошему, ее еще и загрузить надо реальными, а не возможными в будущем заказами. И все это время за нее придется исправно платить необходимые платежи. Так что резервы для осуществления этих платежей нужно искать внутри старого производства, без учета новых производственных мощностей. Если они есть...

Постараемся привести простую методику, которой можно пользоваться для оценки перспективности инвестиций, а точнее возможностей вылачивать те или иные займы или лизинги. Как уже упоминалось ранее, проценты по лизингам и кредитам в нашей стране непомерно высоки, поэтому при расчетах следует иметь в виду, что у нас приходится платить и собственно «тело кредита», и «проценты по нему», причем эти суммы оказываются почти одинаковыми. В развитых странах за 5–7 лет кредитования оборудование дорожает не более чем на 15–20%, у нас становится дороже в 2–2,5 раза (!). Таким образом, за печатную машину стоимостью 1 млн условных единиц типографии придется в итоге выплатить 2–2,5 млн. И это, по сути, неизбежно. Придумать другой путь финансирования не получается. До недавнего времени некоторым компаниям удавалось брать кредиты за рубежом по существенно более выгодным тарифам, но и здесь государство поспешило вмешаться, усилив валютный контроль и отчетность, по сути, лишив типографии такой возможности. Кому-то это, наверное, выгодно...

В общем, приходится жить в тех условиях, которые есть. А это значит, что типография должна быть готова к тому, что ей придется ежемесячно выкладывать за новое оборудование около 30 тыс. условных единиц, при том, что вернуть кредит нужно за 6 лет. Наверное, часть этой суммы может быть заработана и на новом оборудо-

вании, но только часть, и при этом не доминирующая. Оптимальным следует признать величину в 25–30% в силу того, что в первое время (монтаж, введение в эксплуатацию, вхождение в рабочий режим и т. д.) оборудование вообще не будет приносить денег, а в дальнейшем тоже нет гарантии, что вновь купленное оборудование бу-

станции смешения офсетных красок: цвета и оттенки на любой вкус

www.hostmann-steinberg.ru

Москва
+7 (495) 789-8081

Санкт-Петербург
+7 (812) 313-7448

Новосибирск
+7 (383) 230-2798



huber
group

дет работать эффективно и приносить большую прибыль. Поэтому лучше исходить из худших предположений и не пытаться выплачивать весь кредит из будущей прибыли. Ведь ее может и не быть...

Если продолжать рассуждать таким же способом, то получается, что типография должна иметь возможность выплатить минимум 20 тыс. условных единиц из доходов существующего производства. В структуре себестоимости

большинства типографий отчисления на перспективное развитие (а в данном случае это примерно то, что нам нужно) вряд ли будет составлять больше 10–15%. А это значит, что собственно величина себестоимости всей выпускаемой за месяц продукции должна быть около 150 тыс. условных единиц. А с учетом типовой прибыли в размере 10% месячный оборот типографии должен быть в пределах 165 тыс. Необходимо, правда, отметить, что структура себестоимости в разных типографиях может отличаться, но подход в оценке при этом сохраняется, просто для низко rentable предприятий величина месячного оборота будет заметно больше, для высокоэффективных — меньше. Впрочем, на-



График погашений платежей за оборудование, приобретенное в лизинг на 6 лет. В развитых странах компании-лизингодатели только к шестому году начинают получать доход от своих инвестиций, а предыдущие пять лет, по сути, идет возврат собственно цены оборудования. В нашей стране типография должна выплатить всю стоимость оборудования уже к началу четвертого года выплат. И все последующие три года лизинговые компании получают доход, общая сумма которого может превышать стоимость самого оборудования. Почему так происходит в нашей стране, нам неизвестно...

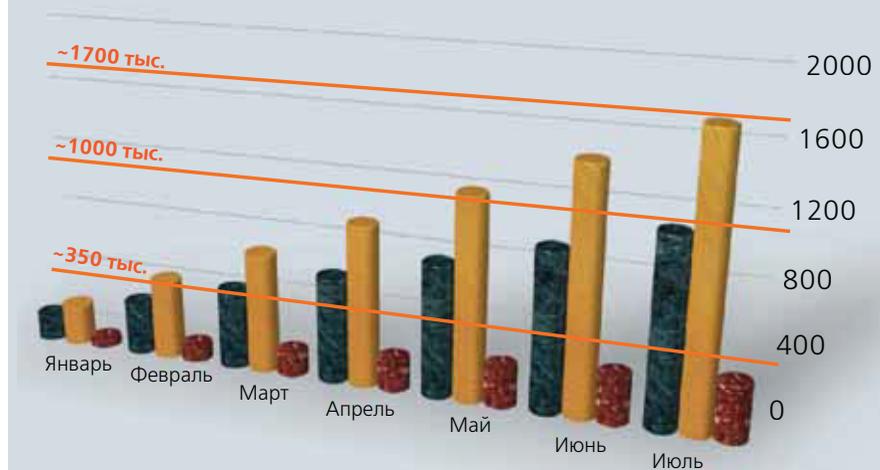


Схема простой оценки потенциальной надежности компании со стороны лизинговых компаний. Столбиками на графике показан рост совокупного оборота компании за 7 месяцев работы (применены расчеты для трех разных типографий с месячным оборотом от 50 до 250 тыс. в месяц). К концу седьмого месяца суммарный оборот составит определенную сумму (в нашем случае это 350, 1000 и 1700 тыс.). Именно эту сумму и можно считать оптимальной величиной ближайших инвестиций в развитие с длительностью лизинговых платежей 5–6 лет. Существенно большую сумму инвестиций лучше не планировать, поскольку есть вероятность невозврата или проблем с прибыльностью бизнеса. На приведенном рисунке накопление совокупного оборота показано равномерное. На практике так обычно не бывает, сказывается сезонность полиграфического бизнеса. Но сути дела это не меняет, поскольку для получения оценочного результата рискованности инвестиций этого достаточно. Следует просчитать совокупный оборот любых взятых подряд семи месяцев (лучше самых худших месяцев в году, поэтому чаще всего берут как раз тот период, который мы показали на графике: январь–июль)

Взгляд с другой стороны

Нам известно, что некоторые банки и лизинговые компании подходят к оценке перспективности клиента очень простым способом. Вернее, подходят они очень вдумчиво и скрупулезно, но для первичной оценки, что называется «на первый взгляд», существует весьма простая методика. Точнее, это не методика для принятия решения о выдаче или не выдаче кредита, а оценки, нужно ли тратить время на дальнейшую проработку этого клиента. Оценка проста: если величина запрашиваемого кредита примерно равна шести–восемимесячному обороту типографии, то с ней, скорее всего, имеет смысл иметь дело. Вероятность, что кредит или лизинг будет аккуратно выплачен, весьма велика. Это, конечно, не означает, что решение примут сразу (всю бухгалтерию клиента нужно тщательно исследовать), но, по крайней мере, понятно, что шансы получить нового клиента велики. Если же по первичной оценке выяснится, что клиент с оборотом в 50 тыс. в месяц хочет кредит на покупку оборудования за 5 млн «на новый виток развития», то весьма вероятно, что он получит отказ (и даже представленные документы не будут изучать).

Указанные здесь цифры весьма неплохо сходятся с теми оценками, которые были получены в ходе наших рассуждений в основной статье. Действительно, при средне-месячном обороте в 150 тыс. у. е. желаемый миллион на новое оборудование типография обернет примерно за 6,5 месяцев. Так что, судя по всему, методика первичной оценки у финансистов весьма надежная.

сколько правильно в нашей стране использовать цифру 10% прибыли — нам не ведомо, возможно, в ряде типографий она отличается в большую сторону...

Таким образом, получается простой критерий оценки: если у типографии есть месячный оборот в 165 тыс. условных единиц, значит она может без особых проблем позволить себе приобретать в кредит или в лизинг оборудование стоимостью (у производителя) в 1 млн условных единиц. Скорее всего, такой подсчет не совсем корректен в силу того, что вряд ли типография готова весь бюджет на развитие отправлять на погашение кредита за оборудование, но здесь важны не абсолютные цифры, а методики. Используя ряд допущений, мы пришли от величины перспективных затрат к оценке возможностей приобретения того или иного оборудования без существенных финансовых рисков для предприятия. Впрочем, может быть в этом вопросе как раз и нужно рисковать...

Вы, наверное, заметили, что в конце каждого абзаца этой статьи стоит многоточие. Это объясняется тем, что приведенные здесь экономические выкладки являются очень уж оценочными и прикидочными. Есть очень много факторов, которые здесь не учитываются, но они могут существенным образом изменить ситуацию. Этой статьей мы хотели сказать, что прежде чем принимать решение о покупке чего-либо в кредит или в лизинг, следует оценить степень риска, и очень приблизительно его оценить можно по описанной здесь методике. Если получается, что искомая сумма, необходимая для погашения кредитов в общем бюджете типографии присутствует и заложена в себестоимость, то кредитоваться можно смело. Важно только понимать, что эта сумма должна присутствовать не в лучшем месяце в году, а в усредненном или даже в самом худшем. И на этот раз мы поставим точку. ■

Кредит на новую типографию

Как мы уже указывали, основную часть покрытия кредитных или лизинговых платежей нужно высчитывать, исходя из объемов существующего производства и его прибыльности. А если производства нет, и речь идет о кредитовании на полностью новую типографию? Как тут считать затраты? На самом деле на этот вопрос корректного ответа дать невозможно. Это в чистом виде рискованная затея, причем как со стороны тех, кто пытается брать кредит под будущее производство, так и со стороны тех, кто такой кредит готов дать. Причем первые рискуют больше, поскольку банки, скорее всего, потребуют гарантий или залога (недвижимости, например).

Впрочем, как ни странно, подобные проекты периодически случаются, хотя в последнее время редко, поскольку среди авантюрных людей полиграфия перестает быть таким уж привлекательным видом бизнеса с шальной прибылью. А в прежние годы такое встречалось довольно часто, и общий подъем полиграфического рынка позволял отдавать кредиты «на типографию» буквально за год-полтора. Но это, как нам кажется, уже в прошлом...

Сказанное не означает, что новых типографий в нашей стране больше не будет. Время от времени они появятся, в том числе крупные (например Паретто-Принт), и будут появляться и впредь. Но инвестируют в них уже другими способами. Как правило инвесторами являются финансово состоятельные компании четко понимающие зачем им это новое предприятие и как оно будет финансироваться и функционировать. А это уже совсем другая тема...



HEIDELBERG EMOTIONS

Производители марочных изделий стремятся к тому, чтобы их товары привлекали внимание и вызвали эмоции у потребителей. Оборудование и инновационные технологии отделки Heidelberg изменяют тактильные свойства и внешний вид упаковки. Heidelberg предлагает идеальные решения для удовлетворения желаний ваших клиентов и увеличения прибыли вашего предприятия.

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

HEIDELBERG

«Полиграфия — не односторонняя улица»



Свен Стрельчик,
директор по сбыту,
концерн КБА

Концерн КБА — один из старейших производителей и мировой лидер печатного оборудования.

Сегодня он имеет собственные представительства по всему миру, в том числе и в России. В октябре «КБА РУС» — российское дочернее предприятие КБА, отпраздновало свое 10-летие. На праздновании юбилея в Дрезден и на завод КБА в Радебейле собралось 70 полиграфистов из России и Средней Азии. Там мы и побеседовали со Свеном Стрельчиком, который знает российский рынок не понаслышке. Конец года и прошедший юбилей дочерней компании — хороший повод проанализировать современную ситуацию на рынке печати и подвести итоги.

Ф: Как сегодня оценивается общее положение КБА на мировом рынке?

СС: В таких областях полиграфии, как рулонная, упаковочная, печать по жести, а также печать ценных бумаг — мы лидеры, в секторе листовых печатных машин — вторые в мире. Также КБА является лидером экологической печати. Наши машины на выставках drupa всегда получают награды.

Ф: Какие направления печати являются для концерна приоритетными?

СС: На сегодняшний день наш приоритет — упаковка. У нее есть потенциал дальнейшего роста, в том числе и в России. Если в других секторах полиграфи-

ческого рынка можно отметить стагнацию, то здесь наблюдается прирост. И, конечно же, мы осваиваем рынок цифровой печати.

К сожалению, в таких областях, как рекламная и акцидентная печать отмечается не только конъюнктурный, но и структурный кризис. И это связано с приходом новых технологий распространения информации. Хотя в последнее время наблюдаются и противоположные тенденции. Например, последний опрос в Германии показал, что в том числе и молодежь относится к напечатанным новостям с большим доверием, чем к опубликованным на интернет-сайтах. Конечно, газетная и журнальная отрасли печати растут медленнее, чем упаковка, но они продолжают существовать и развиваться, и это радует.

Ф: Изменились ли требования типографий к оборудованию? На что они в первую очередь обращают внимание при выборе печатной машины?

СС: Как и всегда, сегодня пользуются популярностью многосекционные печатные машины всех форматов. Но все больше типографии запрашивают индивидуальные или специальные решения. 19-секционная Rapida, недавно установленная в Швейцарии, тому пример. Все чаще запрашиваются интересные конфигурации: лак перед печатными секциями, лак до и после устройства переворота листа, разные комбинации: матовый/гляцевый и масляный/УФ-лак — все это требует поддержки и с нашей стороны как машиностроителей. И здесь КБА выступает как партнер типографий в разработке таких индивидуальных машин не только с точки зрения «железа», но и с точки зрения разработки новых технологий работы. Получается, сегодня наш тренд — специализированные печатные машины. Прежде всего мы анализируем портфель заказов той или иной типографии и предлагаем ту или иную конфигурацию. У одних предприятий много коротких заказов — здесь очень важна автоматизация, например сокращение времени приладки. У других, скажем, упаковочных производителей, наоборот, длинные тиражи — им актуальны опции по ускорению печати и отделки в линию.

Кроме того, типографиям сейчас необходимо отличаться от своих конкурентов — предлагать решения, увеличивающие добавленную ценность продукции, использовать дополнительные защитные технологии и т. д. Это обуславливает появление новых конфигураций печатных машин. Также появляются все новые требования к печатной продукции, например, на упаковке сигарет необходимо сейчас размещать дополнительные «анти-табачные» изображения, и типографиям стали необходимы длинные машины для их печати. Раньше такого не было. Да и сама печатная продукция все усложняется: необходимость защиты от подделок, предотвращение миграции красок и лаков, необходимость выделиться на полке. Получается, теперь заказчик диктует типографии свои правила, под которые она должна подстраиваться.

Высокие требования предъявляются и к качеству печатной продукции, особенно при производстве упаковки. Клиенты требуют сертификации тиражей, чтобы не было даже малейших отклонений в качестве. В этой связи КБА предлагает различные технологии контроля и проверки качества как непосредственно в печатной машине, так и вне ее. Каждый напечатанный лист измеряется и документируется. Кроме того, многим типографиям требуются специальные допечатные и послепечатные решения. В этом случае мы предлагаем различные комплексные решения: логистика по разным машинам, сортам материала и форматам. Все это сегодня актуально как никогда.

Ф: Какие ниши офсетной печати сейчас развиваются наиболее активно?

СС: Прежде всего это печать на специальных материалах. Если раньше все печатали, главным образом, на бумаге и картоне, то сейчас все чаще используется печать на невпитывающих материалах. И в этом случае это рынок нашей машины УФ-печати Genius. Она позволяет изготавливать узкоспециализированные заказы: печатать на ленточном пластике, металлизированном картоне и других материалах. В последнее время стоит отметить большой потенциал рынка печати на жести. В этом году мы продали первую такую машину в Россию — на Кали-

нинградский тарный комбинат. В этой области имеются огромные возможности — от производства банок для пищевой промышленности до банок для лакокрасочных изделий. Если раньше на подобную тару наклеивали этикетки, то сейчас их можно полностью запечатывать. При этом на материале нет никаких царапин, отсутствует миграция красок и лаков в содержимое. Соответственно, машина позволяет выпускать совершенно разные тиражи: от пробных (когда только запускается торговая марка) до промышленных.

Параллельно с предыдущим направлением востребована технология персонализации в офсетной печати Ink Jet и холодное тиснение фольгой в линию непосредственно в печатной машине. При этом на фольге потом можно печатать фольевыми или УФ-красками. Это очень интересная технология, сейчас можно отметить большой спрос на подобные машины в Чехии, Польше и Болгарии, на которых печатают продукцию в том числе и для России.

Как известно, фольга — очень дорогой материал. Мы разработали специальную систему, позволяющую использовать каждый сантиметр фольги без остатка.

Ф: На drupa 2012 концерн представил цифровую машину RotaJet. Как отреагировал рынок на ее появление?

СС: Надо сказать, что тогда это была бета-версия. И машина печатала не с тем качеством, как мы бы хотели. Но тогда концерн хотел продемонстрировать, что сегмент цифровой печати он тоже развивает. При этом интерес к RotaJet был огромным. Теперь уже проданы первые доработанные машины, и их качество — высочайшее, особенно если учесть, что это в основном газетная печать. Кстати, если мы раньше считали, что данная машина интересна для печати книг, например коротких издательских тиражей, то сегодня видим другой спрос — печать региональных газет или печать газет «по требованию» (например, печать «родных» газет для туристов, отдыхающих за рубежом).

Ф: Как вы оцениваете текущее состояние российского полиграфического рынка? Насколько он схож с европейским, например по оснащенности современных типографий?

СС: По последним данным, в России проживает 142 млн жителей. Это в два раза больше, чем в Германии, и в три раза больше, чем в Польше. Но оборот всех поставщиков печатных машин меньше, нежели в этих странах. Поэтому в России еще есть большой потенциал. Да и спрос на упаковку еще уступает ев-

ропейским объемам. Но мы замечаем интерес ко все большей автоматизации. Если недавно в Европе популярностью пользовалась Rapida 106, а в Россию мы продавали больше Rapida 105, менее автоматизированных, то эта ситуация изменилась. Теперь и российские типографии покупают высокоавтоматизированную 106-ую серию. Сокращение времени приладки и возможности разнообразной отделки также стали востребованными. Россия с небольшой задержкой идет по стопам Европы. Если раньше российские типографии экономили, то теперь научились считать: сейчас они вложат в высокотехнологическое оборудование, а потом сэкономят в процессе производства.

Ф: Концерн активно занимается организацией различных мероприятий для клиентов: обучение, поездки в типографии, семинары. Что это дает?

СС: Если раньше мы принимали участие в большом количестве выставок, то теперь мы понимаем, что это поверхностный, если можно так сказать, пассивный, вариант общения с клиентами. Все, что производишь, на выставке не покажешь, особенно учитывая наш большой ассортимент машин. Сейчас эффективнее проводить узкоспециализированные семинары, на которых демонстрировать то, что интересует именно этих клиентов и соотносится с их специфическими требованиями. Это дает нам более плотный контакт с клиентом. Ведь полиграфия — не односторонняя улица — мы хотим развиваться, а куда — нам подсказывают клиенты. И такие формы общения необходимы на всех уровнях: от высшего менеджмента до печатников.

Ф: Какие, по вашему мнению, технические решения или, может быть, новые бизнес-модели предприятий будут успешны в будущем?

СС: Будет ли успешной универсальная или узкоспециализированная модель бизнеса — вопрос, скорее, региональный. Первые будут существовать всегда, но, например, в полиграфических центрах идет тенденция к специализации, просто исходя из экономических условий. Если типография выпускает один вид продукции, она это делает более профессионально. Оба подхода имеют право на существование. Надо добавить, что мы в любом случае вместе с клиентами выбираем оптимально подходящую технику. И в этой связи наше решение в области управления полиграфическим производством может помочь в сборе и анализе данных по всем тиражам и определиться с бизнес-моделью предприятия. Так, по workflow

печатную машину можно подключить ко всем имеющимся базам данных — не только допечатных, печатных и послепечатных процессов, но и к бухгалтерии, и финансовым отделам. Таким образом, можно собирать всю аналитику по заказам, их логистику и т. д. Кроме того, возможно автоматизировать создание и рассылку специальных предложений для клиентов, собирать заказы через Интернет. Все это ведет к оптимизации затрат типографий.

Ф: Какая стратегическая задача у КБА на ближайшее время?

СС: Первая, как я уже говорил, — фокус на упаковку. Вторая — внедрение цифровых технологий на всех уровнях, третья — работа на новых рынках. КБА до недавнего времени была плохо представлена в Южной Америке, но мы видим в этом рынке большой потенциал, то же самое и в Африке, в том числе Центральной. И эти новые появляющиеся рынки для нас очень важны. И мы хотим, чтобы клиенты нас воспринимали как эксперта по всем вопросам, как компанию, где можно получить высококвалифицированные ответы.

Ф: «КБА РУС» в этом году исполняется 10 лет. Как оценивается его работа? Вы сами долго работали в России и часто здесь бываете — что изменилось?

СС: Я приехал в Россию в 1999 г., и тогда было открыто представительство КБА без коммерческой деятельности, в котором работало всего 6 человек. И если тогда мы в основном сотрудничали с государственными предприятиями, то спустя некоторое время появились большое количество частных типографий, которым стало необходимо новое оборудование. Они хотели покупать машины как в магазине — не заниматься организационными моментами, например растаможиванием. Таким образом, в 2003 г. мы открыли дочернюю структуру ООО «КБА РУС» с правом коммерческой деятельности. Позже, в 2007 г. ее генеральным директором стал Юрий Дмитриевич Уколов, хорошо известный в полиграфических кругах. С его назначением начался бум заказов на печатные машины КБА. Он и его команда на всех последних drupa занимали первое место по количеству заключенных контрактов и объему проданных машин. И на сегодняшний день все виды машин, которые есть в ассортименте концерна, были проданы в Россию: от самой маленькой до самой большой. Все это свидетельствует о том, что эта команда работает очень профессионально. Мы очень довольны результатами их работы и желаем дальнейших успехов и процветания! ■

Печать высокорекреативными УФ-красками, или Перспективы для рынка расходных материалов



Андрей Зуйков,
генеральный директор,
компания VMG-Trade

Неразрывный тандем типография — поставщик расходных материалов в последние годы составляет не только единое целое в производственном процессе, но и является движущей силой в деле освоения и внедрения в производство современных технологий печати. Полиграфические технологии продолжают развиваться, неизменно появляются новые решения, требующие новых расходных материалов. Одним из перспективных направлений развития полиграфии XXI века, о котором много говорится в последнее время, можно считать печать высокорекреативными УФ-красками. Данную технологию активно продвигают все производители печатного оборудования, хотя у каждого из них она называется по-разному. Одно остается неизменным — для ее применения на практике требуются именно высокорекреативные краски. Возможно, многим известно, что такие краски первой представила миру японская компания Toyo Ink еще пять лет назад. Судя по всему, и сегодня эта компания занимает лидирующие позиции в области разработки и производства высокорекреативных УФ-красок. В России интересы Toyo Ink представляет компания VMG-Trade, входящая в холдинг VMG Group. С директором VMG-Trade Андреем Зуйковым мы пообщались на тему новых полиграфических технологий и не только...

Ф: Компания VMG-Trade приобрела большой опыт в области поставок расходных материалов для полиграфии, хотя и создана сравнительно недавно. Расскажите в двух словах о том, как она появилась.

АЗ: Наш сегмент бизнеса получил свое начало в компании «Внешмалтиграф» и был выделен в самостоятельную структуру в 2005 г. К тому моменту направления бизнеса ЗАО «Внешмалтиграф» выросли настолько, что требовалась структурная реорганизация, в результате чего ряд подразделений трансформировались в отдельные компании, что и послужило образованию холдинга VMG Group. Так и появилась на рынке компания VMG Trade, которая не только расширила ассортимент поставляемой продукции, но и начала осваивать новые технологические направления, применяемые на

неса. По мере того как VMG-Trade стал самостоятельным хозяйствующим субъектом, появилась возможность поставлять и другие материалы, в частности листовые краски, а в последнее время с увеличением интереса к печати высокорекреативными красками мы начали поставлять и их. При этом ситуация с этими материалами довольно любопытная. С одной стороны, печатных машин, которые работают с высокорекреативными красками в нашей стране практически нет (известно только об одной установке, да и та осуществлена всего месяц назад), с другой — распространение таких машин сдерживается в том числе и отсутствием соответствующей краски. Но кто-то должен был сделать первый шаг. И этот шаг сделала наша компания.

Ф: Поясните, пожалуйста, что такое высокорекреативные краски?

АЗ: Высокореактивные краски бывают двух видов: одни предназначены для работы с ртутно-железными УФ-лампами малой мощности, другие — для использования с полупроводниковыми сушильными устройствами. И хотя эти краски во многом похожи, тем не менее у Toyo Ink есть серии красок для каждого из этих применений. Краски для двух данных видов закрепления уже сейчас присутствуют у нас на складе в Москве. Мы их завезли с «исследовательскими» целями, поскольку интерес к технологиям печати высокорекреативными красками довольно высокий и нас часто спрашивали заказчики об этих красках. В настоящее время для обеих технологий мы предлагаем и триадные краски, и все базовые краски Pantone, и белила, и ряд металлизированных красок. Помимо этого, представлены позиции высокорекреативных УФ-лаков, гляцевых и матовых, и даже комплект для твин-лакирования. По сути, у нашей компании имеется в наличии полный набор расходных печатных материалов, который может понадобится типографии для нормальной работы.

Ф: Иными словами, те типографии, которые рискнут внедрить технологию печати высокорекреативными красками, могут быть уверены, что недостатка в расходных материалах у них не будет?

АЗ: В настоящее время практически все ведущие красочные компании заявляют, что разработали аналогичные краски и даже предлагают их приобретать, но у нас они есть реально на складе. Более того, Toyo Ink уже несколько лет

Печать высокорекреативными УФ-красками можно считать одним из перспективных направлений развития полиграфии. Компания VMG-Trade уже сегодня имеет на складе в Москве полный ассортимент красок и лаков от Toyo Ink для работы типографий по данной технологии

российском полиграфическом рынке. Основной состав нашей команды составили сотрудники, которые много лет работали в отделе расходных материалов компании «Внешмалтиграф».

Ф: Как удалось развивающейся компании завоевать доверие одного из крупнейших мировых производителей печатных красок?

АЗ: Наши партнерские взаимоотношения с Toyo Ink начали выстраиваться 5 лет назад. Тогда Toyo Ink приняла стратегическое решение о выходе на российский рынок. Будучи в составе компании «Внешмалтиграф» мы поставляли краски для рулонной печати, поскольку работа именно с газетными типографиями была основным направлением биз-

производит их серийно, а у остальных компаний — это пока экспериментальные партии.

Ф: Тем не менее ваш ассортимент не ограничивается красками от Toyo Ink. Какие еще расходные материалы вы поставляете?

АЗ: У нас есть несколько основных поставщиков, с которыми мы работаем. Одним из них является индийская компания TechNova, производитель предварительно очувствленных офсетных пластин, проявителей и печатной химии. В ассортименте компании присутствуют пластины для прямого экспонирования, но по лицензионному соглашению продаваться они могут только на территории Индии и ряда азиатских стран. Мы же можем продавать аналоговую серию пластин этого производителя, а также появившиеся недавно специальные пластины CtCP. Отмечу, что они оказались очень удачными. Заказчики, которым мы предложили их протестировать, высоко оценили эти пластины, и они стали закупать их в товарных количествах. Также на CtCP-пластинах теперь работает и входящая в наш холдинг типография VMG-print. Причина проста: эти пластины относительно недороги и при этом стабильны, надежны и обеспечивают требуемое качество.

Сравнительно недавно мы начали поставки и еще одного материала производства компании TechNova, предназначенного для цифровой печати, чаще всего его называют «синтетической бумагой». Этот материал довольно быстро стал популярен в Индии и ряде других азиатских стран. Дело в том, что жара и высокая влажность в данном регионе приводят к тому, что продукция, отпечатанная на обычной бумаге (даже мелованной), очень скоро приходит в негодность. А если это памятные фотоальбомы, которые должны быть показаны будущему поколению? Использование синтетического материала полностью решает эти вопросы. Он протестирован и сертифицирован для использования на большинстве марок ведущих цифровых печатных машин. VMG-Trade решил вывести этот материал и на российский рынок. Хотя климатические условия у нас другие, тем не менее, использование нового материала представляется перспективным. Те же фотоальбомы с долгим сроком службы предпочтительнее делать на синтетической бумаге. Этот материал можно применять в производстве разной полиграфической продукции, которую предполагается интенсивно использовать, например меню в ресторане или разнообразные инструкции на производстве. Для повышения износостойкости сейчас такие виды продукции ламинируют, что дорого и нетехнологично. Мы надеемся, что, протестировав этот материал, многие цифровые типографии будут его использовать для изготовления подобного рода изделий.

Помимо этого, мы занялись продажей материалов для широкоформатной струйной печати, в первую очередь это холсты, фотобумага и «бэклиты» также от компании TechNova. Мы понимаем, что рынок материалов для широкоформатной печати в России насыщен, но у тех расходных запечатываемых материалов, которые мы предлагаем, есть ряд преимуществ, среди которых достойное качество и разумная цена. Все материалы 100% влагостойкие, что отличает их в лучшую сторону от конкурентов. И это подтверждает увеличивающийся объем продаж, и мы надеемся на увеличение спроса и в дальнейшем.

Ф: Чем объясняется наличие в ассортименте вашей компании материалов для цифровой печати?

АЗ: Появление в нашей товарной линейке материалов для цифровой печати позволяет нам диверсифицировать свой бизнес. Очевидно, что цифровая печать активно развивается, ее объемы растут. Игнорировать эту ситуацию было бы неразумно, тем более у нас есть что предложить рынку. Причем в отличие от многих других поставщиков, у нас все материалы представлены на складе и доступны для заказа, и мы планируем поддерживать складской запас и впредь, даже при заметном увеличении объема поставок.

TOYO INK

Visible Science for Life



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ



Сделано в Японии

Яркие цвета

Быстрое
закрепление

Высокий глянец

Хорошие цены

VMG
trade

127247, г.Москва, Дмитровское шоссе
дом 100, 6-й этаж
Тел/факс: +7 (495) 229 04 01
+7 (495) 780 01 83
www.toyoink.ru

Технология для тех, кто умеет экономить

Уже более двух лет в типографиях России, Украины и Белоруссии используется малохимическая технология проявки термальных СтР-пластин ZAC. Накопленный опыт свидетельствует, что эта разработка Fujifilm позволяет существенно сократить затраты на химикаты и обслуживание процессоров, повысить качество форм и обеспечивает другие преимущества. Показательно, что к середине 2013 г. во всем мире было установлено более 6 тыс. ZAC-процессоров.

Оптимальный режим проявления

Технология химического проявления существует уже много лет и, казалось бы, ничего нового здесь придумать невозможно. Однако определенные проблемы в существующем процессе проявления все же есть. Как известно, для завершения химической реакции (а проявление — это химическая реакция) количество реагирующих веществ должно находиться в определенной пропорции. Если одного из реагирующих веществ будет недостаточно, то реакция до конца не завершится. Проявляющий раствор должен растворить часть участка формы, где в дальнейшем планируются пробельные элементы. На каждой форме площадь таких элементов разная. Поэтому чтобы процесс проявления закончился успешно, проявителя

постоянно контролирует комплекс объективных показателей состояния проявляющего раствора, и по мере расхода активного вещества проявителя понемногу добавляет его. Выполняет эти функции специальная патентованная программно-аппаратная система. Собственно процесс проявления в ZAC-процессоре ничем не отличается от обычного, но применяются специальные химикаты. Они могут обрабатывать позитивные пластины Fujifilm Brillia LH-PJE/LH-PLE/LH-PXE и негативные пластины Fujifilm Brillia LH-NI3. В ZAC-процессорах состояние проявителя рассчитывается на основе показателя электропроводности, после чего определяется необходимое количество

Малохимическая технология ZAC, разработанная компанией Fujifilm для проявки термальных СтР-пластин, позволяет на 70% сократить затраты на химикаты, что, в свою очередь, обеспечивает снижение стоимости печатных форм. Благодаря тому, что проявитель сохраняет свои оптимальные характеристики в течение 3–4 месяцев, обеспечивается стабильно высокое качество форм и сокращаются затраты на обслуживание процессоров

добавляют заведомо больше, чем требуется для завершения химической реакции. В результате и расход проявителя большой, и на экологию это плохо влияет. Если же принудительно сократить подачу подкрепителя (концентрат проявителя) в проявочный процессор, то для проявления больших площадей формы его может не хватить, и на пробельных элементах останется часть светочувствительного слоя (порой незаметная для глаз), что в процессе печати приведет к тому, что форма будет «тенить». В ZAC-технологии проявителя добавляется ровно столько, сколько требуется для проявки данной пластины. Проявочный процессор



Игорь Вольф,
генеральный директор
компании «Вольф» (Киев).
Опыт использования ZAC —
более 2 лет

«Для меня главный критерий эффективности технологии — это чтобы она работала и не требовала к себе особого внимания. ZAC данному требованию полностью отвечает. С ее внедрением система проявки пластин стала полностью автоматической и очень стабильной. Основная экономия достигается за счет отсутствия брака при проявке. Теперь нет необходимости в постоянном контроле печатных форм. Расход проявителя, как и было обещано поставщиком, минимален. При использовании обычной технологии процессор приходилось чистить каждую неделю, теперь же проявитель заменяется один раз в три месяца».



Алексей Решетняк,
генеральный директор
типографии «Вайолет-Принт»
(Московская обл.).
Опыт использования ZAC —
более 1,5 лет

«Мы печатаем УФ-отверждаемыми красками, поэтому выбрали пластины Fujifilm Brillia LH-PJE, которые проявляются по технологии ZAC. Качество печатных форм стабильно высокое, никаких проблем с процессором у нас не возникает — он компактен и очень надежен. В целом ZAC обеспечила существенное сокращение затрат на проявочные химикаты и техническое обслуживание оборудования».



Юрий Назаров,
начальник полиграфического
производства типографии
«Курьер» (Санкт-Петербург).
Опыт использования ZAC —
более 2 лет

«Наша типография специализируется на рулонной печати, и стабильность процесса вывода печатных форм для нас очень важна. Сейчас у нас работают два ZAC-процессора. Сначала мы запустили первый, а примерно через полгода, убедившись в эффективности и стабильности технологии, приобрели второй. Все декларированные поставщиком преимущества технологии подтвердились: существенно экономится гуммирующее средство и проявитель, сократилось время обслуживания процессора. Никаких трудностей при внедрении не было: установка и тестирование новых процессоров была выполнена в течение дня. Оборудование работает в автоматическом режиме, прояска пластин стала более стабильной. В старых процессорах, когда химия начинала «подсаживаться», с каждой следующей пластиной качество снижалось, и бывало даже, что брак обнаруживался только после начала печати. Сейчас таких проблем не возникает. Раствор в процессоре меняем в четыре раза реже, чем раньше».



Михаил Посудин,
заместитель
генерального директора,
«Санкт-Петербургская
Образцовая типография».
Опыт использования ZAC —
1 год

«Перед внедрением мы тщательно изучили технологию ZAC и пришли к выводу, что она экономически выгодна. Мы приобрели один процессор ZAC и, убедившись в целесообразности изменения технологии, приняли решение дооснастить имеющийся обычный процессор модулем ZAC System Unit. Модернизация прошла очень быстро, практически без прерывания производственного процесса. Наш опыт использования ZAC полностью подтвердил предварительные расчеты. Основные преимущества технологии — снижение затрат на производство пластин и сокращение времени на обслуживание оборудования. Если при использовании традиционной технологии замену проявителя приходилось делать каждый месяц, то теперь она производится один раз в три месяца. В процессоре нет твердых отложений, поэтому перед заменой проявителя нет необходимости тратить время на очистку специальными средствами».

подкрепителя. Контроль выполняется автоматически каждые 2 мин. Благодаря этому проявитель всегда имеет оптимальные рабочие характеристики, а расход подкрепителя минимален.

Сокращение затрат

Как показывает опыт клиентов «ЯМ Интернешнл» — эксклюзивного поставщика StP-пластин Fujifilm в России, — экономия химикатов при применении ZAC достигает 70%, что обеспечивает сокращение стоимости печатных форм на 4–6%. По информации Fujifilm, потребление воды уменьшается примерно в два раза. Подобных результатов не позволяет добиться ни одна из альтернативных технологий.

Разработанный Fujifilm проявитель после заливки в процессор имеет гарантированно стабильные характеристики в течение 3–4 месяцев (в зависимости от марки пластин) или при обработке 15 тыс. м² пластин. Таким образом, число замен химикатов сокращается до 3–4 в год с соответствующим снижением затрат на обслуживание процессора. Трудозатраты сокращаются еще значительней, так как ZAC-проявитель не содержит силикатов, которые образуют твердый осадок в рабочих емкостях обычных процессоров.

Очистка ZAC-процессоров выполняется быстро и просто: не требуются специальные чистящие средства, даже при высокой загрузке формного участка нет необходимости в дополнительных комплектах валов. Кроме того, отсутствие отложений солей положительно сказывается на надежности процессора.

Стабильное качество и другие преимущества

Оптимальные характеристики проявителя обеспечивают высокую надежность проявления. По данным Fujifilm, относительная площадь растровых элементов в процессе проявления не изменяется более чем 1%. Это позволяет использовать ZAC для производства продукции премиального качества.

Следует также отметить, что для предприятий, испытывающих недостаток в производственных площадях, дополнительным преимуществом является компактность ZAC-процессоров. Для ряда клиентов типографий важным становится и экологичность производства, в котором используется ZAC-технология.

Материалы и оборудование

Совместимые с ZAC-технологией пластины изготавливаются на заводе Fujifilm в Тилбурге (Нидерланды) на самом современном в мире оборудовании. Реактивы для обработки выпускаются на заводе Fujifilm в Бельгии. Таким образом, вся технология — европейского производства, а это синоним качества.

Процессоры для ZAC изготавливаются OEM-партнерами Fujifilm. Поставляется две линейки процессоров «легкой» или «тяжелой» серий, ориентированные на предприятия с разным уровнем загрузки формного участка. Обычный процессор также может быть дооснащен для работы по технологии ZAC — для этого его оборудуют приставкой ZAC System Unit — специальным системным блоком с предусмотренным программным обеспечением. ■

Как повысить отдачу от рекламы, или Необычные возможности Scodix



Евгений Тимошенко,
директор по развитию,
типография «Вишневый пирог»
[Москва]

В основе работы типографии «Вишневый пирог» всегда присутствовал элемент инновационности. За 8 лет работы на полиграфическом рынке предприятие выросло в многопрофильную группу компаний, объединяющую оперативную типографию, издательство полного цикла и дизайн-бюро. «Оперативной» типографию справедливо называть сегодня лишь в отношении сроков исполнения заказов, поскольку услуги по печати «Вишневого пирога» уже давно выходят за пределы «цифры». Парк оборудования компании позволяет выполнять и цифровую, и офсетную, и трафаретную печать, а также предоставлять заказчикам впечатляющий объем отделочных решений. В числе недавних приобретений типографии — оборудование для цифровой отделки оттисков компании Scodix. «Вишневый пирог» является пока единственным владельцем Scodix 1200, позволяющим выполнять цифровую отделку с эффектом конгревного тиснения без использования штампов. Мы пообщались с директором по развитию типографии «Вишневый пирог» Евгением Тимошенко на тему перспективности отделки оттисков и использования для этого таких передовых технологий, как Scodix.

На стыке технологий

Как рассказывает Евгений, в компании с самого начала стремились искать такие ниши рынка, которые позволяли бы предлагать клиентам более интересные услуги на стыке разных технологий. «Одними из первых мы начали изготавливать цифровым способом журналы и книги, при этом выполняя печать блока на монохромных цифровых машинах, а обложку на полноцветных, что позволяло получать внешне более привлекательные издания, — говорит Евгений

Тимошенко. — Затем стали включать отдельные цветные страницы внутри книг, и подобная возможность оказалась востребованной. Позднее мы установили вырубной пресс, добавили тиснение, трафаретную печать. В то время мало кто мог предложить изготовление полиграфической продукции малыми тиражами с качественной отделкой оттисков. Разумеется, каждая новая технология позволяла повышать маржинальность заказов. Затем мы дооснастили нашу цифровую машину, получив возможность печатать пятым цветом (чаще всего это белый), расширили диапазон запечатываемых материалов, поставили еще одну цифровую машину с большим форматом печати и еще большими возможностями по использованию материалов. С установкой ниткошвейной машины у нас появилась услуга по изготовлению книг в твердом переплете».

В этой связи вполне естественно было предположить, что когда на выставке «Полиграфинтер-2011» Евгений увидел в работе машину Scodix, она может стать еще одним удачным дополнением к общей линейке оборудования, повышающего маржинальность печатной продук-

ции. В итоге так и произошло. «Вишневый пирог» приобрел Scodix 1200, став единственной типографией в России, обладающей этой уникальной технологией послепечатного облагораживания продукции. Scodix создает объемные эффекты на поверхности печатных оттисков. Многоуровневый рельеф создается с помощью струйной технологии нанесения прозрачного полимера на запечатанную поверхность. «Компания Scodix называет свою технологию облагораживания Scodix SENCE, то есть осязаемой, которую возможно пощупать и почувствовать. Пресс Scodix позволяет нам изготавливать малые и даже единичные тиражи продукции с высоким уровнем послепечатной отделки, которую выполнить другим способом либо невозможно, либо слишком дорого. В частности, мы применяем технологию Scodix для отделки штучных обложек фотокниг рельефным изображением, что заведомо увеличивает добавочную стоимость такой продукции». Впрочем, Евгений отметил, что такими штучными тиражами загрузить производительный Scodix 1200 довольно сложно, поэтому в «Вишневом пироге» постоянно



Система цифрового облагораживания оттисков Scodix 1200 установлена в типографии «Вишневый пирог» более года назад

ищут новые идеи, новые приложения, позволяющие наилучшим образом реализовать возможности получения дополнительного дохода с использованием различных технологий облагораживания отпечатанной продукции.

Отделка — не пустая трата денег

Для того, чтобы наглядно продемонстрировать клиентам возможности самой типографии и технологии прессы послепечатного облагораживания Scodix в частности, в «Вишневом пироге» подготовлен специальный комплект образцов. Впрочем, как поясняет Евгений Тимошенко, «приходится постоянно объяснять, что использование различных технологий декорирования продукции вовсе не является пустой тратой денег, особенно в настоящее время, когда конкуренция в некоторых секторах экономики достаточно высока, и любое решение, позволяющее увеличить отдачу и эффективность рекламной продукции, даст возможность тем компаниям, которые вложатся в эти решения, привлечь больше клиентов. Исследования, проведенные компанией Scodix, говорят о том, что при использовании рекламных материалов с отделкой процент откликов на рекламу повышается при консервативной оценке на 20%, что гарантированно покрывает дополнительные затраты на различные послепечатные технологии отделки. К сожалению, пока это нужно объяснять, и не все это сразу понимают».

Что касается непосредственно прессы Scodix 1200, Евгений отметил, что для получения наиболее эффективного результата нужно специально готовить дизайн. «Многие чаще всего думают, что Scodix 1200 — это обычная лакировальная машина, которая позволяет покрыть лаком часть изображения. Но ведь это неинтересно и невыгодно. Даже при относительно небольшом тираже такую продукцию лучше делать трафаретом. На прессе Scodix имеет смысл воспроизводить различные текстуры, тактильные эффекты, объемные штрихи, делать имитацию конгревного тиснения. Если дизайн выполнен с учетом этих возможностей, то получаются очень необычные решения, аналогов которым практически нет. На Scodix1200 мы уже реализовали немало уникальных проектов. Так что и самой машиной и компанией «ВИП-Системы», осуществившей ее поставку, мы очень довольны».

Scodix для профессиональной рекламы

«К сожалению, рынок пока еще не очень хорошо понимает возможности нашего «Скодикса», — продолжает Евгений. — Понимание приходит, лишь когда заказчик увидит готовую продукцию, подержит ее в руках. В этой связи мы в какой-то мере выполняем миссию по продвижению не столько своих услуг, сколько технологии Scodix в целом. Мы были бы рады, если в нашей стране появятся еще владельцы прессов Scodix. Возможно, вместе нам было бы проще продвигать эту удивительную технологию. Сейчас пока есть надежда только на отдельные рынки, где начали ощущать необходимость профессиональной эффективной рекламы. Например, речь может идти о финансовых услугах. Банков в России много, и все они занимаются продвижением своих предложений на рынке, которые в целом одинаковы. Соответственно, идет борьба за потенциального клиента. Вследствие этого начинает появляться персонализированная рассылка, в том числе цветная, с разными предложениями различным группам потенциальных клиентов. Это говорит о том, что ведется анализ баз данных, подбор индивидуальных предложений. В развитых странах все это давно работает, у нас пока только начинает развиваться. Банковские структуры задумываются сегодня об эффективности самой рекламы, об увеличении процента отклика, о лучшем донесении сути предложений до потенциальных клиентов, интересуются в том числе и возможностью изготовления



На фотографиях в статье показаны различные образцы декоративных эффектов, получаемых с помощью технологий Scodix. К сожалению, фотографии не могут полноценно передать блеск, фактуру и тактильные ощущения, создаваемые при помощи описываемых технологий. За реальными образцами лучше обратиться непосредственно в типографию

оригинальных рекламных носителей и готовы к необычным решениям, в частности и с использованием технологии Scodix®.

Еще одной сферой применения для Scodix, по мнению Евгения, может стать рынок продажи автомобилей. Сильная конкуренция при-

водит к тому, что приходится использовать все имеющиеся средства по привлечению клиента — простое объявление скидок уже не работает. И такие высококонкурентные рынки должны в перспективе начать использовать усложненную персонализированную рекламу.

«Полиграфия сейчас находится на таком уровне развития, что если типография не может найти специфические возможности или решения, научиться изготавливать уникальные продукты, захватить новые ниши рынка, то, скорее всего, для привлечения клиента ей придется идти по простому пути снижения цен, а это путь в никуда», — считает Евгений Тимощенко.

Сегодня типография «Вишневый пирог» стремится работать в созданной для самих себя нише, готовя текущих и потенциальных клиентов к потреблению разработанной здесь же продукции. Любопытен еще и тот факт, что в группе компаний «Вишневый пирог» основано рекламное агентство, в которое приглашены на работу профессионалы в области рекламы именно с той целью, чтобы иметь возможность создавать оригинальные рекламные продукты, которые, во-первых, можно воплотить на практике (далеко не всегда то, что придумывается рекламистами, можно реализовать относительно эффективно), а во-вторых, выполнить силами типографии, причем с хорошей маржинальностью. А наличие таких средств производства, как Scodix, не только этому способствует, но и делает «Вишневый пирог» уникальным производством, повторить продукцию которого будет крайне сложно и уж точно дорого.





Великолепная приводка, даже после 500 млн оттисков

manroland sheetfed GmbH — мировой лидер в конструировании и изготовлении печатных машин, автор революционных технологий в печатной индустрии. Сегодня он фокусируется на инновационных решениях в технологиях листовой печати и предлагает все, что Вы можете ожидать от печатной машины made in Germany.

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

**Не все печатные машины одинаковые...
Не все печатные машины manroland...**



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®



«ВИП-СИСТЕМЫ»

117638, Москва, ул. Азовская, 6, к. 3.

Тел. +7 495 258 67 03, Факс +7 495 318 11 55

www.vipsys.ru, e-mail: vipsys@vipsys.ru

Kodak: курс на инновации, или Новатор в технологиях обработки изображений



Филип Каллимор,
директор по региону EAMER
(Европа, Африка, Ближний
Восток), Kodak



Алиса Фирсова,
генеральный директор,
ООО «Кодак»,
Россия



Яцек Скибицкий,
коммерческий директор по
региону Восточной Европы,
России и стран СНГ, Kodak

Компания Kodak 12 декабря провела в отеле «Золотое кольцо» встречу с журналистами отраслевой прессы. В мероприятии приняли участие генеральный директор ООО «Кодак» (Россия) Алиса Фирсова, коммерческий директор по региону Восточной Европы, России и стран СНГ Яцек Скибицкий (Jacek Skibicki) и директор по региону EAMER (Европа, Африка, Ближний Восток) Филип Каллимор (Philip Cullimore). В общении с журналистами также приняли участие представители российской команды ООО «Кодак» — Сергей Томиловский, менеджер по работе со стратегическими клиентами по упаковке, и Сергей Парамонов, менеджер по работе со стратегическими клиентами. В ходе встречи были озвучены результаты деятельности Kodak, в том числе и в России, обозначены основные направления развития компании на текущем этапе, а также представлены новейшие разработки Kodak для полиграфической индустрии, благодаря которым предприятия отрасли могут успешно развивать свой бизнес, повышая его прибыльность и расширяя портфель услуг.

Обновленный Kodak

Пресс-конференцию Филип Каллимор начал с подведения итогов года Kodak. Как известно, в сентябре компа-

ния объявила о завершении этапа реструктуризации и о выходе из-под Главы 11. Обновление дало толчок к росту и развитию перспективных с точки зрения Kodak сегментов бизнеса. «На самом деле довольно просто понять ту ситуацию, в которой оказалась компания Kodak, — говорит Филип Каллимор. — Это компания со 125-летней историей, на протяжении которой она выполняла обязательства перед своими бывшими сотрудниками, и в определенный момент эти обязательства стали тяжелы для компании. Поэтому нам понадобилось некоторое время и усилия для реструктуризации. Надо сказать, что на текущем этапе и сотрудники, и инвесторы довольны теми изменениями, которые произошли в компании».

Сегодня в Kodak отмечают положительные финансовые изменения: если в середине 2011 г. компания несла убытки в размере 283 млн долл., то в конце 2013 г. ожидается прибыль в 167 млн долл. с последующим ее ежегодным ростом, которая на конец 2017 г., по ожиданиям руководства Kodak, должна составить около 500 млн долл.

Как отметил Филип, в настоящее время Kodak позиционирует себя как технологическую компанию, предлагающую передовые комплексные решения для полиграфии. Основным фокусом внимания Kodak являются

три направления рынка — упаковка, коммерческая полиграфия и функциональная печать (под этим понимается расширение функциональных возможностей печати и их вывод за рамки визуальных коммуникаций).

Упаковка

Компания Kodak является новым игроком на упаковочном рынке, но при этом активно развивается, показывая определенные успехи в данной области. Одним из прорывных решений Kodak для упаковочных производств является технология Flexcel NX, благодаря которой можно получать флексографские формы, обеспечивающие большую яркость и насыщенность оттиска. Кроме того, такие формы стабильны в работе, выдерживают длинные тиражи и позволяют сократить производственные затраты за счет экономии краски.

По мнению представителей Kodak, упаковка является перспективным сегментом рынка, где у компании ожидается наибольший рост. Для того, чтобы ускорить развитие в данном направлении Kodak недавно объявил о заключении стратегического соглашения с компанией Bobst, направленное на объединение технологий Kodak Prosper с линейкой оборудования Bobst для производства гибкой упаковки, складных коробок и гофрокартона. Сотруд-

ничество с Bobst позволит создавать так называемую «умную» упаковку. Специалисты Kodak привели в качестве примера возможность использования вышеупомянутых технологий в упаковке средств гигиены. Скажем, этикетка на шампуне позволит распознавать уровень Ph кожи и тем самым «подсказать», подходит ли покупателю данное средство по составу или нет. Другой способ использования цифровых технологий Kodak в упаковке построен на принципе идентификации и поиска сочетаемости одного продукта с другим. К примеру, взяв шампунь в одном отделе супермаркета и проходя мимо полок с другими товарами, упаковка «даст знать», какие еще средства гигиены сочетаются с выбранным шампунем.

Аналогичное соглашение о сотрудничестве имеется у Kodak и с итальянской компанией Utesco, производителем флексографского оборудования. Это позволит использовать цифровые системы впечатывания переменных данных Kodak Prosper в производстве гибкой упаковки на предприятиях флексографской печати.

Коммерческая печать

По оценкам специалистов Kodak, годовой оборот мирового рынка коммерческой печати составляет сегодня более 450 млрд долл., причем 1/3 этого объема сосредоточена в регионе EAMER (Европа, Африка, Ближний Восток). Как отметил Филип Каллимор, ответственный за деятельность компании Kodak в данном регионе, полиграфический рынок этих стран достаточно хорошо развит, это созревшие, сформировавшиеся рынки, поэтому, чтобы успешно работать в перечисленных странах, перед Kodak стоят серьезные задачи. В компании принято решение сделать акцент на продвижении струйной технологии печати, в чем Kodak существенно опережает своих конкурентов. При этом фокус будет делаться на гибридной печати, на комбинировании струйных печатных головок Kodak с офсетным оборудованием. Тем самым компания будет способствовать развитию полиграфического рынка от аналогового к цифровому.

Филип Каллимор привел несколько примеров использования технологий Kodak для впечатывания персонализированной информации. Один из клиентов Kodak, компания Anton, интегрировала струйные головки Kodak на свои офсетные машины. Это позволяет печатать переменные данные для прямой почтовой рассылки в линию с офсетной печатью, что экономит время на изготовление продукции за счет исключения дополнительного этапа печати. Другой пример — немецкая газета Bild издательского дома Axel Springer использовала систему Kodak Prosper S30 для проведения крупномасштабной лотереи среди своих читателей из Гамбурга. В номерах газеты были напечатаны лотерейные билеты с уникальными цифровыми комбинациями, впечатанными с помощью струйной технологии. Читатели сравнивали свои номера с ежедневными выигрышными комбинациями и в случае совпадения получали призы. Еще один пример — британская газета The Sun применила возможности впечатывания переменной информации для управления подпиской и доступом к интернет-материалам Sun+. В издании были напечатаны уникальные коды, открывающие доступ к цифровым материалам британского таблоида, играм и специ-



СДЕЛАЙТЕ ВАШ ОФСЕТ ЦИФРОВЫМ

Достаточно встроить систему впечатывания **Kodak Prosper S-серии** в вашу линию печатного или послепечатного оборудования. Расширьте свои возможности, предлагая клиентам печать индивидуальной, персонализированной, целевой информации в линию на больших тиражах, используя монохромную или цветную печать и на 100% переменный текст и изображения.



Сделайте изменение к лучшему.
Посетите kodak.com/go/sseries



РАБОЧИЕ ПРОЦЕССЫ / ПРОБНАЯ ПЕЧАТЬ / РЕШЕНИЯ ДЛЯ ЗАЩИТЫ БРЕНДОВ / ПЕЧАТНЫЕ ФОРМЫ И СИСТЕМЫ СТР / ПРИНТЕРЫ И ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ

Kodak

альным предложениям. А для сохранения постоянного доступа к этим материалам читатели могут еженедельно собирать по пять кодов. Тем самым издатель The Sun стимулирует читателей к приобретению печатного издания, при этом развивая и собственные интернет-проекты.

Функциональная печать

Третье направление развития компании Kodak — это функциональная печать, основная задача которой заменить дорогостоящие технологии на более эффективные с точки зрения расходов. Одно из достижений в этой области — возможность с помощью печатных технологий производить сенсорные экраны и печатные платы. Большой опыт Kodak в области печати и разработки материалов позволяет создавать экономичные и инновационные решения как для смежных областей, так и новых рынков — энергетики и биотехнологии.

Направления инноваций

Филип Каллимор отметил, что на сегодняшний день большая часть доходов компании поступает от продажи расходных материалов — пластин, химических реактивов, расходников для цифровой печати, а также оказания сервисных услуг. Полученные средства идут на финансирование инноваций в таких направлениях, как:

- разработка программного обеспечения Prinergy для организации рабочего процесса;
- производство экологически безопасных пластин;
- совершенствование систем струйной печати Prosper;
- цифровые технологии NexPress;
- развитие CtP-технологий.

Kodak позиционирует себя как технологическую компанию, предлагающую передовые комплексные решения для полиграфии. Основным фокусом внимания Kodak являются три направления рынка — упаковка, коммерческая полиграфия и функциональная печать

Kodak всегда отличался очень сильным отделом разработок и был нацелен на внедрение инноваций. Показательно, что даже несмотря на трудности, которые Kodak испытывал последние 18 месяцев, компания вывела на рынок 12 новых продуктов.

Став сегодня более рациональной, сильной и прозрачной компанией, Kodak по-прежнему стремится быть лидером в новаторских технологиях обработки изображений и фокусируется прежде всего на том, чтобы помочь клиентам развивать их бизнес. Компания нецелена на повышение качества обслуживания, сокращение сроков не только выполнения заказов, но и вывода новых продуктов на рынок.

Kodak в России. Итоги

О деятельности компании Kodak в России и основных успехах этого года рассказала генеральный директор ООО «Кодак» Алиса Фирсова. «Безусловно, все изменения, которые происходят в головном офисе Kodak, отражаются и на деятельности компании в России, — отметила Алиса Фирсова. — Но в нашей стране существует своя специфика. Надо сказать, что новая модель ведения бизнеса в России себя полностью оправдала, доказала свою эффективность и жизнеспособность. Наш стратегический партнер — компания «НИССА» — оказывает огромную помощь в продвижении продуктов Kodak на российский рынок, и мы очень признательны нашему дистрибутору за его эффективную работу».

Алиса Фирсова также отметила, что Kodak успешно завершил выделение любительского направления бизнеса и направления документооборота в отдельную компанию. Правда, в России этот процесс занял несколько больше времени, чем в остальных странах мира. Соглашение о создании отдельной компании ООО «Кодак Аларис», которая продолжит вести данные направления бизнеса, было подписано 1 декабря этого года.

Большим шагом в ООО «Кодак» считают успешную установку первой в России струйной высокоскоростной системы Prosper 1000, что позволяет надеяться на дальнейшее распространение этой технологии в нашей стране для самых разных применений в полиграфии.

Что касается флексографского направления бизнеса, то Kodak продемонстрировал более чем 50% рост по флексома-териалам и намерен сохранить такую же динамику и в 2014 г. По оценкам специалистов ООО «Кодак», это довольно перспективное и быстро растущее направление, в котором у компании есть большие шансы преуспеть. Кроме того, Kodak продолжает процесс сертификации клиентов, которые работают на флексооборудовании.

Важным направлением деятельности Kodak в России является, по словам Алисы Фирсовой, продвижение беспроцессных технологий изготовления форм, в чем активную поддержку оказывает компания «НЦ Лоджистик» во главе с ге-



неральным директором этой компании Екатериной Макеичевой. Одним из оснований полагать, что российский рынок готов двигаться в сторону более экологичных формных технологий, свидетельствует недавно состоявшийся «зеленый» семинар, организованный компанией «НИССА». Екатерина Макеичева, также присутствовавшая на встрече, отметила: «Мы очень довольны тем, как прошло это мероприятие. Мы объединились с единомышленниками в этом направлении — компаниями «Регент-Арт» и «Окто Принт Сервис», которые, как и наша компания, нацелены на развитие «зеленого» рынка. И в этой связи мы запланировали масштабную программу на будущий год, в рамках которой будет организована целая серия подобных мероприятий в основных регионах России».

Алиса также добавила, что компания Kodak учредила специальную награду во всем мире Sonoga Green Award (по названию беспроцессных пластин Sonoga), и в ближайшее время эта награда будет вручена одной из московских типографий, которая уже более 6 лет использует беспроцессную технологию изготовления офсетных печатных форм.

Что ожидать российским клиентам от Kodak в 2014 г.?

Филип Каллимор пообещал, что в будущем году Kodak представит новые разработки в области струйной печати Prosper и всячески будет содействовать расширению сферы применения этой технологии в различных областях полиграфии.

Появится и новая шестая версия программного продукта Prinergy, с которой пользователи уже могли частично ознакомиться на отраслевых выставках. В российском представительстве Kodak отмечают, что сегодня все больше типографий в России нацелены не на первоначальный уровень Prinergy EVO, а на более расширенную версию Prinergy Connect, которая позволяет добиться очень высокого уровня автоматизации производства и оптимизировать бизнес-процессы. А с выходом следующей версии Prinergy Connect появятся новые опции и, соответственно, новые возможности для клиентов. И если первоначально существовало мнение, что данный программный продукт разработан больше под требования офсетного рынка, то сегодня имеется пример его успешного применения упаковочными предприятиями. В частности, типография «Дельта-Пак» не так давно установила данный комплекс программного обеспечения и провела семинар с участием ООО «Кодак», в ходе которого продемонстрировала клиентам преимущества ПО для создания эффективной коммуницирующей платформы. Как сказал Сергей Томиловский, менеджер по работе со стратегическими клиентами по упаковке, в следующем году в российском представительстве Kodak планируют активнее информировать клиентов о новинках в области программных решений. Например, в сотрудничестве с компанией «НИССА» уже открыт шоу-рум, где существует возможность продемонстрировать клиентам все без исключения опции

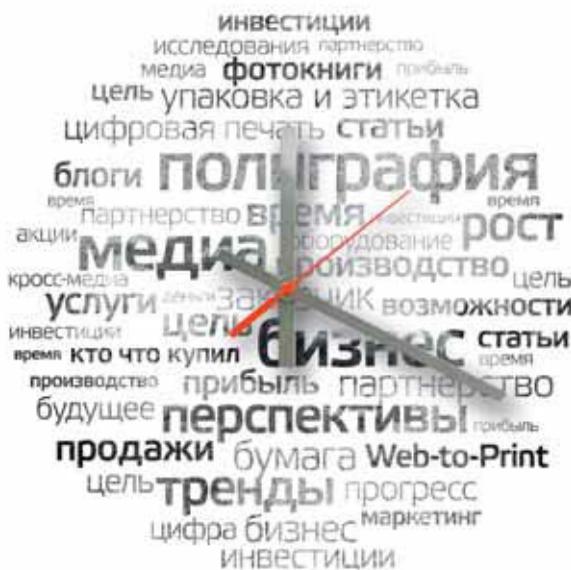
Kodak в цифрах

- > 60 000 установок программных решений Prinergy во всем мире
- > 16 000 устройств CtP Kodak по всему миру изготавливают более 30% офсетных пластин
- > 12 000 установок цифровых промышленных печатных устройств Kodak
- > 300 систем Flexcel NX инсталлировано в мире, из них 16 в России и странах СНГ
- > 40 млрд страниц отпечатано на системах Kodak Prosper с момента ее создания
- > 167 млн долл. ожидаемой прибыли по результатам работы в 2013 г.

и преимущества продуктов Prinergy, включая и анонсированную шестую версию ПО.

Также представители Kodak отметили, что в компании продолжают продвигать в России беспроцессные пластины Sonoga для изготовления офсетных форм и пластин Flexel Direct для вывода флексографских форм для того, чтобы в нашей стране появлялось все больше предприятий, ориентированных на экологическое производство.

В продолжение «зеленой» тематики Kodak совместно с российским дистрибутором компанией «НЦ Лоджистик» намерен сделать акцент на продвижение фиолетовых пластин Kodak в России, которые сегодня также стали более экологически чистыми и требуют использования меньшего количества химии, что позволит в ближайшее время предложить газетным предприятиям более доступные расходные материалы для дорепечатного участка.



Информационно-аналитический портал для тех, кто принимает решения

PrintDaily.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»



Классика жанра: семь «Санатов» в финале



Призеры Открытого профессионального конкурса печати «Санат»-2013

В 2013 г. свои работы на конкурс прислали 34 газетные типографии России, Белоруссии и Казахстана. В числе шести полиграфиче-

Конкурс печати «Санат» был учрежден в прошлом году холдингом VMG для демонстрации уровня качества газетной продукции, отпечатанной на любых рулонных машинах. Сегодня конкурс набирает обороты, добавляются новые номинации, увеличивается число участников, а у мероприятия появляются новые партнеры

В московском отеле «Золотое кольцо» 12 ноября 2013 г. прошла праздничная церемония награждения призеров и лауреатов Открытого профессионального конкурса печати «Санат», учрежденного российским полиграфическим холдингом VMG. Конкурс проводится ежегодно с целью демонстрации уровня качества газетной продукции, отпечатанной на любых современных офсетных рулонных печатных машинах, работающих в типографиях России и странах СНГ.

Из года в год конкурс только набирает обороты. На этот раз главный организатор — холдинг VMG — пригласил к работе конкурса партнеров. Соответственно, были добавлены новые полиграфические номинации, в том числе первая издательская. Все это только увеличило количество участников и их шансы выиграть.



Первое место в номинации «Лучшая комбинированная продукция» получила газетная типография «ВМГ-Принт»



«За лучший дизайн первой полосы» награда досталась редакции газеты «Труд 7». В этом году приз впервые присуждается редакциям газетных изданий



Полиграфический комбинат «Экстра-М» занял почетное первое место в номинации «Лучшая цветная газета»

ческих дисциплин, технологической «изюминкой» стала номинация «За инновации в производстве газеты». Впервые Оргкомитетом и Союзом дизайнеров России в этом сезоне была учреждена номинация «Лучший дизайн первой полосы», которая собрала 15 претендентов на победу.

На праздничном мероприятии собрались типографии и издатели, занимающиеся газетным бизнесом, со всей страны. Церемония награждения сопровождалась яркими и зажигательными выступлениями солистов, в



Лидером в номинации «Лучшая печатная продукция формата А4/А5» признана типография из Петропавловска (Казахстан) «Газетный двор»



Оренбургская типография «Орск-Пресс» получила диплом и статуэтку конкурса за первое место в номинации «Лучшая газета, отпечатанная в одну или две краски»

том числе и Большого театра, которые порадовали ценителей классическими ариями и народными песнями. В итоге бронзовая статуэтка «Санат» займет достойное место в шести типографиях и впервые в редакции газеты. Оргкомитет отметил также всех участников Открытого профессионального конкурса печати «Санат» дипломами лауреатов, вручил благодарственные письма всем членам жюри и партнерам конкурса — компаниям Manigraph, UPM Paper ENA, ЗАО «Бумсервис», Союз дизайнеров России, АНРИ и ГИПП.

Поздравляем всех победителей и надеемся, что мероприятие, помимо хорошего настроения, даст новый стимул всем участникам газетной отрасли развиваться и совершенствоваться, в чем им непременно помогут новые технологии и современное оборудование. ■



Типография «Прайм Принт Москва» стала призером конкурса «Санат» в этом году сразу в трех номинациях, но первое место компания получила «За инновации в производстве газеты»

Призеры Открытого профессионального конкурса печати «Санат»:

«Лучшая цветная газета»	
1 место	ЗАО ПК «Экстра М», Красногорск
2 место	ООО «ВМГ-Принт», Подольск
3 место	ЗАО «Прайм Принт Москва», Долгопрудный
«Лучшая газета, отпечатанная в одну или две краски»	
1 место	ООО «Орск-Пресс», Оренбург
2 место	ГУП АК «Бийская типография «Катунь», Бийск
3 место	ОАО «Печатный двор Кубани», Краснодар
«Лучшая газетная продукция, отпечатанная на мелованной бумаге»	
1 место	ООО «Первый полиграфический комбинат», Красногорск
2 место	ЗАО «Прайм Принт Москва», Долгопрудный
3 место	ОАО ИПК «Царицын», Волгоград
«Лучшая комбинированная продукция»	
1 место	ООО «ВМГ-Принт», Подольск
2 место	ООО «ИПЦ «Гузель», Нижнекамск
3 место	ЗАО ПК «Экстра М», Красногорск
«Лучшая печатная продукция формата А4/А5»	
1 место	ТОО «Газетный двор», Петропавловск (Казахстан)
2 место	ООО «Издательство «Южный регион», Ессентуки
3 место	ООО «ВМГ-Принт», Подольск
«За инновации в производстве газеты»	
1 место	ЗАО «Прайм Принт Москва», Долгопрудный
2 место	ЗАО ПК «Экстра М», Красногорск
3 место	ООО «ВМГ-Принт», Подольск
«За лучший дизайн первой полосы»	
1 место	Газета «Труд 7»
2 место	Газета «Культура»
3 место	Газета «Труд»

Листовая печать в производстве конвертов, или Как разослать неформатное вложение



Михаил Локотков,
генеральный директор,
компания «Курт»
[Москва]

мелованной бумагой до дизайнерских материалов, кальки и по-прежнему весьма популярного крафта. Конвертные фабрики «Курт» расположены в Москве и Санкт-Петербурге. Помимо специализированного конвертоделательного оборудования, на московской фабрике не так давно появилась листовая пятикрасочная машина Heidelberg Speedmaster XL 105-5+L. Какие же возможности открывает офсетная печатная техника, вполне привычная для традиционных типографий, для такого профильного предприятия, как компания «Курт»?

«Курт» — значит «конверт»

Как несложно предположить из названия «Курт» (сращение от шведского слова Kuvert, что озна-

чает «конверт»), компания с самого начала сосредоточила свою деятельность на изделиях, предназначенных «для вкладывания, хранения и пересылки бумаг или плоских предметов». Правда, в первые годы «Курт» занимался только продажей готовых незапечатанных конвертов. Сотрудничество с ведущими мировыми поставщиками конвертов и почтовых пакетов позволили «Курт» позиционировать себя как компанию, которая предлагает продукцию самого высокого качества и наиболее широкого ассортимента в России. Лидирующие позиции в этом вопросе компания сохраняет и сегодня, предлагая даже такие конверты и пакеты, которые в нашей стране не производятся, например с боковым и донным расширением,

Производственный холдинг «Курт» является сегодня одним из крупнейших в России производителей конвертов и пакетов для рассылки корреспонденции. Ассортимент компании всегда отличался самым широким выбором форматов и разнообразием материалов, из которых изготавливаются данные виды продукции, от обычной офсетной и



Высокопроизводительное конвертное производство компании «Курт» построено на специализированном оборудовании. Однако для изготовления раскладок конвертов по индивидуальным макетам и нестандартных размеров, а также для печати директ-маркетинговых вложений «Курт» установила самую современную листовую печатную машину Heidelberg Speedmaster XL 105 в пятикрасочном исполнении с лаковой секцией и полным комплексом автоматизации. Слева — система спектрофотометрического контроля качества всего оттиска Prinect Image Control. Справа — пульт управления печатной машиной Prinect Press

что позволяет разместить в них большой объем документов, многостраничные каталоги и другие крупные вложения.

Печать по готовым конвертам

Клиентами «Курт» по приобретению готовых конвертов являлись в основном директ-маркетинговые агентства, канцелярские компании и типографии, которые запечатывали их на своем оборудовании для корпоративных заказчиков. Через некоторое время потребность в дальнейшем развитии подтолкнула «Курт» начать предлагать услуги печати по конвертам. Как рассказывает генеральный директор компании «Курт» Михаил Борисович Локотков, на предприятии решили придерживаться выбранной специализации и установили профессиональные офсетные машины американского производителя, которые разработаны исключительно для печати на готовых конвертах. В отличие от тра-



Машина для формирования и склейки конвертов из заранее высеченных заготовок. Позволяет собирать конверты и пакеты самых разных типов и размеров

Компания «Курт» является сегодня одним из крупнейших в России производителей конвертов и пакетов и обладает самым полным комплексом профессионального оборудования

диционного офсетного оборудования, эти машины обладают рядом особенностей и в плане более высоких производственных скоростей, и механизма подачи. Более того, они позволяют одновременно запечатывать лицо и оборот готового конверта, наносить изображения «на вылет», а также выполнять печать по конвертам и пакетам с дном (следует отметить, что толщина таких изделий варьируется от закрывающего клапана ко дну, где лист, из которого собирается продукция, имеет многократное сложение) — ни одна листовая офсетная машина не в состоянии реализовать такую сложную для нее задачу. В настоящее время в компании «Курт» работают уже 7 подобных машин.



Машины для печати на готовых конвертах, в том числе для УФ-печати (внизу), что позволяет использовать для изготовления конвертов различные материалы (полимеры, металлизированные и дизайнерские бумаги)



Для всех офсетных печатных машин формы изготавливаются цифровым способом на выводных устройствах Heidelberg Suprasetter



Специализированная конвертоделательная машина позволяет из рулона бумаги получить готовый конверт, включая печать изображений флексографским способом, высечку, склейку, нанесение клеевой (или силиконовой) полосы и т. д.



Специализированный вырубной пресс вырубает одним штампом заготовки конвертов из стопы отпечатанных листов, на которых размещаются сразу несколько изделий

Конвертное производство

От печати по готовым конвертам до производства самого конверта, как оказалось, один шаг. «Мелкому производителю довольно тяжело выжить, — справедливо отмечает Михаил Борисович. — Чтобы предлагать разнообразный ассортимент и привлекательные цены, необходимо иметь возможность снижать себестоимость продукции, а это реально сделать только при наличии собственного производства с большим парком высокопроизводительного оборудования и, конечно же, при обеспечении его загрузки. Когда достигаешь определенного уровня развития, без инвестиций в собственное производство рост компании замедляется или же его не будет вовсе. Поэтому мы приняли для себя решение развивать профессиональный комплекс услуг не только по продаже и печати по готовым конвертам, но и собственному производству конвертной продукции».

Для изготовления конвертов в «Курт» используются конвертоделательные машины немецкого производителя Winkler+Dunnebieer. Такие линии позволяют изго-

товлять конверты и пакеты различных типоразмеров, стандартных форматов и неформатных, с вклейкой прозрачных окошек, нанесением клеевого слоя с отрывной лентой. Конверты на этом оборудовании изготавливаются либо из рулонного материала либо из листовой заготовки. Такие заготовки вырубаются из предварительно запечатанного листа на специальных прессах. Вырубные прессы в «Курте» тоже специфические: в отличие от тех, которые применяются в традиционных типографиях, они, вырубая заготовки не по листу, а сразу из стопы определенной толщины.

Листовая технология для индивидуальных задач

Стандартные размеры конвертов и пакетов были разработаны на основании общепризнанных в полиграфии форматов



Сегодня компания «Курт» предлагает печать как по готовым конвертам, так и производство конвертов и пакетов по индивидуальным размерам заказчиков с полноцветной запечаткой и из самых разных материалов — мелованной бумаги, крафта, дизайнерских материалов и т. д.



Возможности типографии позволяют изготавливать самые разные конверты как с окном, так и без него. В последнее время подавляющее большинство конвертов заказываются с нанесением полноцветного изображения

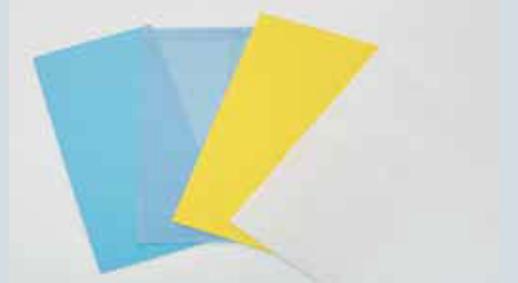


Конверты из крафт-бумаги по-прежнему остаются весьма популярны среди заказчиков, в то же время яркие полноцветные конверты, отпечатанные на мелованных бумагах, часто используются для рекламной рассылки

бумаг и утверждены международными нормативами. Тем не менее заказчикам зачастую требуются конверты для отправки индивидуальных вложений. Подобрать для подобных отправок подходящий конверт из типового ряда удастся не всегда. Поэтому для работы с частными заказчиками, а также агентствами, оказывающими услуги директ-маркетинга, «Курт» предлагает изготовление конвертов и пакетов по индивидуальным макетам. Преимущество этих изделий в том, что они не только идеально подойдут по формату к тому вложению, которое в них предполагается отправлять, но и могут иметь эксклюзивный дизайн, переходящий с лицевой на оборотную сторону готового конверта, могут быть полностью запечатаны цветной плашкой или даже размещать внутри текстовое сообщение, которое будет видно в пластиковом окне или при вскрытии отправления. Всеми этими возможностями активно пользуются рекламные агентства и корпоративные заказчики, для которых важно, чтобы их отправление выделялось на фоне многочисленной корреспонденции, ежедневно получаемой компаниями. Кроме того, заказывая индивидуальный конверт, у заказчика появляется выбор и по материалам,



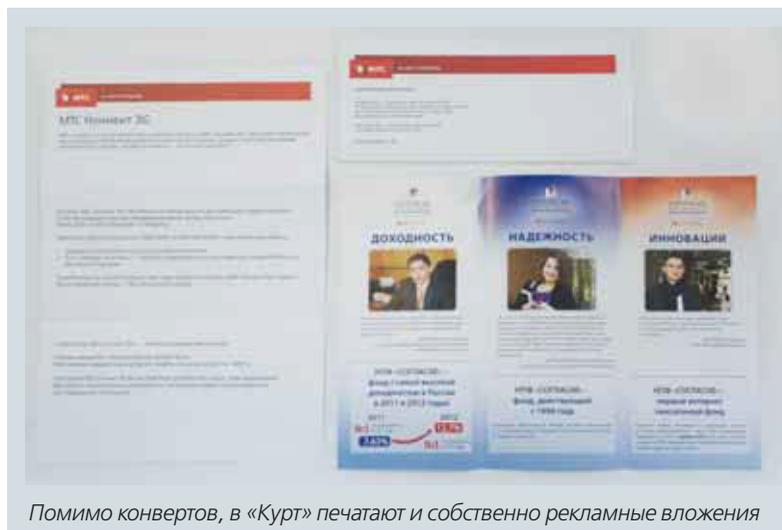
Размеры конвертов могут быть произвольные



Конверты из дизайнерской бумаги и кальки



Конверты с полутонными изображениями



Помимо конвертов, в «Курт» печатают и собственно рекламные вложения



из которого он может быть изготовлен — дизайнерские бумаги с различной текстурой, перламутровой или металлизированной поверхностью, цветные бумаги, прозрачные кальки и т. д. На ролевых конвертоделательных машинах подобные конверты выполнить невозможно, поскольку эти машины рассчитаны в основном на промышленные объемы производства типовых изделий и притом из рулонного материала, выбор которого ограничен несколькими видами бумаг. Для решения нестандартных задач в конвертовальном производстве в компании «Курт» используют листовое офсетное печатное оборудование, в частности недавно приобретенную машину Heidelberg Speedmaster XL 105-5+L.

«Машину Heidelberg мы приобрели прежде всего из-за формата оборудования, — поясняет Михаил Локотков. — Нас интересовал именно 105-й формат, поскольку он позволяет размещать больше раскладок конвертов на одном листе. Соответственно, и отход бумаги получается гораздо меньше. А при производстве конвертов важен каждый сантиметр, что, собственно, и определило наш выбор оборудования. Второй момент — это производственные скорости. Сегодня максимально возможная скорость современной листовой машины

достигает 18 000 отт/ч. Оборудование Heidelberg позволяет добиться такого уровня производительности при выполнении тиражей, и надо сказать, нам приходится довольно часто работать на предельных оборотах машины».

Листовая печатная технология позволила компании продвигаться еще дальше в индивидуальной работе с заказчиками и изготавливать не только конверты нестандартных размеров, но и вложения для рассылки. «Помимо серийного производства конвертов, сегодня у нас есть возможность выполнять для наших клиентов комплексные заказы, включающие производство

В компании «Курт» можно приобрести не только готовые пустые конверты, но и заказать печать по ним, а также выполнить производство конвертов и пакетов по индивидуальным размерам заказчиков с полноцветной запечаткой и из разных материалов

непосредственно самого конверта и вложения к нему — как правило, это листовки разных форматов и красочности. Данная услуга востребована большинством крупных маркетинговых агентств, с которыми мы работаем», — рассказывает Михаил Локотков.

Опережая конкурентов

Сегодня «Курт» обладает, пожалуй, самым полным комплексом оборудования для решения любых задач в конвертовальном производстве. Компания имеет две производственные площадки — в Москве и Санкт-Петербурге, опережая по имеющимся мощностям своих конкурентов в обеих российских столицах. Здесь можно не только приобрести чистые конверты, как крупными, так и совсем небольшими партиями, для рассылки корреспонденции, но и заказать печать по готовым конвертам. Стоит также отметить, что «Курт» является единственной компанией в России, которая предоставляет возможность печати на готовых конвертах УФ-красками. Как поясняет Михаил Борисович, преимущество такой печати для заказчика в том, что благодаря этой технологии можно получить более высокое качество оттиска и насыщенность изображения. Кроме того, появляется возможность печатать на конвертах из мелованной бумаги, материала Tyvek, кальки и даже непосредственно на пластиковом окошке конверта. Если же ни один из стандартных форматов конвертов заказчику не подошел, можно изготовить конверты по индивидуальному макету с полноцветной печатью на офсетном листовом оборудовании.

Помимо конвертов, «Курт» выпускает и самоклеящиеся белые этикетки с надсечкой в листах формата А3 и А4 и в ролях. Они используются для печати адресных наклеек на конверты, посылки и бандероли, применяются в торговле и складском учете для нанесения описания товара, штрих-кодов, аннотаций, серийных номеров. Возможность запечатывать этикетки на обычном лазерном или струйном принтере расширяет их применение и в офисах, и в мелкосерийном производстве, и в бытовых целях.

Несмотря на востребованность услуг и выпускаемой продукции в компании «Курт» постоянно работают над расширением предложения и ассортиментных позиций. В настоящее время здесь планируют начать производство нового вида конвертов из плотного картона. Такие конверты необходимы для пересылки или транспортировки плакатов, календарей, каталогов, больших фотографий, иными словами, той печатной продукции, привлекательный внешний вид которой важно сохранить. А это означает, что для заказчиков компании «Курт» открываются новые возможности для решения их задач и новые перспективы сотрудничества с их поставщиком.



На складе компании «Курт» всегда имеется необходимое количество готовых чистых конвертов, которые заказчики в любой момент могут приобрести как крупными, так и мелкими партиями, или же заказать на них печать. Кроме того, в наличии есть также рулонные материалы для производства продукции на конвертоделательных линиях

Как изготовить полиграфический сувенир, или «Цифра» для непрофильных компаний

Применение цифровой печати, пожалуй, безгранично. Что интересно, ее активно используют не только традиционные полиграфические производства и профильные цифровые салоны. Пример рекламно-производственной компании «О-Сувенир» говорит о том, что «цифру» можно успешно применять и в сувенирной отрасли, на первый взгляд, напрямую не имеющей отношения к полиграфии. Директор компании «О-Сувенир» Данил Алтунбаев поделился опытом использования цифровых печатных технологий в изготовлении и брендировании сувениров. Тем более что к началу само-

Сегодня это крупнейшая в Твери рекламно-сувенирная компания, которая активно сотрудничает и с прямыми заказчиками, и с рекламными агентствами, выполняя заказы на корпоративные подарки для большинства федеральных брендов. Пожалуй, главное отличие таких сувениров в том, что они должны быть выполнены в соответствии с фирменным стилем компании или же как минимум содержать логотип, иначе теряется весь смысл такого презента, который должен работать на имидж подарившей его компании и каждый раз «напоминать» о себе его владельцу. Поэтому так или иначе сувенирчики не обходятся без печатных технологий, позволяющих наносить изображения на любые поверхности материалов. И если в начале своей деятельности компания «О-Сувенир» занималась лишь поставками сувениров

по каталогам и прибегала к помощи подрядчиков для брендирования подарочной продукции, то в настоящее время она располагает собственным парком специализированного производственного оборудования, который позволяет использовать технологии тампопечати, шелкографии, гравировки, тиснения, сублимации, вышивки и деколя для того, чтобы сделать эксклюзивный и запоминающийся подарок с фирменной символикой.

«Цифра» для сувенирщиков

Как отмечает Данил Алтунбаев, директор компании «О-Сувенир», потребности заказчиков растут с каждым годом и компании необходимо им соответствовать. «Для многих клиентов не достаточно бывает выбрать сувенирную продукцию по каталогам и выполнить ее брендирование, — рас-

Выбрав для себя цифровое печатное оборудование более высокого профессионального уровня, мы получаем хорошее визуальное качество изображений, а также имеем возможность использовать различные запечатываемые материалы, что для нашей сферы деятельности весьма актуально

го жаркого предновогоднего сезона на предприятии была установлена профессиональная цифровая печатная машина Konica Minolta bizhub PRESS C6000L.

Профессия — дарить настроение

Стоит отметить, что опыта работы «О-Сувенир» в области поставок и производства сувенирной продукции не занимать. Уже 11 лет компания помогает дарить праздничное настроение и позитивные эмоции бизнес-партнерам своих клиентов. О значимости корпоративных подарков сегодня говорить излишне. Многие компании используют возможность в завершении года отметить важность для них укрепления делового сотрудничества и продолжения контактов. Наилучшим образом сделать это позволяют фирменные сувениры, в подготовке которых команда «О-Сувенир» разбирается на профессиональном уровне.



В рекламно-сувенирной компании «О-Сувенир» в октябре этого года была установлена цифровая печатная машина Konica Minolta bizhub PRESS C6000L. Она позволила изготавливать сувенирную полиграфическую продукцию как в качестве самостоятельного подарка, так и в составе корпоративного набора

сказывает Данил Владимирович. — Да, можно заказать визитницу, ежедневник, ручку или футболку с логотипом. Но не для всех случаев приемлем такой подход. Чаще всего требуется разработать и изготовить индивидуальный набор корпоративных подарков в едином стиле, и здесь обычно не обходится без полиграфической продукции с использованием не только печатных, но и отделочных технологий — УФ-лакирования, ламинации, вырубки, конгрева и т. д. И хотя мы не полиграфисты и услуги по печати для нас не являются профильным бизнесом, тем не менее мы активно используем возможности печатной техники, как правило, цифровой для производства сувенирной полиграфии как в качестве самостоятельной продукции, так и в составе подарочного набора».

Около года назад, по словам Данилы Алтунбаева, в компании стали рассматривать варианты покупки профессиональной цифровой печатной машины. Имеющаяся на тот

момент техника OKI не могла конкурировать ни по качеству отпечатков, ни по производительности. «Мы сравнивали предложения двух лидирующих компаний-поставщиков цифрового оборудования — Xerox и Konica Minolta, — говорит Данил Алтунбаев. И в итоге склонились к выбору машины Konica Minolta. Во-первых, мы увидели неподдельную вовлеченность представителей этой компании в процесс выбора для нас подходящей машины. Во-вторых, нам предоставили исчерпывающую информацию о линейке того цифрового оборудования, которое бы отвечало нашим потребностям. Мы посетили демо-центр Konica Minolta в московском офисе компании, где изучив возможности машин, смогли сделать осознанный выбор. В-третьих, нас устроили условия покупного контракта и помощь Konica Minolta в предоставлении лизинга».

В результате в октябре этого года, буквально в разгар сувенирного сезона, на производстве компании

«О-Сувенир» была запущена цифровая машина Konica Minolta bizhub PRESS C6000L. «Это машина профессионального уровня как в плане оперативности, так и качества отпечатков, — отмечает Данил Алтунбаев. — Удачно получилось, что мы приобрели ее до наступления сезонного пика. За несколько месяцев уже выполнили на ней изрядное количество работ. Преимущественно сейчас заказывают поздравительные открытки и корпоративные календари — традиционную новогоднюю продукцию. Тем не менее мы уже опробовали применение цифровой печати и для других интересных заказов, например для изготовления циферблата для настенных часов или бумажных флагов, которые, кстати сказать, некоторое время назад украшали наш город. Использовали «цифру» и для печати персонализированной части ежедневников. Был у нас и заказ, для которого потребовалось изготовить наклейки на тубус и этикетки для баночек меда, которые шли в подарочном наборе. Как вы понимаете, в сувенирном бизнесе востребованы небольшие тиражи, высокое потребительское качество и использование специфических материалов. И цифровая печать прекрасно отвечает всем этим задачам. Пожалуй, ни одна печатная технология не сможет конкурировать с «цифрой» в плане оперативности выполнения единичных тиражей. При этом, выбрав для себя цифровое печатное оборудование более высокого профессионального уровня, мы получаем хорошее визуальное качество изображений, которое отвечает придирчивым требованиям заказчиков. Помимо этого, мы имеем возможность использовать материалы с фактурной или глянцевой поверхностью, самоклейку и многие другие запечатываемые материалы, что для нашей сферы деятельности весьма актуально. И что еще важно, освоить все эти возможности оборудования и правильно их использовать нам помогают представители компании-поставщика. Отрадно, что после заключения сделки в Konica Minolta нас не оставили самостоятельно разбираться с машиной, а оказывают активную помощь в эксплуатации оборудования, регулярно поставляют расходные материалы. Благодаря такой поддержке мы смогли внедрить цифровые технологии печати на собственном предприятии, при этом не являясь полиграфической компанией в привычном ее понимании».



Для подготовки этого корпоративного подарка была использована цифровая машина Konica Minolta, в частности для печати этикетки для баночки меда и наклейки на подарочный тубус



KONICA MINOLTA

bizhub PRO и bizhub PRESS ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОЙ ПЕЧАТИ

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО, НАДЁЖНОСТЬ И СТАБИЛЬНОСТЬ — ЛИШЬ НЕКОТОРЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КОТОРЫЕ ПРЕДЛАГАЮТ ФЛАГМАНСКИЕ СЕРИИ KONICA MINOLTA bizhub PRO И bizhub PRESS ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОЙ ПЕЧАТИ. ВЫСОКАЯ СКОРОСТЬ ПЕЧАТИ И КАЧЕСТВО, СХОЖЕЕ С ОФСЕТНЫМ, МНОЖЕСТВО ВАРИАНТОВ ФИНИШНОЙ ОБРАБОТКИ И ВОЗМОЖНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ДРУГИМИ УСТРОЙСТВАМИ ДЕЛАЮТ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ СЕРИЙ bizhub PRO И bizhub PRESS ПРЕКРАСНЫМ ДОПОЛНЕНИЕМ ТРАДИЦИОННОГО ОФСЕТНОГО ПРОИЗВОДСТВА ИЛИ ГЛАВНОЙ РАБОЧЕЙ СИЛОЙ ОТДЕЛА ПЕЧАТИ И КОПИРОВАНИЯ КОМПАНИИ.  bizhub PRO И bizhub PRESS — ОБОРУДОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ.

Печатные формы на любой кошелек, или Экспонирование на аналоговых пластинах



Александр Селивёрстов,
генеральный директор,
репроцентр «24PrePress»



Мила Селивёрстова,
коммерческий директор,
репроцентр «24PrePress»

Компания «24PrePress» вот уже 15 лет специализируется на оказании услуг по допечатной подготовке и за эти годы прошла все эволюционные этапы развития технологии изготовления печатных форм. Сегодня это один из крупных репроцентров как по выводу пленок, так и по экспонированию CtP-пластин. Компания имеет два формных участка в разных концах Москвы и круглосуточно готова делать спуски полос из любых программ и выполнять работы любой сложности. Владельцы репроцентра «24PrePress» Александр и Мила Селивёрстовы рассказали о своем бизнесе и поделились взглядами на развитие рынка допечатных услуг.

Начало допечатного бизнеса

Репроцентр «24PrePress» имеет довольно длинную историю. Начиналось все еще в середине 1990-х гг., когда Александр был одним из соучредителей рекламного агентства, которое некоторое время вполне успешно функционировало и имело в своем составе подразделение по фотовыводу пленок. Но незадолго до кризиса 1998-го рекламное агентство не выдержало конкуренции как с себе подобными, так и с начинавшими активно развиваться международными сетевыми агентствами, и вынуждено было закрыться. «На дележке нажитого имущества мне достался фотовывод, — рассказывает

Александр, — с этого момента и началась работа собственной компании по предоставлению услуг по выводу пленок. В те времена мы существовали под разными названиями и в составе разных полиграфических структур. Число компаний, которые предоставляли подобные услуги, было велико, тем не менее нам удавалось находить общий язык с клиентами несмотря даже на то,

что у нас был не самый удачный фотонаборный аппарат, который всегда затрачивал полный формат пленки размером с барабан вне зависимости от требуемого формата фотоформы. Поэтому нам сложно было конкурировать по ценам, стоимость наших услуг выходила недешево. Тем не менее мы смогли выжить, в первую очередь за счет хороших взаимоотношений с клиентами, со многими из которых работаем и по сей день».

От фотовывода к цифровому экспонированию

Как пояснил Александр, рынок фотовывода постепенно себя изживал, поскольку все больше типографий хотели иметь готовые формы, а не заниматься копировальными работами. «Мы внимательно наблюдали за тем, как меняется рынок, и понимали для себя, что и нам нужно что-то делать, иначе будем вынуждены закрыться, как и большинство других репроцентров, — добавляет Мила, — конечно, мы смотрели и на рынок устройств, позволяющих выводить готовые пластины. Было очевидно, что в перспективе объем вывода пленок начнет сокращаться. И тогда мы всерьез задумались о приобретении устройства CtP для изготовления форм на заказ. Сначала пытались приобрести бывшее в употре-



В июне этого года в репроцентре «24PrePress» установлено CtP-устройство Amsky Aurora U864. Оно позволяет работать с аналоговыми пластинами, что заметно снижает затраты типографий на изготовление печатных форм. Новые возможности репроцентра заинтересовали тех клиентов, которым важна низкая стоимость допечатных услуг



Репроцентр предоставляет клиентам выбор материалов для изготовления форм: аналоговые пластины, цифровые пластины из Китая или высококачественные европейские пластины Agfa Energy Elite Pro. По словам Александра Селивёрстова, это лучшие пластины на рынке, которые практически невозможно испортить ни режимами экспонирования, ни режимами проявления, ни химией в процессе печати



Линия для экспонирования цифровых пластин Agfa Avalon N4 стала первым устройством, поставленным компанией «МакЦентр» в репроцентр «24PrePress». Сегодня здесь работают три подобных устройства

блении оборудование, поскольку нам казалось, что новое мы не потянем, но когда наш поставщик расходных материалов (мы используем пленку Agfa, которую покупаем у официального дилера — компании «МакЦентр») об этом узнал, то предложил приобрести новое CtP-устройство Agfa Avalon. В тот момент оно находилось на складе. Более того, предложенная цена нас приятно удивила, к тому же предоставлялась хорошая расценка».

Таким образом, в 2011 г. в компании появилось первое устройство CtP и началась работа по выводу пластин на сторону. «Надо сказать, что к работе мы приступили буквально на следующий день после установки CtP, — рассказывает Мила. — У одного из наших крупных клиентов сломалась копировальная рама, и нам нужно было вывести более 200 форм сразу. Волновались, конечно, но справились. А дальше пошло-поехало».

По словам Александра и Милы, большинство заказчиков с удовольствием восприняли нововведения и стали переводить свои пленочные объемы в объемы «алюминиевые». В конце концов для типографий так даже проще — они получают готовые формы, с которых сразу же можно печатать, тем более что при внимательном подсчете изготовление форм цифровым способом не обходится дороже, чем с пленок. В результате в конце 2011 г. в репроцентре появилось еще одно выводное устройство для пластин Agfa Avalon N4-10S с устройством перфорации Bacher 425, проявочным процессором Agfa Elantrix 95SX и стекером, а спустя год аналогичная линия появилась на второй площадке «24PrePress». Мила объяснила такой темп развития следующим образом: «Поначалу к нам приходили просто из любопытства и заказывали один-два комплекта форм. И так получалось, что практически все, кто попробовал у нас экспонирование пластин, становились нашими постоянными клиентами. Так и нарабатывалась клиентская база».

Что интересно, этот процесс продолжается и по сей день, причем география заказчиков репроцентра постоянно расширяется. Если раньше формы заказывали в основном из близлежащих типографий, затем из других районов Москвы, то сейчас уже немало заказчиков из других городов,

PREPRESS SOLUTIONS

CtP на аналоговых пластинах



Полный спектр автоматизированного оборудования для формного производства

МАК ЦЕНТР
(495) 956 3211

Москва, Холодильный пер., д. 3 стр.1
www.amsky.ru

РЕКЛАМА



Для вывода цифровой цветопробы в репроцентре используют устройство Epson Stylus Pro 4900. Цветопробный комплекс объединен с участком вывода CtP-форм посредством одного и того же ПО — Agfa Apogee Prepress



Автоматическая система пробивки приводочных отверстий позволяет получать пластины на CtP-устройстве Amsky, готовые к монтажу на цилиндры печатной машины

причем весьма отдаленных. Получается, что им выгоднее ехать в Москву за формами, чем заниматься выводом у себя или заказывать в типографиях в своем городе. Александр пояснил: «Несмотря на то, что в городе могут быть типографии, имеющие собственное CtP-устройство, оказывать услуги по изготовлению форм для своих коллег у них не получается — либо они хотят за это слишком много денег, либо нелояльны к клиенту и выполняют сторонние заказы по остаточному принципу. А мы работаем 24 часа в сутки, и в большинстве случаев файлы, полученные вечером, уже утром отгружаются заказчику в виде готовых форм».

Amsky — для тех, кому важна цена

Как известно, рынок не бывает вечным. Постепенно появились другие компании, предлагающие аналогичный вид услуг. Для многих из них единственным аргументом в поиске клиентов являлась низкая цена. «Заметного оттока заказчиков вследствие этого мы не заметили, тем не менее было понятно, что нужно искать пути снижения цен на печатные формы для тех, кому это важно, — отмечает Мила. — И здесь нам вновь помог наш поставщик «МакЦентр». В компании нам предложили установить другое устройство CtP, позволяющее экспонировать аналоговые, предварительно оцвеченные

пластины, цена на которые заметно ниже, чем на цифровые». «Это произошло в тот момент, когда мы вновь задумались о расширении производственных мощностей, поскольку загрузка в активные месяцы приближалась к критической, и нам приходилось строить сетевые графики исполнения заказов, чтобы не подвести никого из заказчиков», — добавляет Александр.

Таким образом, в июне этого года в «24PrePress» появилось новое выводное устройство Aurora U864 китайской компании Amsky, которое может работать на пластинах, предназначенных для экспонирования в копировальной раме, и они заметно дешевле, чем цифровые пластины. «К данному устройству у нас нет никаких нареканий. Оно надежно работает и позволяет изготавливать печатные формы относительно недорого для тех заказчиков, для которых важна цена. При этом качество форм стабильное, по крайней мере, на тех пластинах, которые нам поставляет «МакЦентр». Более того, Amsky решает проблемы с пиковой загрузкой. На нем нам удалось вывести до 50–60 пластин в час, что довольно много. На Agfa Avalon мы получаем меньше», — рассказывает Мила.

«Благодаря имеющемуся у нас парку оборудования и тому, что «МакЦентр» поставляет нам несколько разных типов пластин, мы можем предлагать заказчику выбор: относительно недорогое изготовление форм на аналоговых пластинах, на цифровых пластинах из Китая или на высококачественных европейских пластинах, — отмечает Александр. — Из европейских пластин нам очень нравятся Agfa Energy Elite Pro. Я вообще считаю, что это лучшие пластины на рынке, их практически невозможно испортить ни режимами экспонирования, ни режимами проявления, ни химией в процессе печати. Некоторые наши клиенты это очень ценят и заказывают формы именно на них, хотя стоит это существенно дороже. Но для таких заказчиков беспрепятственность в процессе печати является важнейшим фактором, особенно если они из другого города. Ехать к нам за перевыведенной испорченной формой намного дороже, чем переплатить за комплект «беспрепятственных» печатных форм».

Сейчас в прайс-листе у компании «24PrePress» есть выбор из четырех позиций в зависимости от того, какие материалы используются для изготовления форм. И как пояснила Мила, цена далеко не всегда самый важный аргумент выбора. Несмотря на развитие цифрового экспонирования фотонабор в репроцентре по-прежнему работает. Спрос на вывод пленок все еще есть, причем как со стороны тех заказчиков, которым нужна пленка для трафарета или лакировальных полотен, так и тех, кто продолжает выводить фотоформы для офсетных форм. «Мы много раз предлагали таким клиентам перейти на вывод пластин, поясняя, что это и качественнее, и проще, и дешевле. Но пока безуспешно, видимо, не хотят менять устоявшуюся технологию работы. Однако появление у нас Amsky с аналоговыми формами, возможно, подвигнет их к такому переходу, поскольку появляются дополнительные финансовые аргументы в его пользу», — говорит Мила.

Что же касается перспектив развития самого репроцентра, то, как сказал Александр, «пока спрос на сторонний вывод пластин растет, поэтому компания успешно будет развиваться в этом направлении. Хотя учитывая, что многие типографии приобретают собственные CtP-устройства, в отдаленной перспективе потребность в услугах репроцентров должна сократиться. И в этой связи имеет смысл задуматься о шаге в сторону...» Впрочем, что это за шаг, Александр распространяться не стал.