Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

ФОРМАТ

№9, Декабрь, 2016

С Новым Годом!

2017

ФОРМАТ
Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №9 (113)-2016

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Прикинем? или Что год прошедший нам принес? 2

ОБОРУДОВАНИЕ

«Экстра М»
«Экстра М»: экзамен на мастерство круглосуточно! 6

«МДМпринт»
Успех «по учебнику», или
От скорости оборудования зависит и «скорость доходов» 12

«Первая Образцовая Типография» (Минск)
Гибкость производства с технологией H-UV 18

PixelPro
PixelPro: нет ничего невозможного! 22

ИНТЕРВЬЮ

«Европапир»
«Европапир»: дизайнерский эксклюзив 16

Учредитель Издательство «Курсив»
Генеральный директор
А. Ч. Амангельдыев
Исполнительный директор
Н. В. Шапинова
Ответственный секретарь
Л. В. Артемова
Зам. директора по маркетингу
Е. А. Маслова

Журнал «Формат»:
Главный редактор
А. Ч. Амангельдыев
Зам. главного редактора
М. Ю. Беляева
Корректор
О. В. Улантикова

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

© Издательство «Курсив»
Все права защищены
Отпечатано в Viva-Star, тел.: (495) 780-67-05
Тираж 7000 экз.

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

Блок отпечатан на глянцевой бумаге **Hi-Kote** 115 г/м², предоставленной компанией **«Европапир»**

Реклама в номере:

Агфа 9
Альфа-Дизайн 19
Апостроф 21
ВИП-Системы ..... клапан, 25
ВМГ-Трейд 5
Дизайн и реклама 11
Европапир ..... 3-я обл.
ОктоПринт Сервис ..... клапан
Реалайн ..... клапан
Ситипринт ..... вкладка
Терем 1
Терра Системы ..... клапан
Фабрика офсетной печати ..... вкладка
Bobst 15
China Print 27
FTP-Group ..... клапан
hubergroup 3
Kodak ..... 2-я обл.
Lamstore 23
NCL ..... клапан
YAM International ..... 4-я обл.

ТЕРЕМ

Новые фотополимерные бесхимические пластины
Agfa :N95-VCF — доступны в России!

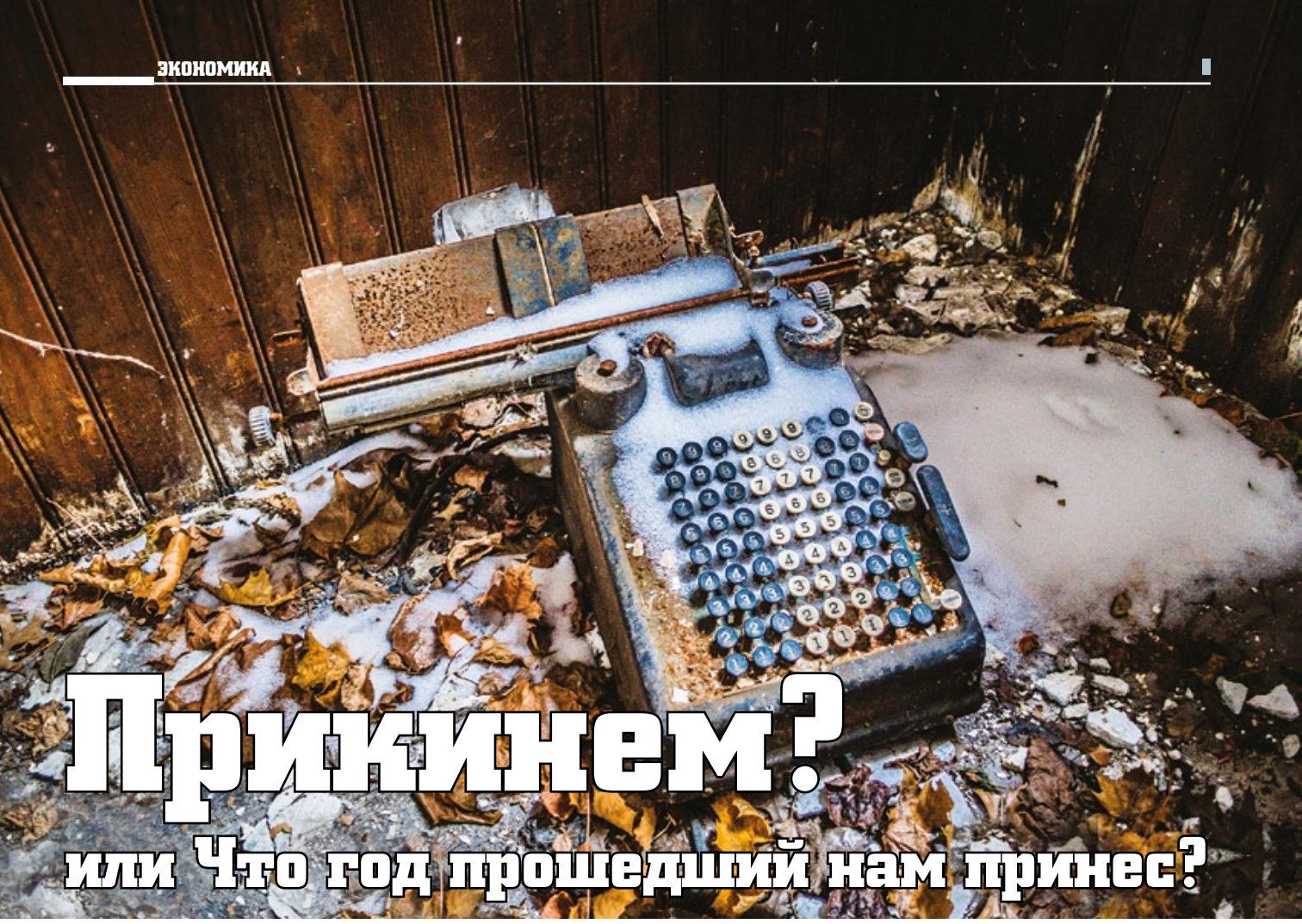
Заказывайте в офисах компании ТЕРЕМ.

Agfa N95-VCF — работают на всех типах фотополимерных процессоров.

AGFA Agfa

Компания ТЕРЕМ — официальный дилер и премиум-партнер Agfa Graphics в России

+7 (495) 956 04 04 | www.terem.ru



Прикинем?

или Что год прошедший нам принес?

Время от времени мы пытаемся анализировать ситуацию на российском рынке. Мнение, что «рынок плохой, а отрасль умирает», в полиграфии по-прежнему присутствует, но все чаще такое можно услышать от людей, к полиграфии отношение не имеющих, в то время как в самой отрасли настроение, похоже, медленно начинает меняться. Побывав за предыдущие полгода в трех десятках типографий по всей России (причем как офсетных, так и цифровых), мы можем уверенно говорить о том, что вектор меняется. Упаднического настроения, характерного для середины 2015 г., уже нет. Многие предприятия смирились с существующим порядком вещей и готовы работать дальше.

В конце 2016 г. мы решили обобщить рыночные данные и провести небольшой количественный анализ того, что на самом деле происходит в отрасли. Для чего использовали собственную методику, построенную на косвенных признаках. Прямые цифры роста или падения объемов заказов или денег, вращающихся в отрасли или «пропущенных» через типографии, получить сложно, к тому же для этого есть другие организации, которые делают это в меру своих возможностей, используя данные из официальных источников (например, из финансовой отчетности полиграфических предприятий). Нам они недоступны, поэтому мы применяем методики косвенной оценки. Используя их, мы можем более-менее достоверно оценивать динамику изменения объема заказов, тиражей продукции и изменение степени ее сложности. Далее, используя понятие «типовой полиграфический заказ», мы можем укрупненно оценить общий объем затрат на все заказы, а поскольку подобные подсчеты мы проводим регулярно, то в результате можно получить и динамику изменения ситуации на нашем полиграфическом рынке.

Что сейчас происходит в полиграфической отрасли? Объективных данных получить негде, ориентироваться на субъективное мнение пусть даже и большого числа собеседников не очень надежно. Необходимы какие-то методы, пусть грубой, но объективной оценки рыночной ситации. У нас есть своя косвенная методика. В статье приведены цифры по 2016 г.

■ **Количество заказов.** Наши расчеты базируются на информации об объемах потребленных офсетных пластин. Сразу следует отметить, что по результатам трех кварталов 2016 г. общее количество заказов сократилось на 10% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Но темп падения объема заказов при этом сократился почти в полтора раза. В аналогичном периоде 2015 г. падение по сравнению с 2014 г. было существенно больше. Более того, по опыту прошлого года можно говорить о том, что четвертый квартал несколько исправит ситуацию. Итогом 2015 г. было падение

около 13%, так что в этом году следует ожидать падения 7–8%. Это примерно соответствует тем прогнозам, которые мы делали в начале года. Всего с начала года российские типографии переработали чуть более 6 млн м^2 офсетных пластин разных типов. Это, в свою очередь, говорит о том, что всего было изготовлено 8,6 млн печатных форм типового формата для печатной машины 70x100 см. Если пересчитать в пластины для нашего типового заказа, то получится, что всего было изготовлено около 2,2 млн типовых заказов. Если прикинуть общие затраты с учетом средней цены приладки на машине листового формата, то получим, что в России «на приладках» типографии заработали около 250 млн долл., что примерно на 8% меньше, чем годом ранее. Изменившийся немного по сравнению с концом прошлого года курс доллара дал возможность несколько сократить падение в деньгах по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Кстати, сокращение количества офсетных заказов, возможно, связано с тем, что все больше мелких тиражей уходит в цифровую печать. Поэтому сократившееся количество заказов еще не означает, что с офсетной печатью все плохо, особенно с учетом следующей информации...

■ **Тиражи листовые.** Расчет тиражей мы строим на анализе объемов потребленной краски. И здесь впервые за последние годы мы имеем рост тиражности, причем весьма заметный – почти 20%! Именно настолько больше было потреблено листовой краски нашими типографиями. Это, без сомнения, большой успех отрасли. Достигнут он в основном за счет печати упаковки, поскольку именно типографии упаковочного сегмента наращивают объемы печати; впрочем, посещение рекламных типографий говорит о том, что и там есть положительная динамика. Объем потребления краски 2016 г. вырос настолько, что оказался даже лучше весьма успешных, как сейчас представляется, 2012 и 2013 гг. И тиражность продукции растет. Получается, что теперь типографии печатают меньше заказов, но сами тиражи заметно длиннее. Всего за три квартала текущего года типографии потребили около 4 тыс. т офсетной листовой краски. Если пересчитать это количество по типовому расходу краски на 1000 оттисков, то получится, что всего было изготовлено более 8 млрд листов-оттисков типового формата. А это, в свою очередь, обеспечит общие доходы типографий примерно на уровне 340 млн долл.

■ **Тиражи рулонные.** Рулонная печать также обозначила рост, хотя и не такой большой, как листовая. По нашим оценкам, за три квартала текущего года рост составил около 11%, что, в общем-то, тоже неплохо. По сообщениям газетных типографий, роста печати газет не отмечено, скорее, мы имеем незначительное падение. Более-менее стабильной является печать рулонной периодики. Прирост, судя по всему, обеспечила печать каталогов торговых сетей. Косвенно это подтверждается и календарным распределением. Незначительный рост показал первый квартал, затем было вполне заметное падение, зато прирост в третьем квартале оказался очень существенным и позволил выйти на внушительные цифры по итогам трех кварталов. Всего ру-

huber group

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

www.hubergroup.ru

Москва +7(495)789-8333
Санкт-Петербург +7(812)313-7448
Екатеринбург + 7(343)253-0608
Ростов-на Дону + 7(863)204-0196
Новосибирск +7(383)230-2798
Самара +7(906)345-4475
Тверь + 7(964)630-9981
Нижний Новгород +7(499)503-0304

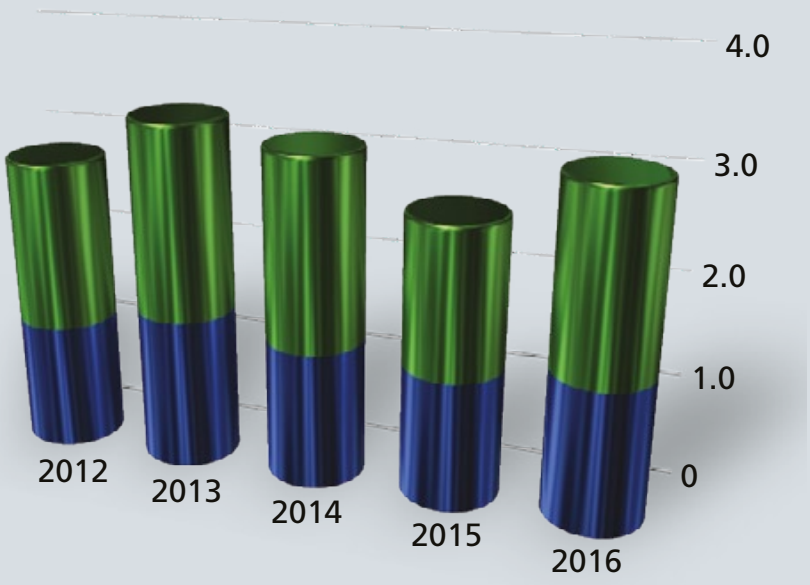


График «финансового объема» офсетной печати по годам в млрд долларов (по 2016 г. — прогноз). Синий столбец условно показывает объем средств, потраченных на запечатываемые материалы, зеленый — затраты предприятий на процесс производства. Как можно заметить, в 2016 г. отмечен заметный подъем оборота типографий, причем и за счет повышения затрат на запечатываемые материалы, и на сам процесс работы. И хотя показателей вполне успешного 2013 г. рынок пока не достиг, существенный рост относительно провального 2015 г. вселяет определенный оптимизм. Причем более детальный анализ рынка показывает, что рост обусловлен в основном увеличением тиражей продукции, а не числа заказов. И хотя может показаться, что полученный результат противоречит общим тенденциям сокращения тиражей, тем не менее, это похоже на правду. Небольшие тиражи в офсетную типографию заказчики носят все реже и реже, поскольку, во-первых, существует немало вполне успешных цифровых типографий, а во-вторых, и в офсетных типографиях зачастую работают цифровые машины, и они просто не печатают короткие тиражи на офсете. С учетом сказанного, ситуация на полиграфическом рынке России должна стать более позитивной. Рост же традиционной офсетной печати и удлиннение тиражей обусловлено, в первую очередь, увеличением объема печати упаковки и существенным увеличением объема печати каталогов торговых сетей, которые в текущем году существенно активизировали свою маркетинговую деятельность в борьбе за покупателя

лонные типографии России потребили более 7,5 тыс. т офсетной краски. Этот объем обеспечивает примерно 17 млрд типовых листов-оттисков. Общие доходы типографий от такого объема печати составят около 420 млн долл. (усредненный типовой прогон в рулонной печати дешевле, чем в листовой).

■ **Сложные заказы.** У нас есть методика оценки и изменяющейся сложности полиграфических заказов. Она оценивается по объему потребления материалов для отделки печатной продукции, в первую очередь лаков. И здесь есть для рынка хорошие новости. Потребление материалов для отделки полиграфической продукции увеличилось на 8%, а в денежном эквиваленте — на 13%. Это значит, что и сами объемы лаков увеличились, и лаки стали приобретать более дорогие. А это значит, что все больше и больше типографий выпускают продукцию с более высокой добавленной стоимостью. Это позволит нам в общей оценке финансовой ситуации несколько увеличить полученный финансовый результат (примерно на 4–5%).

■ **Потребление бумаги.** Чтобы подсчитать общий объем средств, зарабатываемых офсетной печатью в России, необходимо еще как-то оценить, сколько средств тратится на запечатываемые материалы. Они, конечно, очень разные: у упаковки или у газеты, но все равно нужно как-то усреднять. Примем, что в рулонной печати используется офсетка 60 г/м^2, хотя это может быть и дешевая газетная бумага, и импортная

«Типовой заказ» и его использование в «самопроверке»

Чтобы иметь возможность оценивать ситуацию на полиграфическом рынке, необходимо ввести понятие «типового закааз». Им мы пользуемся регулярно, но «типовой заказ» приходится корректировать в зависимости от задач анализа. Если нам нужно оценить весь рынок офсетной печати, приходится как-то учитывать и коммерческую продукцию, и упаковку, и периодику, и книги и т. д. Ввести единый критерий оценки практически невозможно, поэтому будем пользоваться отвлеченным понятием «типовой заказ», под которым будем понимать производство одного листа формат 62x94, запечатанного с двух сторон и тиражом 4 тыс. экз. Такую печать во многих случаях приходится выполнять для изготовления почти всей вышеперечисленной продукции, разве что для печати упаковки зачастую требуется односторонняя, но при этом в упаковке может быть использована печать в более чем четыре краски. А если в качестве запечатываемого материала взять бумагу плотностью 130 г/м^2, то мы таким образом учтем и тонкую бумагу для периодики, и картон для упаковки.

Чтобы как-то оценить объем денег, полученных типографией за такой заказ, примем, что из этого листа изготавливается рекламный 16-страничный буклет. Средняя цена по рынку за такой заказ около 60–70 тыс. руб. (~1000 долл.). Исходя из такого типового заказа, и будем считать оборот отрасли. Чтобы учесть более сложные заказы, например ту же упаковку, нужно брать максимальную цену за типовой заказ. Поэтому оценивать объем рынка будем из расчета 50 тыс. руб. за типовой заказ.

Эти прикидки нужны нам для того, чтобы проверить самих себя. Зная количество использованных пластин (сделанных форм), мы можем прикинуть, сколько типовых заказов отпечатали, и понять, сколько на этом удалось заработать. В статье сказано, что у нас 2,2 млн типовых заказов. Если посчитать, что каждый из них стоит 1000 долл., то проверочный подсчет дает общий результат за три квартала — 2,2 млрд долл., что довольно близко к полученному в статье результату. Так что общие цифры, судя по всему, похожи на правду.

«меловка». Но усреднение «по офсетке», наверное, даст более достоверную оценку. В листовой печати примем, что все печатается на меловке 150 г/м^2, это даст возможность усреднить и картон, и тонкие этикеточные бумаги. В итоге листовой бумаги — 8 млрд, рулонной — 17 млрд. Это дает обобщенные затраты примерно в 800 млн долл. на листовую бумагу и 500 млн долл. на рулонную. Оценка очень грубая, поскольку цена бумаги в течение года менялась, да и разбивка по типам продукции не проводилась. Более того, многие листовые типографии приобретают рулонную бумагу и сами разрезают ее в листы.

Общий результат. Если сложить все, что потрачено и заработано за три квартала текущего года в российском офсете, то получим оборот в 2,31 млрд долл. Если предположить, что год так и продолжится, то объем рынка составит около 2,9 млрд. долл., что на 100 млн больше, чем в относительно успешном 2014 г., и на 300 млн больше, чем в 2015 г. Прирост в 2016 г. частично объясняется не только успешностью работы отрасли, но и некоторым укреплением рубля по отношению к основным валютам. При этом важно понимать, что прирост в большей степени обязан росту цен на бумагу и другие материалы, собственно доходы типографии увеличились существенно меньше, но все же увеличились!

А где же деньги?

В статье получились приличные цифры прироста отрасли в валютном выражении. Но многие руководители типографий не согласятся, что у них в уходящем 2016 г. существенно прибавилось средств. Скорее скажут, что денег стало еще меньше. Получается либо мы неправильно считаем, либо что-то не учитываем, либо ошибка в методике. Попробуем разобраться...

Все предприятия России живут в рублевом экономическом пространстве, а считать отрасль нам приходится в валютном пространстве, чтобы хоть как-то уравновесить сильнейшие скачки курса валют конца 2014 г. — начала 2015 г. С одной стороны, это правильно, но с другой — мы еще больше запутываемся. Во-первых, в 2016 г. и 2015 г. средний курс валюты был разный. В 2015 г. среднегодовой курс доллара был 61 руб., а евро — 69 руб.. В 2016 г. эти показатели составляют (на момент написания статьи) 67 руб. и 73 руб. соотвественно. Доллар заметно окреп по отношению к евро. При этом ценообразование на расходные материалы и бумагу в нашей стране чаще строится на основе евро, а считаем мы по доллару. То есть перерасчет с рублей мы проводим в более активно растущую валюту, а значит, в реальности у типографий существенно больше средств «тратилось» на «курсовые разницы». Наша референсная валюта подорожала относительно евро и, как следствие, рубля (поскольку ценообразоание на материалы мы принимаем по евро) примерно на 4%. Если пересчитать, что представляет собой 4% от оборота отрасли, получим внушительную цифру — 120 млн. Эту сумму «съели» курсовые передряги и прерасчеты, которые мы не учли. То есть формально денег через отрасль прошло больше в пересчете на более сильную валюту, а на самом деле затраты типографий в итоге выросли больше, чем предполагалось.

TOYO INK
Visible Science for Life

ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

Сделано в Японии
Яркие цвета
Быстрое закрепление
Высокий глянец
Хорошие цены

VMG trade

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

«Экстра М»: экзамен на мастерство круглосуточно!

Евгения Муравьева,
генеральный директор,
типография «Экстра М»,
[Красногорск, МО]

Говорить о том, что на газетном рынке все замечательно, нельзя. Сразу целый ряд факторов активно влияют на газету: и существенно выросший курс валют, и последовавший за этим рост цена на бумагу и другие расходные материалы, и сокращение подписки на газеты, и уменьшение точек продаж прессы, и влияние того же интернета. Тиражи газет существенно сократились. В 2015 г. мы отмечали падение примерно на 12%; по результатам этого года, скорее всего, будет еще примерно столько же. Но все это не означает, что газетная отрасль «закрывается». Газеты выпускаются и печатаются — нам есть чем заниматься. Конечно, это требует постоянной работы над самосовершенствованием и умения подстраиваться под ситуацию

В второй половине этого года нам несколько раз удалось побывать в типографиях, одна из специализаций которых — печать газет. И ситуация в них, несмотря на досужие разговоры в отрасли, хоть и непростая, но не критическая.

Так, «Экстра М» остается самым крупным российским газетным предприятием, которому доверяют свои проекты десятки успешных издательств. Всегда почитая газету как ценный носитель информации, она поддерживает свое газетное производство на высочайшем уровне, используя только современные технологии и оборудование. Мы побывали в этой типографии и пообщались с ее новым генеральным директором Евгенией Муравьевой, которая имеет четкое представление о ситуации на этом рынке.

История

Когда в 2004 г. создавалось предприятие «Экстра М», перед ним ставилась вполне понятная, хотя и сложная задача — печать одноименной рекламной газеты, объемы которой порой доходили чуть не до сотни полос, огромными тиражами. В то время эта газета попадала во все почтовые ящики Москвы и области. Но так получилось, что вскоре после соз-

Журнальное подразделение «Экстра М» укомплектовано рулонными и листовыми машинами: Rotoman с газовой сушкой и Goss M600, листовой семикрасочной manroland 700

Печать газет и полукоммерческой продукции производится на машинах manroland без сушки: Geoman и Uniset

дания мощного производственного предприятия она закрылась.

В результате в 2006 г. началась интеграция ПК «Экстра М» с «Медиа-Пресса», своего рода преемником одной из старейших и крупнейших типографий страны – комбинатом «Правда». Единое руководство и система управления плюс возможность ротации кадров, а еще производственная кооперация дали тогда потрясающий эффект и позволили выйти на коммерческий рынок газетной печати.

В 2010 г. в связи с ликвидацией промзоны в центре Москвы пришлось остановить производство на улице Правды. Было принято решение о переносе наиболее современного оборудования на, как тогда выражались, красногорскую площадку. Это был чрезвычайно ответственный и сложный этап. Параллельно был организован перевод в ПК квалифицированного персонала. И все это без остановки выхода газет и журналов! Сверхзадачей было не ущемить и не потерять ни одного заказчика, с чем справились. По завершении этого этапа полиграфический комплекс «Экстра М» стал представлять собой одну из самых мощных российских типографий. На сегодняшний день она занимает крупную долю рынка газетной и журнальной печати в Центральном регионе. Типография после объединения с «Медиа-Пресса» получила возможность как расширить производство газет, так и освоить выпуск журнальной и рекламной продукции высокого качества. Так что сейчас мы предлагаем издателям полный спектр полиграфических услуг: практически любые объемы и оптимальные сроки.

С самого основания «Экстра М» здесь используются допечатные процессы и расходные материалы для формных процессов Agfa. Сейчас одновременно работают выводные устройства разных поколений, причем есть как «фиолетовая» технология для газет, так и термальная – для журналов

В типографии используется комплекс экспедиционного оборудования Ferag и послепечатное оборудование разных производителей для изготовления продукции с разными видами скрепления

Оборудование

Основой производственной линейки «Экстра М» является печатная техника фирмы manroland. У нас установлены две рулонные машины этого производителя. Надежная и эффективная Geoman позволяет выпускать газеты с объемами от 4 до 224 полос формата А3 или 112 полос формата А2 неограниченными тиражами. У машины пять выкладов, что дает возможность печатать одновременно 5 разных газет со скоростью до 70 000 экз. в час. А еще есть гибридный Uniset, который может производить полукоммерческую продукцию на разных видах бумаги, в том числе мелованных, легкомелованных, на бумагах без покрытия (офсетная, газетная), а также скреплять газеты на скобы и делать трехстороннюю обрезку в режиме on-line. Машина имеет два выклада с возможностью одновременно тиражировать два издания.

При таком наборе оборудования типография способна обеспечить стабильную и качественную печать в запланированные сроки, что очень актуально для газет. В газетных типографиях есть такое понятие, как «прайм-тайм», то есть время, в которое необходимо отпечатать основные газеты. Большинство из них должно попасть получателю утром, а сдавать их в печать издатели хотят как можно позже, чтобы успеть разместить самые свежие новости. Особенно напряженным бывает ночной «час пик», когда в ограниченный период времени в печать сдается 10–12 газет. Вывоз же тиражей по времени тоже весьма ограничен. Малейший сбой, и не успеешь отпечатать кого-то к двум, кого-то к трем часам ночи. Тогда в лучшем случае штраф, в худшем – газета может остаться в типографии. Разумеется, со всеми печальными последствиями для читателя, издателя и полиграфиста. В общем, каждую ночь наши рабочие и специалисты сдают своего рода экзамен на мастерство и организованность.

Помимо газетного производства, на нашем предприятии налажен полный цикл выпуска журнальной и рекламно-каталожной продукции. Это позволяет печатать периодические издания и вкладки в них на одной производственной площадке. Таким образом, сокращается время выхода издания с вложением. Печать цветных журналов практически любых объемов и тиражей осуществляется на двух взаимозаменяемых рулонных печатных машинах с газовой сушкой – Rotoman и Goss M600. Печать обложек к журналам – на семи-

В типографии «Экстра М» печатают много коммерческой продукции самыми разными тиражами, а также каталоги торговых сетей большими тиражами и тематические журналы небольшими и средними тиражами

«Экстра М» печатает и популярные массовые журналы большими тиражами

красочной с двумя лакировальными модулями листовой печатной машине Roland 700.

Разумеется, на таком мощном предприятии должен быть очень серьезный допечатный цех. Мы используем комплекс допечатного оборудования бельгийской компании Agfa. Многофункциональное программное обеспечение и скоростные линии по изготовлению печатных форм дают надежный старт всем производственным процессам как в режиме обычной загрузки, так и в условиях «прайм-тайм», когда дорога буквально каждая минута. Наше многолетнее сотрудничество с этой компанией уже давно переросло в содружество — мы понимаем друг друга буквально с полуслова. Порой не мы, а Agfa предлагает свежие технические и технологические решения, реализация которых приносит нам ощутимый эффект. У нас и допечатное оборудование, и сами пластины для изготовления печатных форм от Agfa, что дает возможность извлекать максимум из производительности и не идти на компромиссы.

Что касается послепечатного оборудования, то у нас установлен специально разработанный экспедиционный комплекс компании Ferag, комплекс вкладочно-швейно-резальных агрегатов разных производителей, линия для клеевого бесшвейного скрепления и многое другое. Подобный комплекс оказался весьма гибким и позволяет перераспределять производственные мощности.

Наши заказчики — целый ряд центральных и региональных газет, известные издательские дома. Наши партнерские отношения основаны на взаимном уважении и понимании. Как мы требуем от наших партнеров дисциплинированности и корректности при подготовке материалов, так и они вправе рассчитывать на то, что заказы всегда выполняются в срок и с достойным качеством. Между тем стремление, а порой необходимость публиковать самые актуальные, в том числе официальные, материалы вынуждает порой редакции серьез-

Типография «Экстра М» печатает большое количество многотиражных российских газет

но нарушать утвержденные сроки сдачи файлов полос в производство. Многолетняя практика совместной работы показала нашу надежность и в таких ситуациях. Типография всегда находит резервы мощностей для того, чтобы тираж был отпечатан и отправлен по экспедиционным маршрутам строго в установленные сроки.

Диверсификация

У нас в коллективе все прекрасно понимают, что газетная, журнальная и другая печатная продукция продолжает оставаться неотъемлемой составной частью непрерывного информационного потока, которым пользуются десятки миллионов потребителей. И получатель вправе оценивать не только качество полиграфического исполнения, но и точность и своевременность получения экземпляра своего издания. Этому мы уделяем очень большое внимание. Впрочем, наши заказчики нам другого и не позволят.

Конечно, тиражи газет падают, и это неизбежно. Но наличие универсального производства позволяет «Экстра М» диверсифицировать бизнес. В последнее время очень активизировалась розничная торговля, как следствие, увеличилась потребность торговых компаний в каталогах. Каталог товаров для ритейл-компаний – сейчас вполне устойчивый источник заказов. Каталогов рынку необходимо много, и тиражи у них очень существенные. Так что с уходом одних видов продукции их заменяют другие.

Думаю, полного исчезновения целых видов печатной продукции ждать не следует. Да и газеты будут выходить еще достаточно долго. Их издатели, в свою очередь, ищут пути оптимизации и дальнейшего развития, и обсуждаемый многими уход газет в интернет не является универсальным решением. Кстати, заработок в бумажной газете не только возможен – он и более понятен, чем в интернет-версии. Это значит, газеты будут издаваться и дальше. А для типографий иметь дополнительные объемы печати в виде рекламной продукции – хороший способ дополнительного дохода. Соглашусь, далеко не всем типографиям он подходит. Но правильно организованная структура полиграфического производства многим позволит еще долго и успешно зарабатывать на разных видах продукции.

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

23 ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

ДИЗАЙН, БРЕНДИНГ, КРЕАТИВ
ПРОДВИЖЕНИЕ НА МЕСТАХ ПРОДАЖ
DIGITAL SIGNAGE
СУВЕНИРНАЯ ПРОМОПРОДУКЦИЯ
РЕКЛАМНАЯ ПОЛИГРАФИЯ
МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

11 – 14 АПРЕЛЯ 2017
МОСКВА, ЦДХ
WWW.DESIGN-REKLAMA.RU

+12

реклама

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

Успех «по учебнику», или От скорости оборудования зависит и «скорость доходов»

Руслан Галифанов,
директор, «МДМпринт»,
[Москва]

Три с половиной года назад мы публиковали материал про небольшую цифровую типографию «МДМпринт», офис которой располагался в здании Московского дворца молодежи (отсюда и название). Тогда это относительно небольшое предприятие специализировалось на традиционной для цифровой полиграфии продукции: визитки, буклеты, листовки, проспекты и т.д. И вот, спустя время, мы вновь оказались в этой типографии и смогли оценить масштабы ее развития. Как и в первый раз, нашим собеседником стал ее директор Руслан Галифанов, который рассказал нам о произошедших изменениях.

У нас многое изменилось. Могу уверенно сказать, что мы существенно выросли. Причем и в объемах производства, и в линейке предлагаемых услуг. У нас появилась новая, более просторная производственная площадка и новый офис, хотя старая площадка в МДМ сохранилась. Раньше мы в основном занимались типичной цифровой полиграфией и печатали чертежи. Сейчас у нас много других направлений работы. Прежде всего, широкоформатная печать в самых разных ее видах. Мы расширили подразделение инженерной печати: спрос на такую услугу в Москве достаточно высок, поскольку все время увеличиваются объемы строительства, много инвестиций в промышленность, и всем нужны комплекты чертежей, причем всегда «очень срочно». Раньше многие считали, что достаточно у себя установить широкоформатный принтер, и можно успешно печатать чертежи в любом объеме. На практике оказывается, что на тиражирование никогда не хватает времени (струйные плоттеры довольно медленные), к тому же нужны и дополнительные виды оборудования, например фолдеры. Да и специальный сотрудник нужен... Даже крупные и серьезные компании поняли, что выгоднее заказывать чертежи в специальных компаниях, где сделают быстро и качественно.

Но инженерной широкоформатной печатью мы не ограничились. У нас работает множество широкоформатных принтеров разных производителей, использующих разные технологии печати. У нас теперь большой объем заказов на самую разную широкоформатную печать. Печатаем материалы и для выставок, и для внутреннего и внешнего оформления. Мы сознательно шли в этот сегмент рынка, поскольку ощущали потребность в этом виде продукции. Сначала купили струйное устройство, печатающее на бу-

Развитие широкоформатной печати в «МДМпринт» связывают с новым экосольвентным принтером OKI ColorPainter M-64s

Типография не так давно приобрела новую флагманскую цифровую печатную машину Ricoh 9100

В «МДМпринт» появилось множество различных послепечатных и отделочных единиц оборудования для изготовления самых разных видов продукции

Типография использует и младшие модели принтеров OKI, в том числе и с белым тонером (слева)

С OKI ColorPainter нам очень повезло. У него очень хороший цветовой охват, поскольку он использует, помимо традиционных цветов CMYK, еще и дополнительные цвета (Light Cyan, Light Magenta, а также Gray), к тому же у него высокая скорость печати, что для нас очень важно. У нас приличный объем заказов, и скорость печати – это «скорость доходов». Чтобы выполнить все заказы на медленных устройствах, приходится использовать их большое количество, а это и затраты на сами принтеры, и площади для их размещения, и многое другое. Еще одно преимущество OKI ColorPainter – капли переменных размеров, что позволяет одновременно качественно и быстро печатать сплошные плашки (большими каплями) и самые тонкие нюансы сюжета (малыми каплями). А так как он экосольвентный, можно использовать самые разные невпитывающие материалы.

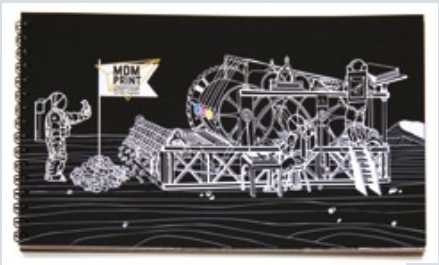
Кроме того, мы не так давно приобрели себе цифровую машину Ricoh 9100, что позволило нам существенно расширить наши возможности. Она позволяет печатать на большом количестве самых разных бумаг и картонов. Теперь для производства квартальных календарей мы используем плотный картон, что очень нравится нашим заказчикам, поскольку шапка такого календаря в течение всего года ровная и не деформируется, как бывает при использовании обычной мелованной бумаги. Помимо календарей, мы теперь можем изготавливать цифровую упаковку, спрос на которую растет очень быстро. Для этого мы приобрели вырубной тигельный пресс, что позволяет получать упаковку средними тиражами, а в случае штучных тиражей вырезаем на режущем плоттере.

мажных материалах и холсте. Затем задумались о печати на более сложных материалах, в первую очередь полимерных. В результате у нас появилось два широкоформатных плоттера для производства наружной рекламы, один из них экосольвентный, другой – латексный. Мы приобрели латексный принтер Ricoh (он нагревает материал существенно меньше) и экосольвентный принтер OKI ColorPainter M-64s.

Появилось у нас и подразделение по декорированию текстильной продукции. И в этом направле-

На новом широкоформатном принтере OKI ColorPainter M-64s в типографии успешно печатают продукцию для оформления интерьеров, в частности и для интерьера своего офиса

Благодаря вновь приобретенному оборудованию типография успешно освоила производство упаковки «цифрой»



нии типографии хорошо помогает цветной принтер OKI Pro 9420WT, который использует термотрансферный материал. Термотрансфер — довольно распространенная технология, но OKI очень удобен тем, что позволяет накладывать на термотрансферный материал, помимо основных цветов, еще и белила, и после этого изображение можно переносить на самые разные текстильные изделия произвольного цвета. До этого мы использовали специальный струйный принтер с белилами, но новый подход намного более быстрый и качественный.

Появилась у нас и трафаретная печать для сложной отделки оттисков, и технология изготовления книг в твердом переплете, и много брошюровочного оборудования для самых разных видов продукции. Есть у нас и собственный web-to-print портал, где размещено множество типовых видов печатной продукции, которые можно заказать в полностью автоматическом режиме. Есть и собственное дизайн-бюро, которое может разработать для заказчика любой дизайн продукции, если это небходимо.

Нашими главными аргументами в работе является стабильность, надежность и качество. Многие говорят, что заказчиков интересуют только низкие цены, и больше их ничем не заманишь. Но наши услуги не дешевые. Мы привлекаем клиента другим. На рынке немало клиентов, кто ценит и качество услуг, и качество продукции. А мы это гарантируем. И все время растем: постоянно инвестируем в свое развитие, придумываем новые направления и новые виды продукции. Мы не используем дешевых расходных материалов, только оригинальные. С ними и оборудование работает лучше, и качество выше, и не уходит время на «адаптацию» альтернативных расходных материалов и на борьбу с последствиями. То же самое и с запечатываемыми материалами. К тому же мы не используем дешевые полимерные материалы неизвестного происхождения или китайский картон, только продукцию серьезных компаний. Печальный опыт с китайским картоном у нас был — в итоге вся печатная машина была покрыта осыпающейся меловальной пастой, отмывали мы ее долго. Теперь не экспериментируем.

Собственный дизайн-центр «МДМпринт» позволяет создавать и изготавливать весьма оригинальные изделия

Думаю, успех любой компании — в стабильности работы, высоком качестве продукции и сервиса, креативности, постоянном развитии и удачном выборе средств производства. Ничего сложного, все «по учебнику».

NEW NOVACUT 106 ER

EXPERTFOLD

УПАКОВКА, ПЕРЕД КОТОРОЙ ТРУДНО УСТОЯТЬ

www.bobst.com

BOBST

«Европапир»: дизайнерский эксклюзив

Елена Родионова,
менеджер по развитию бизнеса,
«Европапир»
[Москва]

Компания «Европапир» — один из ведущих поставщиков бумажной продукции в Центральной и Восточной Европе и СНГ. На российском рынке она работает с 2003 г. В сотрудничестве с ведущими мировыми поставщиками она сформировала ассортимент продукции, который удовлетворит любой запрос. О ее линейке дизайнерских бумаг нам рассказала Елена Родионова, менеджер по развитию бизнеса.

Мы очень долго выбирали и формировали свой ассортимент дизайнерских бумаг. Один из главных критериев при выборе поставщика — наш эксклюзив. В итоге выбрали 11 производителей, у каждого несколько коллекций. К тому же у нас есть собственные бренды: Color Style и Top Style. Color Style производится в большом формате, а Top Style — специальная коллекция для цифровых типографий.

На эксклюзивной основе мы представляем в России и американского производителя Mohawk. На сегодня есть две коллекции в большом формате: Via и Loop и две коллекции в цифровом формате: Studio Collection и I-Tone Antique Vellum.

Вся продукция от Mohawk FSC-сертифицирована. Большая часть состоит из частично переработанного или на 100% переработанного сырья. У Mohawk есть запатентованная технология Inxwell. Она была специально разработана для офсетных типографий. Суть ее в том, что во время производства бумаги добавляется специальная химия, которая позволяет офсетной типографии экономить до 20% чернил. Подробности — на сайте компании. Изображение получается очень ярким, при этом чернил много не тратится. Цифровые линейки от Mohawk ориентированы в большей степени на Indigo, поэтому поставляются в формате 320x460 либо в американском формате 330x483. Все цифровые коллекции праймированы и сертифицированы HP. У нас на сегодня представлены две коллекции: новинка 2016 г. Studio Collection — для американского рынка и I-Tone Antique Vellum — для Европы. Эти бумаги сертифицированы не только HP и идеально подходят для печати на Indigo, но и другими производителями техники: Xerox, Konica Minolta и т.д.

Еще один наш эксклюзив — бумаги китайского производителя TPG. На сегодняшний момент у нас есть две коллекции: металлизированная бумага Galaxy Metallic и переплетные материалы Fancy. После нового года добавится еще одна коллекция от TPG — Rubber like, это прорезиненная бумага, очень похожая на touch cover. Она будет доступна уже в начале февраля. Бумагу тестировали на Konica Minolta, на Xerox, на офсете, делали выборочное лакирование, тиснение фольгой (и холодное, и горячее) и результат получился потрясающим.

Есть в нашем ассортименте и европейские производители: Favini, две коллекции от Gmund, Munken (это бумага повышенной пухлости, больше предназначенная для книжников), активно развиваемся с немецким производителем фотобумаги Felix Schoeller, большое внимание уделяем и синтетическим материалам пока от двух производителей: немецкого Lahnpaper и японского Yupo.

Теперь о каждой коллекции подробнее.

Color Style — коллекция, созданная специально для «Европапир» европейским производителем. Это элегантная и неповторимая дизайнерская бумага, которую можно купить только в «Европапир». Она бывает гладкой и тисненой под кожу. Обе коллекции только в одной плотности 300 г/м^2. В гладкой коллекции 13 разнообразных цветов. По опыту продаж лучше всего продается черный, императорский голубой и фуксия. Все цвета есть в наличии в нашем магазине. Продажа от 1 листа, такая же возможность купить бумагу от 1 листа есть на нашем основном складе в Лобне. Но резка под нужный клиенту формат есть только в магазине «Формула бумаги» в Филях.

Бумага, тисненая под кожу, в пяти цветах. Возможно заказать цвет на заводе специально под клиента. Доставка занимает в основном 3–4 недели.

В коллекции Mohawk Via самая популярная бумага с тиснением под лен, она прекрасно подходит не только для офсета, но и для цифровой печати. Вторая по популярности — бумага с тиснением верже. На сегодня мы остановились на двух цветах: белый и слоновая кость. В последнее время очень популярна бумага с тиснением фетр. Есть еще в коллекции Via бумаги с визуальным эффектом вкрапления элементов: flax и jute.

Коллекция Loop от Mohawk появилась в нашем российском ассортименте только в этом году. Она была и остается очень популярной в Америке. На эту коллекцию мы возлагаем большие надежды — бумага необычных цветов и имеет приятные тактильные ощущения. Эти бумаги несколько лет назад мы возили в Россию в небольшом, цифровом формате, но теперь они еще доступны для офсетных типографий. Используются для изготовления большого количества прекрасных дизайнерских вещей: от визитки или открытки до приглашения на свадьбу, пакета, календаря и многого другого.

От поставщика из Китая TPG у нас Galaxy Metallic — волшебная коллекция металлизированных бумаг, которую мы возим в Россию уже много лет.

Есть еще две необычные бумаги от Favini: Softy и Twist. Это чистоцеллюлозная бумага с односторонним покрытием, напоминающим флисовую ткань, в двух цветах: белый и черный. Приятна на ощупь, очень прочная, легко поддается резке и фальцовке и обладает отличными печатными свойствами, в том числе для

полноцветной офсетной печати. Softy идеально подходит для производства экстравагантной упаковки и других применений, требующих новизны и креативного подхода. Необычное «тканевое» покрытие бумаги позволяет добиваться особых эффектов, например, во внешней отделке подарочных коробок и сумок-пакетов, при изготовлении открыток, конвертов и этикеток. Также достойное применение этому оригинальному материалу можно найти в издательском деле.

Одной из моих любимых бумаг является бумага Munken производства концерна Arctic Paper (Швеция). Она повышенной пухлости. Используется для печати книг, журналов, блокнотов, каталогов и того, что называется рекламой светлого на светлом. Любое изделие, напечатанное на Munken, приятно держать в руках, эти изделия можно отнести к категории «скромно, но со вкусом».

Совсем новая бумага Pur Coton изготовлена из 100% хлопка. Эта бумага премиум-класса используется для производства дорогой упаковки для парфюмерии, но в последнее время стала наиболее популярна в цифровом сегменте, например для печати визиток.

От немецкого производителя Gmund у нас две коллекции, которые другой оптовик в Россию не возит. Die Natuerlichen – бумага премиум-класса, изготовленная по самым высоким стандартам качества. Неравномерные вкрапления травяных волокон и грубоватое тиснение придают ей ощущение ручной выделки. Valentinoise – высококачественная дизайнерская бумага с ярко выраженным тиснением под лен. При ее изготовлении применяется парафинирование, благодаря чему тиснение выглядит более эффектно. Кроме этого, оно придает повышенную устойчивость к влажной среде. Представлена в двух цветах: белый и молочный.

В цифровом формате мы отдельно выделяем фотобумаги от немецкого производителя Felix Schoeller. Благодаря сотрудничеству с компанией Konica Minolta мы приобрели много клиентов на эксклюзив. Первая серия E-Photo Lustre для цифровой печати. Она покрыта полиэтиленом и максимально приближена к привычной классической фотобумаге. Полиэтилен дает дополнительную защиту – на ней не остаются отпечатки пальцев. Ее небликующая поверхность устойчива к влажности, стиранию и грязи. В линейке есть и E-Photo Metallic – премиум-бумага, содержит в своем составе серебро, которое дает металлизированный блеск. Ее мы рекомендуем для печати каталогов ювелирных изделий или дорогих автомобилей. Это не массовый продукт. Третья бумага в этой линейке – E-Photo Matt – очень похожа на пластик, но при этом дешевле. Многие клиенты ее и покупают как заменитель пластика, например, для печати меню, подставок под стаканы, визитных карточек.

У этого производителя есть еще необычные бумаги, они не покрыты полиэтиленом, но все сертифицированы производителями цифровых машин. Это E-Feel Pyramid (бумага очень похожа на старые фотографии с тиснением пирамида) и вторая – E-Feel Canvas с тиснением холст. Последняя стала очень популярна для визиток и открыток.

Еще одно наше направление – синтетические бумаги. Сейчас в есть ассортименте синтетическая бумага от немецкого производителя Lahnpaper (синтетика с целлюлозой) в трех коллекциях: Pretex (в основе больше целлюлозы), Neobond (прорезиненная бумага, больше синтетики) и Cuturon (нетканый материал, из которого шьют сумки, пакеты). И 100%-синтетическая бумага от японского концерна Yupo. Она поставляется отдельно для каждого направления в полиграфии. Для офсетной печати предназначена Yupo Feb (производство бирок, карт, конвертов, плакатов, бирок для больниц, календарей и т.д.). Yupo Static (из двух листов синтетической бумаги, электростатически заряженной). Печать на ней возможна на обеих сторонах. Идеально подходит для кратковременного использования – она будет приклеиваться практически к любой плоской поверхности без клея и не оставит следов (прилипает к поверхности микроприсосками, как осьминог). В ней нет клея, а следовательно, нет ощущения липкости на поверхности. Если она стала плохо приклеиваться, то надо просто протереть влажной тряпкой приклеиваемую сторону и снова приклеить.

Есть отдельная линейка синтетических бумаг от Yupo для машин HP Indigo: Yupo Blue и Yupo Tako.

И наконец, наш собственный бренд в небольшом формате – Top Style. Эта коллекция дизайнерских бумаг выпускается сразу несколькими производителями и специально создана для цифровых типографий и обычных офисных принтеров. В ней в основном бумаги классических и очень популярных тиснений и выполнены они в двух цветах: белый и натуральный (слоновая кость).

Надо сказать, что каждая продаваемая нами бумага сопровождается подробными рекомендациями по использованию от производителя. Также мы выпустили каталог, в котором подробно написано, какие виды бумаг на что сертифицированы, что подходит, что нет, что требует дополнительного тестирования.

Кстати, раньше нашими основными покупателями были цифровые и офсетные типографии. Сейчас, благодаря открытию магазина, мы приобрели новых клиентов: дизайнерские бюро, студии, свободные дизайнеры. Так, по сравнению с прошлым годом мы выросли на 100%.

А недавно у нас прошел конкурс, в котором мог поучаствовать любой желающий. Можно было купить даже один лист бумаги, из которого потом что-нибудь изготовить. Автор лучшей работы получил в подарок iPhone. Работы, представленные на конкурс, можно увидеть в нашем магазине.

Гибкость производства с технологией H-UV

Александр Ластовка,
главный инженер,
«Первая Образцовая Типография»,
[Минск, Беларусь]

Это белорусское полиграфическое предприятие ставит своей главной задачей выпуск печатной продукции самого высокого качества. Не зря оно называется «Первая Образцовая Типография». Опытный и квалифицированный персонал, высокий уровень организации работы, самое современное оборудование гарантируют изготовление высококачественной продукции для самых требовательных заказчиков из сегментов этикетки и упаковки. А недавнее приобретение современной производительной печатной машины, оснащенной технологией Komori H-UV, еще больше расширило возможности типографии в плане гибкости производства и качества печати.

По приглашению ее поставщика — компании «ЯМ Интернешнл» — мы побывали в Минске и пообщались с главным инженером Александром Ластовкой, который рассказал нам историю развития типографии.

Минская «Первая Образцовая Типография» была создана давно и за годы своего существования освоила ряд направлений работы, которые наиболее востребованы в стране. Так сложилось, что на территории Беларуси не так много полиграфических предприятий, способных выпускать продукцию на уровне мировых стандартов, особенно если речь идет об этикетке и упаковке. Именно поэтому, помимо рекламной полиграфии, мы сосредоточились еще и на выпуске этой продукции.

Когда мы начинали свою работу семь лет назад, в республике был хороший спрос на бумажную этикетку, поэтому в то время было решено сосредоточиться на этом направлении и организовать производство этикетки. Приобрели печатную машину Heidelberg Speedmaster XL75 с шестью красочными и одной лакировальной секциями, пресс для тиснения фольгой и высечки, оборудование для вырубки этикеток из стопы у нас уже было. Это позволяло нам выпускать высококачественную этикетку.

Постепенно рынок «сухой» этикетки начал сокращаться. Многие предприятия, выпускающие напитки, стали переходить на этикетку самоклеящуюся, поскольку этого требовали современные разливочные линии. А такую этикетку произво-

Для печати с H-UV-сушкой используются специально разработанные краски Toyo, для печати в обычном «масляном» режиме — краски Van Son

Основной производственной единицей минской «Первой Образцовой Типографии» стала шестикрасочная печатная машина Komori Lithrone G40 в исполнении H-UV

Для послепечатной обработки оттисков используется комплекс оборудования Bobst

дить на листовых машинах нельзя, их изготавливают на узкорулонных флексографских. Тогда мы приняли решение о необходимости перепрофилироваться, и примерно три года назад было принято решение, что новым направлением развития станет картонная упаковка. Спрос на нее в республике есть, приличные объемы продукции печатаются за границей: в Литве, Польше, Украине. Мы купили еще одну печатную машину, в большей степени ориентированную на печать по картону, и комплекс оборудования для послепечатной обработки. К тому моменту мы уже довольно тесно общались с белорусским представительством «ЯМ Интернешнл». Эта компания очень активно работает в нашей стране и всячески помогает нам в развитии, а также является нашим поставщиком расходных материалов. Нам была предложена машина Komori. На начальном этапе мы выбрали полуформатную машину Lithrone S29, но специалисты

СЕЗОН ОТКРЫТ

Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

– издания в твердом переплете
(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).
А также любую другую полиграфическую продукцию.

– сувенирную продукцию и подарочные наборы
(в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).

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

100 оттенков итальянской искусственной кожи

1000 оттенков итальянского переплетного шелка

на нашем складе в Москве

www.alfa-design.ru альфа дизайн (495)221-74-94

Для изготовления печатных форм в типографии используется термальное выводное устройство компании Fujifilm. Формы делаются с экологичных малохимических пластин серии Superia

«ЯМ Интернешнл» убедили, что с упаковкой эффективнее работать в полном формате. И после посещения drupa 2012, где мы увидели в работе машины Komori Lithrone с технологией H-UV, поняли, что это то, что нам нужно.

Технология H-UV позволяет быть очень гибким в плане производства. Машина с одинаковой эффективностью может работать на обычном картоне или бумаге с использованием обычных масляных красок, а после достаточно простой переналадки печатает сложные заказы на металлизированном картоне или бумаге с кроющими белилами или УФ-лаком. К тому же оттиски получаются полностью сухими.

Позже мы посетили завод компании Komori, где внимательно ознакомились с возможностями машины, и тогда было принято решение о приобретении шестикрасочной Komori Lithrone G40 с лакировальной секцией, оснащенной всем необходимым для печати по технологии H-UV. Мы довольно долго выбирали оборудование, но в процессе изучения рынка и посещения ряда зарубежных типографий поняли, что нам нужна гибридная технология печати с возможностью использования высокореактивных красок, которая, по нашему мнению, более перспективна, чем «классическая» УФ-печать. И хотя подобные технологии есть у всех производителей печатной техники, считаем, что наиболее проработана она у Komori. Так что очень удачно совпало, что в «ЯМ Интернешнл» предложили нам именно то, что мы хотели.

В дополнение к печатной машине у нас был установлен допечатный комплекс для изготовления печатных форм. Термальное выводное устройство компании Fujifilm, объединенное с проявочным процессом ZAC, обеспечивает стабильное качество форм и позволяет использовать минимум проявляющей химии. Разумеется, мы используем малохимические пластины Fujifilm Superia.

В типографии есть и другое оборудование для изготовления этикеточной и рекламной продукции, в том числе цифровым способом

Но процесс переоснащения не ограничился установкой только печатной техники. Помимо печатной машины, нам необходимо было еще и оборудование для превращения отпечатанных листов в готовую упаковку. Изучив рынок, мы решили, что наилучшим образом нам подойдет оборудование компании Bobst. Видели это оборудование во многих европейских типографиях и понимали, что это — лучшее для изготовления упаковки. Поэтому у нас появился вырубной пресс Visioncut, пресс для тиснения фольгой Visionfoil и фальцевально-склеивающая линия Visionfold. Получился полный производственный комплекс для изготовления упаковки самого высокого класса.

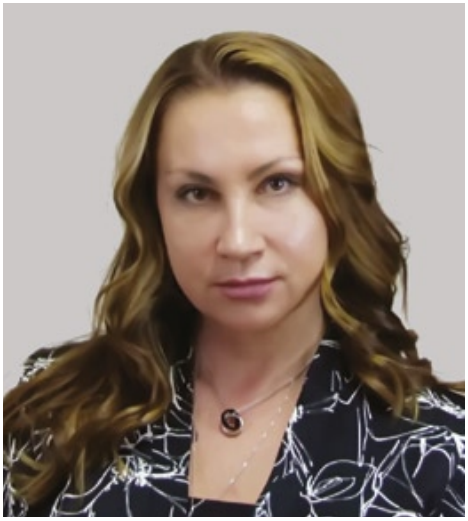
Но в данный момент (на начало ноября 2016 г.) предприятие еще на заработало на полную мощность. Сейчас мы переезжаем на новую площадку, где смонтировано пока лишь новое оборудование. Под новое производство нам выделили здание, которое, правда, требовало очень серьезной реконструкции и перестройки. По разным причинам строительная компания не уложилась в сроки, и мы монтировали оборудование в еще не до конца готовом здании. Сейчас мы уже выполняем коммерческие тира-

Этикетка и упаковка — текущая специализация минской «Первой Образцовой Типографии»

жи, но не в полную силу. Зато это дает возможность отладить технологию H-UV, у которой есть свои особенности. А возможности у нее очень широкие, хочу отметить! Сейчас мы печатаем тесты на разных материалах, с различными видами отделки и сочетаниями красок и лаков и т.д. Все это позволяет получить полное представление о возможностях новой технологии, чтобы затем уже предлагать их нашим заказчикам, а не «учиться на клиенте», как это зачастую бывает у полиграфистов.

Сто процентов наших заказов для Беларуси, выход на внешние рынки пока не предполагается, хотя возможности нового парка оборудования это позволят сделать в будущем. Еще полгода назад более 90% нашей загрузки составляла этикеточная продукция, а сейчас на долю этикетки приходится около 30%, еще 60% составляет упаковка, а оставшиеся 10% — рекламная продукция. Но по мере дальнейшего сокращения «сухой» этикетки доля упаковки в общем объеме наших заказов будет только расти.

PixelPro: нет ничего невозможного!



Виктория Власова,
исполнительный директор,
компания PixelPro,
[Домодедово, МО]

Считается, что в сложных экономических условиях все начинают экономить на рекламе, и это существенно сказывается на загрузке соответствующих полиграфических предприятий. На самом деле, в таких условиях конкуренция на всех рынках ожесточается, и один из способов конкурентной борьбы — как раз усиление маркетинговой активности, которая достигает своего пика в местах продаж товаров. Практика показывает, что те производители, которые реализуют свою продукцию через крупные торговые сети, инвестиции в рекламную продукцию только увеличивают. Нам довелось побывать в компании PixelPro, которая является частью большого производственного холдинга, занимающегося выпуском самой разной рекламной и POS-продукции, о которой нам рассказала ее исполнительный директор Виктория Власова.

Собственно компания PixelPro создана относительно недавно, в конце 2013 г., хотя наше производство рекламной продукции уходит корнями в начало 90-х гг. Сначала это было заказное производство, но постепенно появлялись собственные производственные единицы. Сейчас произошло объединение трех отдельных производств с целью оптимизации производственных и административных ресурсов, а также затрат. Располагается наша компания в подмосковном Домодедово, где под все виды деятельности холдинга построено большое производственное здание.

Команда специалистов PixelPro может разработать и воплотить в жизнь рекламные идеи клиентов из самых разных отраслей: сетевые магазины и рестораны, бизнес-центры и гостиницы, театры и кинотеатры, торговые центры и автомобильные салоны, выставочные компании и любые другие направления, заинтересованные в серьезном рекламном оборудовании, оформлении интерьера или иных производственных процессах.

Технологии продаж постоянно усложняются и развиваются. Производители товаров многое делают для того, чтобы вынудить покупателя приобрести их товар. Причем в настоящее время идет борьба за так называемые «лишние покупки». То, что покупателю необходимо, он и

В типографии работает несколько печатных машин немецкого производства. Флагман — шестикрасочный manroland 700 в УФ-исполнении для качественной печати на самых разных материалах

Формы для всех печатных машин делаются на выводном устройстве Avalon от Agfa

Для многолистного каширования и сборки сложных клеевых конструкций используются поточные линии компании Lamina

так купит, но у всех производителей и торговых компаний задача сделать так, чтобы он купил еще что-то. Поэтому в любом салоне и торговой точке будет множество всяких решений, вынуждающих клиента обратить внимание на какой-то товар или услугу. Сейчас уже недостаточно просто положить товар на полку магазина. Его нужно выложить красиво, сопроводив какими-то визуальными решениями, привлекающими внимание, чуть ли не «вложить в руку». Под эти задачи мировой рекламный рынок разработал и продолжает разрабатывать самые разные решения, конструкции, приспособления, технологии и т.д. И многое из этого разрабатываем и производим мы.

Производство PixelPro включает несколько направлений. У нас серьезная типография с четырьмя офсетными машинами. Мощное послепечатное производство, причем есть возможность выпуска как упаковочной продукции, так и традиционная «послепечатка» для рекламной полиграфии. Работает большой участок цифровой широкоформатной печати, позволяющий использовать самые разные плоские материалы толщиной до 40 мм: бумагу и баннерную ткань, все виды картона и гофрокартона, в том числе сотовый картон, большинство видов пластика, ДСП, МДФ, фанеру, металл и многие другие.

В составе холдинга есть рекламное агентство (с него, кстати, и начинался бизнес в 90-е), которое работает со многими ведущими мировыми торговыми марками и разрабатывает для них различные рекламные кампании. Но многие мировые бренды приходят со своими рекламными решениями, которые мы должны воплотить в жизнь. Для этого у нас

LAMSTORE | ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ
Любые размеры, любая ширина, любая намотка, втулка 3 и 1 дюйм

20 микрон – глянцевая: 0,092 ; матовая: 0,099 $ за м²
35 микрон – софттач: 0,06 $ за
75 микрон – глянцевая: 0,50 $ за м²
75 микрон – матовая: 0,95 $ за м²
125микрон – глянцевая: 0,55 $ за м²

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 метра под заказ,срок исполнения в течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, недожидаясь оплаты.
На большие и постоянные объемы - скидки!

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ
0,9954 $ за метр, пачки по 35 метров

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ
от 324,5 руб. цена за 1кг.

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)
от 0,15 руб. в наличии 4 и 5 мм

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ
серебро - 0,15 $ за м²
Доступны любые форматы от 0 до 1,88 метра под заказ, срок исполнения в течение дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ
510x400; 525x459; 650x550;
890x608; 745x605; 1030x770
0,15 мм - 3,4 $; 0,30 мм - 4,4 $ цена указана за кв. м
Оптовым покупателям - скидки.

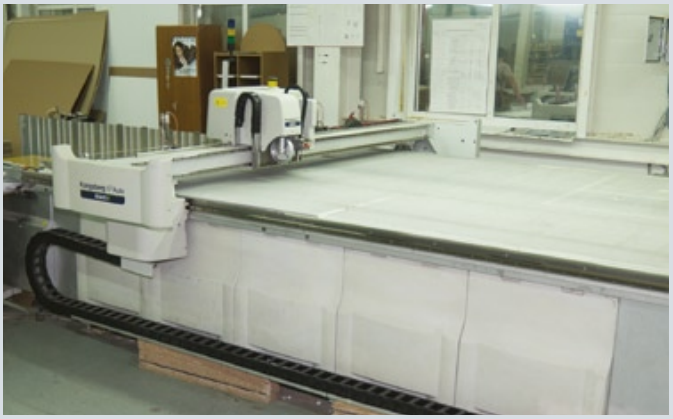
ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА
Цвет - белый, диаметр - 1/4, шаг - 3:1, кол-во петель - 87000
Всего: 3344 руб.
Цвет - белый, диаметр - 1/2, шаг - 3:1 Всего: 3059 руб.

г. Москва, метро Пражская, ул.Подольских Курсантов, 3
г. Чебоксары, ул. Гагарина д.55, офис 310
г. Санкт-Петербург, ул. Химиков 18

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

БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ !
Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК бесплатно.

Для прямой печати по гофрокартону и другим негнущимся материалам используется мощное цифровое печатное оборудование



Вырезание изделий сложной формы из рекламных материалов выполняется на цифровых режущих плоттерах

Трафаретная печать сверхбольшого формата

Есть в типографии и более привычное послепечатное оборудование для изготовления упаковки

В типографии есть полный комплекс послепечатного оборудования для производства рекламной полиграфии

есть собственное конструкторское бюро, которое разрабатывает детали и устройство будущих конструкций и формирует загрузку для производственных участков. Надо сказать, что эти конструкции с каждым годом становятся все сложнее, поэтому мы постоянно развиваем свое производство.

В последнее время мы изготавливаем все больше конструкций из гофрокартона и сотового картона. Разумеется, общерыночная ситуация одинаково влияет на всех, и желание заказчика сэкономить на производстве очевидно, каким бы серьезным он ни был. И мы это учитываем. Не так давно запущена линия по производству сотового картона (из специального полуфабриката), что позволяет существенно экономить на закупке и транспортировке готового материала. Сейчас монтируется гофроагрегат, чтобы избавиться от необходимости закупки готового гофрокартона. Помимо этого, закуплено и много другого оборудования. В частности, в ближайшее время появится еще один вырубной пресс, оснащенный устройством прогрева вырубного инструмента, чтобы расширить возможности работы с пластиковыми материалами, кашировальная машина.

У нас достаточно большой объем производства различной промоупаковки. Все чаще эту упаковку необходимо делать из пластика. И процесс печати на пластике у нас уже давно отработан. Одна из наших печатных машин manroland Roland 706 подготовлена для УФ-печати, поэтому мы вполне успешно печатаем на самых разных пластиках, причем в больших объемах. Впрочем, часто на УФ-машине печатаем и на бумаге, и на картоне. Машина оснащена лакировальной секцией, так что мы эффективно печатаем продукцию с УФ-лаками за один прогон. Даже на обычном картоне это получается выгоднее, чем печатать обычными масляными красками, а потом отдельно лакировать при помощи лакировальной машины или трафарета. На любой стадии производства мы все время думаем об экономической эффективности.

Мы можем эффективно производить типовую печатную продукцию и понимаем, что здесь у нас сразу появляется огромное количество конкурентов. Но у нас есть ряд преимуществ: разнообразное и отлажен-

ROLAND 700
EVOLUTION

Evolution in print.

manrolandsheetfed.com

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

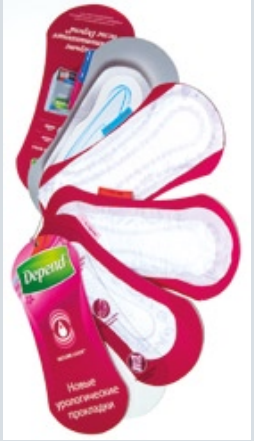
manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

Производство различных диспенсеров для выклада товара и других конструкций для торговых сетей — основная специализация PixelPro

ное производство. К тому же мы — большая компания, и можем предлагать выгодные финансовые условия. Ну а за счет того, что у нас много разных видов производств, предлагаем выполнение комплексных заказов высокого уровня. И здесь есть возможность дальнейшего развития. Начав работать с клиентом по простой продукции, мы затем можем существенно расширять наше сотрудничество.

Но чтобы иметь такую возможность, нужно обладать высочайшей квалификацией на всех уровнях: и менеджеров по работе с клиентами, и производственного персонала, и управленцев. Поэтому у нас практикуется постоянное обучение и повышение квалификации всего персонала. Помимо этого, постоянно идет работа по освоению новых приемов, технологий и видов продукции. Как только появляется возможность, мы проводим технологические эксперименты. Чем бОльшим количеством печатных и отделочных технологий мы обладаем, тем больше возможностей, которые мы можем предлагать клиентам. Даже для тех клиентов, с которыми мы работаем постоянно, все время предлагаем наши



В PixelPro изготавливают самые разные изделия для использования в местах продаж

Green, Efficient, Digitalized and Intelligent

CHINA PRINT 2017

www.chinaprint.com.cn

第九届北京国际印刷技术展览会

The 9th Beijing International Printing Technology Exhibition

May 9th-13th, 2017

New China International Exhibition Center

Beijing, China

Sponsors

Printing and Printing Equipment Industries Association of China

China International Exhibition Center Group Corporation

Organizers

China Print Show Company Limited

Print China Show Company Limited

Please Contact:

Mr. Kent Wang, Ms. Cecily Pu, Mr. Jason Wang
Tel: +86-10-51902382/83/84
Fax: +86-10-51902393
Email: wanghaocheng@chinaprint.com.cn
puxiaoying@chinaprint.com.cn
wangjinming@chinaprint.com.cn

Official WeChat

Еще одна специализация — изготовление промоупаковки

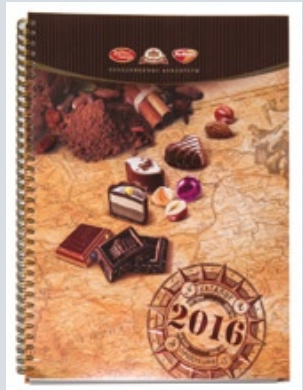
новые возможности и решения. Причем то, что мы предлагаем, отлажено на высоком технологическом уровне и экономически эффективно. Нам должно быть выгодно это производить.

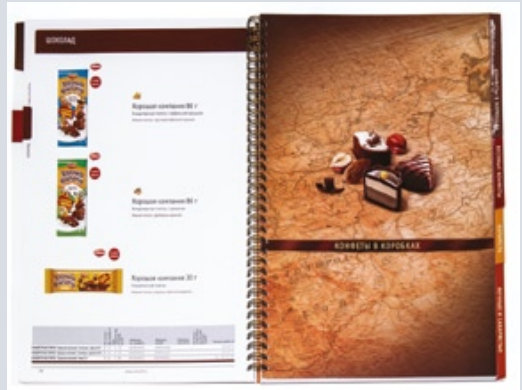
Еще одна важная для нас задача — освоение самых разных материалов. Если раньше все печатали на обычной бумаге или картоне одним типом краски и лака, то сейчас этого уже недостаточно. Мы должны уметь печатать на самых разных материалах, самыми разными красками с самой разной отделкой. Это важный момент в привлечении и удержании заказчика.

Еще одним важным аспектом развития современного производства мы считаем уменьшение ручного труда и замену его автоматизированным производством. Производство рекламных изделий подразумевает большое количество ручного труда. Это неизбежно. Но мы постоянно стараемся найти те операции, которые даже в рамках рекламного производства можно автоматизировать. Сейчас будем монтировать машину для приклейки двусторонней липкой ленты к изделиям. Это частая операция, но ее особенность в том, что на каждом изделии скотч нужно клеить по-разному. Простейшие аппликторы, как правило, не подходят. Но мы нашли оборудование, которое позволяет делать это очень гибко.

Системы автоматизации не только позволяют избавиться от ручного труда (точнее, минимизировать его, совсем избавиться не получается), но и многократно повысить производительность, что в настоящее время является одной из основ экономики нашего производства.

Еще одно направление работы компании — производство декоративных панелей из ДВП. Разработан большой ассортимент дизайнов этих панелей, которые используются для декорирования как торгово-офисных, так и жилых помещений. Использование современных цифровых способов широкоформатной печати позволяет производить панели оперативно и в строго заданном количестве.





В типографии производят и сложные по конструкции каталоги с большим объемом различной отделки

От редакции

Ассортимент продукции компании PixelPro поражает. А ее постоянное стремление развиваться и совершенствоваться способствует постоянному расширению клиентской базы, особенно это привлекает серьезных заказчиков, которым необходимо изготовление большого ассортимента разной рекламной продукции. Всегда удобнее получать все от одного надежного поставщика. А для привлечения ряда крупных зарубежных клиентов на предприятии запущена процедура сертификации и по ISO (разные сертификаты), и по стабильности печати PSO, и по экологичности, а также сертификация отдельных сотрудников. В общем, все, что можно сделать для самосовершенствования, здесь делается.