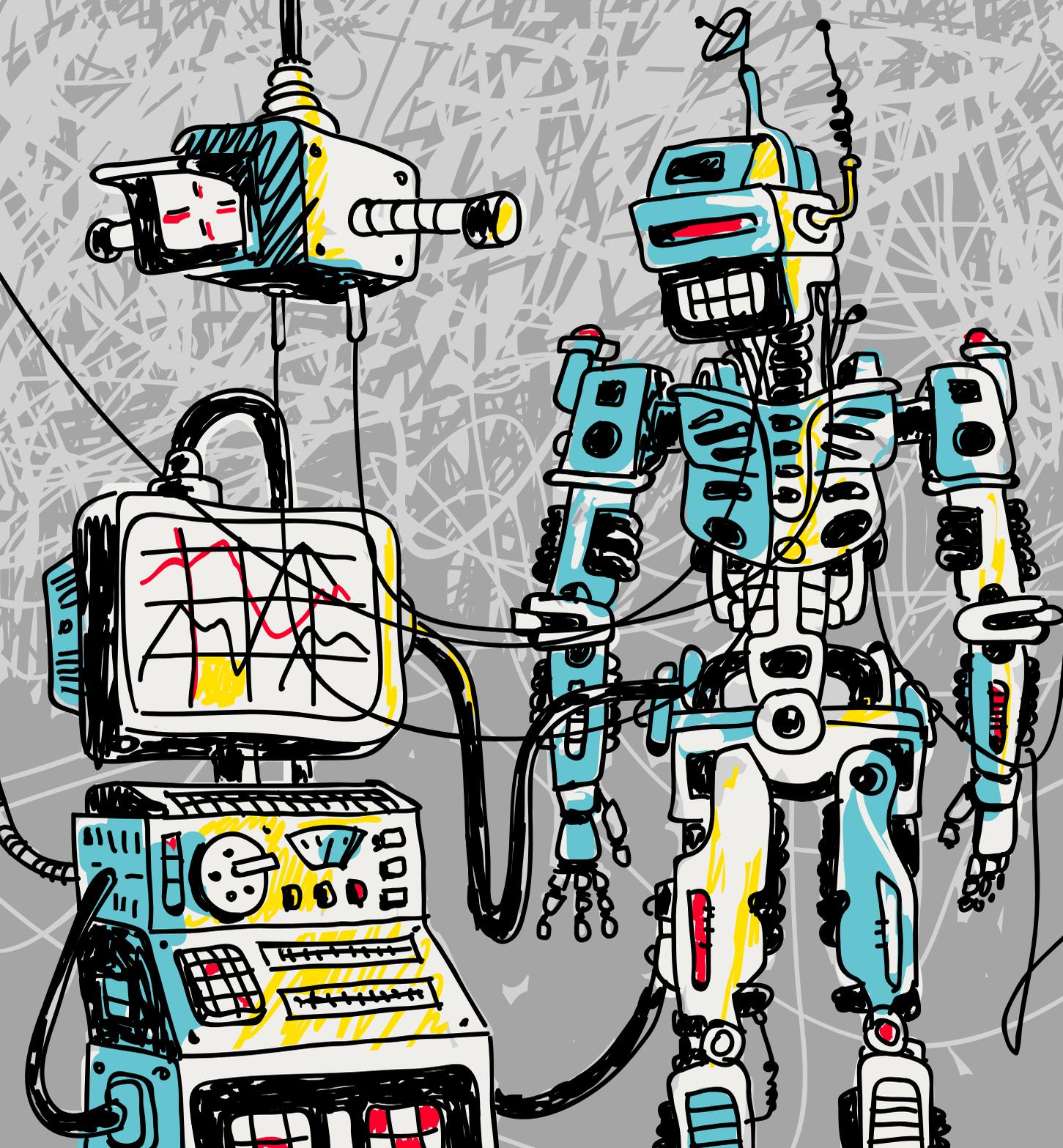


# ДИЗАЙН

№9, Декабрь, 2017

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ  
В ОБЩЕЙ ТАПОГРАФИИ



# ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №9 (122)-2017

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА

Какие задачи решает «цифра», или Бизнес в рамках офсетной типографии ..... 2

### ИНТЕРВЬЮ

Александр Удод, компания Agfa Graphics  
Спрос на УФ-принтеры Agfa в России растет ..... 8

### ИСТОРИЯ

«Сытинское Дело», или Популяризация печатных изданий ..... 12

### ОБОРУДОВАНИЕ

«Дом Печати — Вятка»  
Диверсификация производства, или Как использовать рыночные преимущества ..... 14  
Типография «ЭкспоПринт-2001»  
Колоссальная загрузка вне сезона, или Что привлекает заказчиков в «ЭкспоПринт» ..... 22

### ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография «Полиграф Медиа Групп» (PMG)  
Типография PMG: «Кто стоит на месте, тот идет назад» ..... 26  
Типография Helen  
Эволюция развития, или Один Versant хорошо, а два лучше ..... 32

Обложка отпечатана на бумаге «Омела» (150 г/м<sup>2</sup>) компании «Илим».

#### Реклама в номере:

Агфа ..... 9	Фабрика офсетной печати. .... вкладка
Альфа-Дизайн. .... 10	Bobst ..... 7
ВИП-Системы. .... клапан, 25	B2Print ..... клапан
ВМГ-Трейд ..... 5	Heidelberg ..... клапан
Дизайн и Реклама ..... 11	hubergroup ..... 3
Зико ..... 15	Koenig&Bauer ..... 17
Илим ..... 3-я обл.	Lamstore ..... 23
ОктоПринт Сервис ..... клапан	NCL ..... 2-я обл.
Ситипринт ..... вкладка	Ricoh ..... 29
Смарт-НН ..... 31	Viva-Star ..... 6
Терем ..... 1	Xerox ..... 35
Терра Системы ..... клапан, 19	YAM International. .... 4-я обл.

#### Учредитель Издательство «Курсив»

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

#### Журнал «Формат»:

Главный редактор  
А. Ч. Амангельдыев  
Зам. главного редактора  
М. Ю. Беляева  
Ведущий редактор  
Н. А. Шлыкова  
Корректор  
О. В. Уланткова

#### Адрес редакции:

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

Печатайте быстрее.

Зарабатывайте больше.

ASiNC

# ENVISION

Инновационные  
листовые  
краски



**5** преимуществ  
красок ENVISION  
для вашего  
производства

**скорость**

самые быстрые листовые краски на рынке

**от 2,5 мин.**

первоначальное закрепление

**от 3-х часов**

окончательное закрепление

**работают**

в жестких климатических условиях

**немедленная печать**

оборота, резка и послепечатная обработка



[www.terem.ru](http://www.terem.ru)

Компания TEREEM — эксклюзивный дистрибьютор офсетных красок A.S. Inc (Ю.Корея) в России и СНГ

**(495) 956-04-04**

[sales@terem.ru](mailto:sales@terem.ru)



# Какие задачи решает «цифра», или Бизнес в рамках офсетной типографии

**В**опрос о том, нужна ли традиционной офсетной типографии цифровая печатная машина, пожалуй, уже не стоит. За последние десятилетия «цифра» заняла вполне уверенное положение в традиционной полиграфии, и рынок в целом признал ее необходимость, а потому все большее количество офсетных типографий приобретают цифровое печатное оборудование. Несмотря на это ряд руководителей офсетных производств, где установлено оборудование для цифровой печати, до конца не могут оценить эффективность ее существования ни с технологической, ни тем более с финансовой стороны. Для чего нужна цифровая печать и какую функцию она выполняет в общей структуре бизнеса офсетной типографии, мы постарались разобраться в данной статье.

## Повод для покупки «цифры»

Не так давно нам довелось побывать в крупной немецкой типографии Multi Packaging Solution, занимающейся крупнотиражным производством премиальной упаковки в первую очередь для парфюмерии и косметики. На предприятии работают несколько офсетных печатных машин последнего поколения формата 70x100 см с количеством печатных секций от 8 до 12, оснащенные двумя секциями лакирования. Некоторые из машин подготовлены под УФ-печать на металлизированном картоне. У типографии хорошая загрузка, бизнес стабилен и развивается. И вот в конце 2017 г. здесь устанавливают новейшую цифровую машину Heidelberg Primefire 106, в которую инвестировали около 3–4 млн евро (точная сумма не называется). Разумеется, у гостей

типографии возникли вопросы: «Для чего вам такая машина?», «Что вы будете на ней печатать?» Как выяснилось, ответить на эти вопросы

**Какую функцию выполняет цифровая печать в общей структуре бизнеса офсетной типографии? Несмотря на то, что «цифра» заняла вполне уверенное положение в традиционной полиграфии и рынок в целом признал ее необходимость, все же ряд руководителей офсетных производств, где установлено оборудование для цифровой печати, до конца не могут оценить эффективность ее существования ни с технологической, ни тем более с финансовой стороны**

руководству компании оказалось непросто. «Мы решили попробовать рынок», — обтекаемо ответили в типографии. Но такой ответ гостей не удовлетворил. Все-таки сумма инвестиций весьма внушительная для того, чтобы «просто попробовать». Начались прямые вопросы: «У вас есть заказы на малотиражную упаковку?», «Вы планируете печатать персонализированную/вариативную упаковку?», «Заказчики требуют сократить сроки производства?» и т. д. То есть все преимущества цифровой печати, которые могли прийти на ум, были перечислены. Однако, как отметили в типографии, «при приобретении цифрового оборудования мы об этом не задумывались, а сейчас пробуем разные возможности, в том числе и такие, о которых вы спрашиваете». При детальном обсуждении можно было сделать вывод, что главная причина покупки машины — повышение качества сервиса и лояльности клиента. Полиграфический рынок в Европе сильно конкурентный. Все умеют хорошо печатать, имеют полиграфическую технику последнего поколения, уровень цен на продукцию уже давно на самом низком уровне, и дальнейшее снижение практически невозможно. А вот предложить клиенту новые виды услуг, повысить гибкость обслуживания — это серьезный аргумент в пользу типогра-

фии. Периодически у клиентов возникают нестандартные просьбы: «Мы заказали у вас многотиражный тираж упаковки, который вы обещали сделать через неделю. А можно тысячу коробок завтра?», «Для профильной выставки нам нужно по пятьсот коробок в новом дизайне, сделаете?», «Будем проводить фокус-группу в магазине, хотим попробовать упаковку с персонализацией», «Собираемся выводить наш продукт в новый регион. Нужно пару тысяч коробок на местном языке» и т. д. Все это непрофильный бизнес для крупной упаковочной типографии. В Германии немало специализированных цифровых печатных компаний, которые легко такую работу выполняют. Но! Отпускать своего клиента в другую типографию, пусть и непрофильную, крайне нежелательно. Своего клиента нужно обслуживать самому. Вот и получается, что даже очень серьезные инвестиции делаются прежде всего с целью повышения качества сервиса. Конечно, в типографии надеются, что со временем появятся и чисто цифровые заказы (например, упаковка с персонализацией), но, даже если и не появятся, машина свою функцию все равно уже выполняет...

### Такие разные применения

После посещения типографии Multi Packaging Solution возник вопрос: «А как обстоят дела в российских полиграфических компаниях?» Многие из них уже сейчас имеют цифровую печатную технику и находят ей различные применения. Однако наиболее успешный бизнес на цифровых заказах получается вести все же тем типографиям, у которых нет офсетной печати или «цифра» полностью отделена от офсета — по сути, работают два предприятия независимо друг от друга: одно — офсетное, другое — цифровое. А если цифровая печать присутствует внутри офсетной типографии, то многие руководители отмечают, что получить хорошую финансовую эффективность от «цифры» сложно. Менеджерам по работе с клиентами гораздо выгоднее принимать дорогие офсетные заказы и не очень напрягаться в области более дешевых цифро-

вых. Трудоемкость по работе с заказчиком примерно одна и та же, а доходность совсем разная. Поэтому использование цифровой печати в офсетной типографии нужно рассматривать с другой точки зрения.

■ **Повышение уровня сервиса.** Об этом шла речь выше в примере о типографии из Германии. Практически в любой офсетной типографии можно найти задачи для цифровой печатной машины. Например, изготовить сигнальные экземпляры будущего журнала или каталога. Пару десятков таких изделий можно отпечатать с помощью «цифры» практически сразу при приеме заказа у клиента. Это даст заказчику

возможность увидеть и лучше понять, что за продукт у него получится, и при желании показать его своему руководству или предъявить наиболее нетерпеливым получателям. Изготовление сигнальной продукции вряд ли можно сделать бизнесом и брать за это деньги с клиента. Но сделать такой «подарок» серьезному издателю, который разместил большой тираж журнала, может быть весьма полезным для поддержания хороших отношений и повышения лояльности.

■ **Изготовление непрофильной продукции.** Многие заказчики воспринимают слово «типография» однозначно: «это то место, где что-то печатают, поэтому все,



**huber**  
group

[www.hubergroup.ru](http://www.hubergroup.ru)

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

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

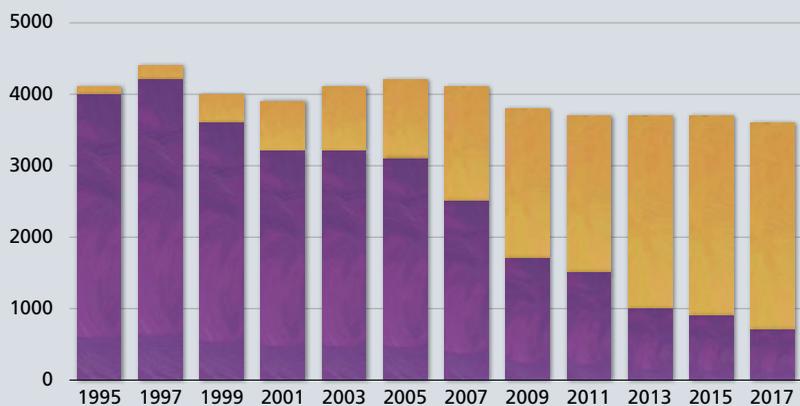


График количества типографий в России. Точное количество типографий в России плохо поддается учету, особенно в 1990-е гг. Тогда на рынке существовало немало предприятий, называющих себя типографиями, но при этом не имеющих ничего, кроме письменного стола. С учетом таких предприятий общее число типографий тогда приближалось к 10 тыс. Такие компании мы постарались не учитывать в нашей оценке, но гарантировать полную точность подсчетов все равно не можем. Оранжевым столбиком на графике обозначено количество полиграфических предприятий, имеющих цифровую печать в том или ином виде. Можно сказать, что за прошедшие годы цифровая печать проникла почти во все традиционные типографии. То небольшое количество полиграфических компаний, которые пока еще не имеют цифровой печати, могут являться потенциальными клиентами для производителей цифровых печатных устройств. Но при этом важно понимать, что с большей долей вероятности многим из этих оставшихся типографий цифровая печать вообще не нужна (например, крупным газетным печатникам), по крайней мере на сегодняшнем уровне ее развития. Так что сейчас главная задача всех поставщиков цифровой техники в полиграфию — это замена существующей техники на более современную и борьба за «конкурентную замену», когда вместо оборудования одного производителя появляется оборудование другого, которое для данной типографии лучше подходит

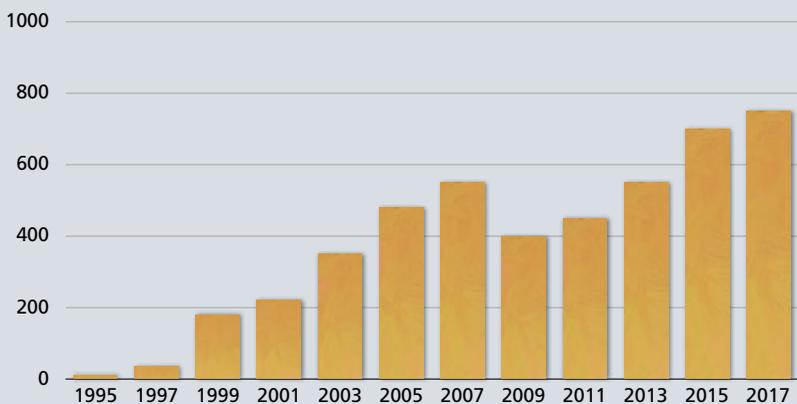


График количества цифровых типографий в России. Цифры также весьма условные, поскольку точно отделить, например, копировальный салон от цифровой типографии непросто. Но тенденция показана

что мне нужно напечатать, я понесу в типографию». Вследствие этого часто возникает ситуация, когда заказчику крупного тиража коробок для конфет требуется еще несколько сотен буклетов о предприятии, пару плакатов для выставки, комплекты визитных карточек и конверты с приглашениями на ту же выставку. Можно, конечно, объяснить заказчику, что «кроме коробок, мы ничего другого делать не можем, и для всего остального нужно поискать других исполнителей», но это не самый лучший путь. Другой исполнитель может оказаться тем, кто потом заберет и основной тираж коробок. Еще один вариант — взять на изготовление всю продукцию, которую хочет заказчик, и переразместить ее в других типографиях, но это хлопотно и неэффективно. Наличие же собственной цифровой печатной машины с минимальным набором простой послепечатки в этой связи поможет. Причем здесь можно даже

получить дополнительную прибыль, поскольку заказчик вряд ли будет досконально изучать рынок и пытаться понять, насколько дешево ему достанутся конверты и визитные карточки. Если удастся хорошо договориться по основной продукции, то вся мелкая вспомогательная полиграфия пойдет сама собой. Опять же возможность изготовить дополнительную печатную продукцию может быть аргументом при торговле по основному заказу.

■ **Управление экономикой заказа.** А вот это уже более весомая задача для цифровой печати и, пожалуй, единственный серьезный экономический аргумент в пользу цифровой печати в офсетной типографии. Тиражи у типовой продукции постепенно падают. И все чаще возникает задача напечатать такой тираж, который выполнить цифровым способом будет экономически выгоднее, чем офсетом. Раньше в офсетных типографиях использовали прием «минимальной цены», то есть по мере падения тиража цена падала, пока не доходила до «условного минимума» (как правило, определяется суммарной стоимостью прилавок), ниже которого типография не готова была работать. То есть любой тираж, который меньше условного, все равно будет стоить как условно минимальный. Но развитие цифровой печати привело к тому, что этот аргумент уже работает плохо. И для успешной работы с заказчиками, которые размещают небольшие тиражи, цифровая печать необходима. Особенно важна она для типографий, печатающих малотиражные книги. Чем больше объем издания, тем больше прилавок придется сделать. Для книги объемом 400–500 стр. при печати на полуформатной машине нужно сделать более сотни прилавок, даже если тираж составляет всего 100 экз. В результате цена такой продукции при офсетной печати взлетит до космических высот. При цифровой печати изготовить сотню экземпляров книги такого же объема намного проще и дешевле.

■ **Управление сроками.** Многие типографии сталкивались с ситуацией, когда заказчик готов платить серьезные деньги, если тираж будет готов завтра к утру, причем заранее понятно, что сделать его традиционным способом к этому моменту нереально. Наличие цифровой печати в этом случае может помочь решить задачу к обоюдному удовольствию заказчика и типографии.

■ **Тираж по частям.** Бывает ситуация, когда у клиента срочный заказ, но он готов к тому, что продукция будет выдаваться ему постепенно, по мере печати тиража. Сделать это при помощи офсетной печати практически невозможно (снимать заказ, отпечатав только его часть, а потом снова

## Какая должна быть «цифра»?

На рынке присутствует большое количество машин самых разных производителей с самыми разными возможностями. И, разумеется, по самым разным деньгам. Скорее всего, для разных задач нужны разные машины. Но у них есть нечто общее, что можно объединить в понятие «цифровая печатная машина для полиграфического применения». Такая машина должна:

■ Печатать высококачественные изображения, по всем параметрам практически не отличимые от офсетных оттисков. Только в этом случае возможно объединение листов, отпечатанных разными технологиями, в одном заказе, а также выбор технологии печати при различных тиражах, допечатка тиражей цифровым способом и т. д.

■ Печатать на самых разных материалах, причем на таких, которые обычно используют в офсетной типографии. Машина должна позволять подстраиваться под тип бумаги, на которой собираются печатать конкретный тираж.

■ Иметь возможность точного позиционирования листа перед печатью и в процессе него. Особенно это важно при изготовлении гибридной продукции, когда приходится впечатывать «цифровое» изображение в заготовки, отпечатанные на офсете.

■ Обеспечивать надежный выклад отпечатанных листов, причем они не должны деформироваться или перегреваться. Дело в том, что послепечатные процессы в офсетно-цифровых типографиях, как правило, общие, а значит, листы должны иметь точно такие же механические характеристики, как и после офсетной печати. После простых цифровых машин или МФУ запечатанные листы часто деформируются (выгибаются), что существенно усложняет их послепечатную обработку.

Возможно, из всего сказанного можно сделать вывод о том, что в офсетно-цифровых типографиях нужно использовать самые старые и, как следствие, самые дорогие цифровые печатные машины. На самом деле это не так. Есть ряд параметров, которыми можно пожертвовать. Поскольку цифровые машины в таких типографиях чаще всего выполняют вспомогательную роль, можно пожертвовать производительностью. Нет необходимости также иметь множество подающих лотков, чтобы автоматически подавать сразу несколько сортов бумаги. Скорее всего, лотка для формата бумаги SRA3 для большинства типографий будет достаточно. Полезным, конечно, будет удлиненный (баннерный) формат, но он сейчас есть у большинства цифровых машин. Наверное, многие пользователи цифровых машин могут добавить к списку необходимых функций что-то свое и назвать необязательными другие опции. Но сейчас предложение цифровых машин на рынке велико, и практически любая типография может выбрать оптимальное решение.

прилаживать и продолжать печатать — это верх расточительства), а с помощью «цифры» — вполне реально. Более того, можно даже организовать печатно-отделочный конвейер. Из цифровой машины будущий журнал, каталог или книга могут выходить не только отпечатанными, но и подобранными (блок остается только скрепить), а в случае, если цифровая машина оснащена послепечатными модулями, то полностью готовыми. Соответственно, отгружать тираж заказчику можно так же постепенно.

■ **Гибридные заказы.** Здесь речь идет о совмещении возможностей цифровой и офсетной печати. Например, персонализацию, которую предлагает цифровая печать, не всегда

# 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](http://www.toyoink.ru)

выгодно использовать в явном виде. Печатать весь журнал «цифрой», если у него только первая обложка персонализирована, большого экономического смысла нет, особенно если тираж такого журнала отличен от штучного. Можно «цифрой» изготовить только обложку или те листы, где есть переменная информация, а остальное печатать традиционным способом. Обычно получается намного выгоднее. Аналогичная ситуация и с более сложной продукцией, например билетами на развлекательные мероприятия. Бланк билета печатается офсетным способом, а переменная часть впечатывается цифровым. Обычно билеты изготавливают с использованием защитных технологий, которых в цифровой печати пока еще немного, поэтому отпечатать такую продукцию полностью на цифровой машине не получится.

■ **Изготовление прототипов.** Существует целая группа заказов, которые прежде чем запускать в производство неплохо было бы изготовить в штучном количестве, чтобы предъявить возможному клиенту. Речь идет о реализации принципа «разработай и продай». То, что разработано, вряд ли имеет смысл печатать большим тиражом, достаточно изготовить несколько образцов (прототипов). И здесь цифровая печать очень хорошо подходит, причем вне зависимости от вида продукции, будь то классическая полиграфия (книга, журнал,

проспект), упаковка или сувенирная продукция (календарь, блокнот, ежедневник и т. д.). Использование цифровой печати, скорее всего, сильно удешевит и ускорит изготовление таких прототипов, что позво-

**Сегодня практически любая офсетная типография может приобрести за разумные деньги качественную цифровую машину и найти ей успешные области применения. Однако прежде всего покупка цифрового оборудования традиционной офсетной типографией осуществляется с целью расширения ассортимента, повышения качества услуг и получения возможности эффективного управления экономикой всего производства**

лит усовершенствовать работу с потенциальными заказчиками.

■ **Помощь в решении технологических или организационных вопросов.** Это уже совсем специфическое применение цифровой печати, но на практике оно позволяет упростить жизнь типографии. Бывают случаи, когда в результате ошибок сотрудников или форс-мажорных обстоятельств не хватает нескольких экземпляров до полного тиража, или заказчик вдруг решил, что ему нужно еще сотню журналов, или ушел в брак лист или разворот. Подобных проблем и задач в типографии может быть много, и зачастую именно цифровая печать их может помочь решить максимально доступным и простым способом.

Можно и дальше перечислять другие области применения цифровой печати в традиционной офсетной типографии. Многие полиграфические компании могут описать и свой успешный опыт использования цифрового оборудования. Однако из всего выше сказанного можно сделать вывод, что для традиционной офсетной типографии цифровая печать — это в первую очередь расширение ассортимента и повышение качества услуг для собственных заказчиков, а также получение возможности эффективного управления экономикой всего производства. И лишь отчасти цифровая печать позволит выйти на новый класс заказчиков, которых в типографии раньше не было. Для активизации работы с чисто цифровыми заказами офсетной типографии придется менять схему продаж, что для многих окажется трудно решаемой задачей. Но, возможно, это и не требуется. Похоже, рассуждения о том, что в ближайшем будущем вся печать будет только цифровой, уже не так активны даже среди убежденных сторонников цифровой печати. Так что использовать качественную цифровую машину, приобретенную за разумные деньги, может практически любая офсетная типография. Работа для нее всегда найдется, пусть даже это будет не конкретный коммерческий заказ. ■

**ПЕЧАТАЕМ  
ЭТОТ ЖУРНАЛ**

**МЫ**

**VIVASTAR**  
ТИПОГРАФИЯ EXPRESS



# ПРЕДЕЛЫ КОНТРОЛЯ

## НОВЫЕ МАШИНЫ EXPERTFOLD 145 | 165

Превосходный контроль процесса фальцевания. Удобство эксплуатации и возможности оснащения новейшими системами контроля качества. Фальцевально-склеивающие машины EXPERTFOLD 145 и 165 – это одновременно и высокая производительность, и отличное качество готовых коробок.

Что делает новые модели EXPERTFOLD идеальными машинами для расширения вашего производства упаковки из гофрированного или кашированного картона?

- Модульная конструкция
- Передовая система подачи
- Высокоточные системы предфальцевания и фальцевания, позволяющие свести к минимуму дефекты типа «рыбий хвост» и зазоры.

# Спрос на УФ-принтеры Agfa в России растет



**Александр Удов,**  
менеджер по продажам Inkjet  
Россия и СНГ,  
компания Agfa Graphics  
[Москва]

**В** последние годы российское подразделение Agfa Graphics фиксирует рост количества инсталляций широкоформатных УФ-принтеров. Учитывая тот факт, что информация о данных инсталляциях не появлялась в полиграфическом эфире, мы попросили менеджера по продажам Inkjet Россия и СНГ Александра Удова ответить на наши вопросы....

**Ф:** Александр, дела действительно идут хорошо? Можете назвать конкретные цифры, характеризующие рост спроса на промышленные УФ-принтеры Agfa?

**АУ:** Мы довольны динамикой. Если в 2015 г. мы продали 6 машин, то в 2016 г. уже 10, а план на этот год — 12 инсталляций, и мы близки к тому, чтобы его выполнить. Отмечу, впрочем, что на Россию приходится примерно половина продаж, так как наш офис отвечает в том числе за страны СНГ и Прибалтику.

**Ф:** С учетом этого достигнутые результаты можно считать хорошими?

**АУ:** Безусловно. Дело в том, что Agfa не делает маленькие машины начального уровня, которые из-за низкой цены, разумеется, продаются в гораздо большем количестве на российском рынке. Мы продвигаем производительное оборудование стоимостью более 100 тыс. евро, так что продажа больше десяти машин в год — хороший показатель.

**Ф:** Что, по-вашему, стало причиной роста спроса на УФ-принтеры Agfa?

**АУ:** Оборудование Agfa представлено на российском рынке уже более 10 лет, но до 2014 г. это направление напрямую не поддерживалось российским представительством компании. Основные усилия были сосредоточены на решениях для офсетной печати — преимущественно, пластинах и CtP-системах. Широкоформатные принтеры продавались через дилеров, а поддержку данного направления обеспечивал бельгийский офис. Три года назад бизнес-модель кардинально поменялась — мы отказались от работы через дилеров в пользу прямых продаж, что и стало ключевым фактором успеха в последние годы. Такой подход уже был реализован в некоторых странах и доказал свою эффективность. Дело в том, что дилер почти всегда работает с несколькими брендами, создавая конкуренцию в рамках одной продуктовой линейки. Менеджеры

гораздо больше времени общению с клиентом и выяснению специфики его бизнеса. Мы предлагаем надежную европейскую технику, которая по факту оказывается намного выгоднее китайских принтеров.

**Ф:** Так какую же выгоду получают компании, покупая УФ-принтер напрямую у Agfa?

**АУ:** Представьте ситуацию, что клиент купил оборудование у дилера и ему потребовалась какая-то помощь, которую тот не смог оказать. Как будет развиваться ситуация? Дилер отправит запрос в офис производителя и станет ждать ответ, что обычно занимает некоторое время. Получив ответ, дилер транслирует его клиенту и хорошо, если этого окажется достаточно и проблему решат. А если нет? Весь процесс повторится и в худшем случае может оказаться так, что все это время оборудование будет простаивать или работать не должным образом. В случае прямой покупки у производителя ситуация совсем другая. Покупатель общается напрямую с сотрудниками производителя. Уровень ответственности здесь намного выше, поэтому общение сильно ускоряется. Это первый плюс. Второй — более оперативная и квалифицированная сервисная поддержка. У нас есть прямой доступ к полной технической документации, и мы можем в любой момент напрямую связаться с техническим специалистом в штаб-квартире или оперативно получить исчерпывающий ответ непосредственно с завода, где собирается оборудование. Благодаря этому большинство запросов клиентов удается решить в течение одного рабочего дня. Третий — стоимость УФ-принтеров Agfa существенно снизилась для покупателя за счет отсутствия дилерской наценки. Клиенту приятно осознавать, что он может позволить себе приобретение качественного оборудования по честной, не завышенной цене.

**Ф:** А как осуществляется сервис установленного оборудования? Эти функции не остались у ваших бывших партнеров?

**АУ:** Российский офис Agfa Graphics заблаговременно полностью перестроил собственную сервисную службу, чтобы быть в состоянии самостоятельно оказывать гарантийную и

**Количество инсталляций широкоформатных УФ-принтеров от Agfa Graphics увеличивается в России и СНГ из года в год. Этому способствуют прямые продажи и качественный сервис от производителя**

дилера не всегда обладают достаточной квалификацией и знаниями, необходимыми для продаж технически сложного брендового оборудования. Часто они сразу предлагают дешевую китайскую технику, не углубляясь в специфику бизнеса и задачи клиента. А тот, как правило, только впоследствии может понять, был ли его выбор правильным. Стоит отметить и тот факт, что дилер сам устанавливает для себя норму прибыли, порой необоснованно завышая планку. Таким образом, ценовые предложения на качественные европейские товары оказываются неприемлемыми для потенциального покупателя. Теперь же мы осуществляем продажи самостоятельно и посвящаем

постгарантийную поддержку. Сейчас у нас в штате работает 14 сервисных инженеров. Из них 11 находятся в Москве и еще по одному – в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Новосибирске. На наш взгляд, этого более чем достаточно, но по мере роста количества инсталлированных машин штат инженеров, конечно, будет расширяться. То же самое касается, кстати, и складов с запчастями и расходными материалами. Дилер закупает их по собственному усмотрению и за собственные средства, при этом всегда стараясь минимизировать запасы. Мы как производитель держим на складе в Москве полный ассортимент деталей, которые могут понадобиться в процессе нормальной эксплуатации оборудования. Их перечень регламентирован нашим заводом, мы его соблюдаем и поддерживаем, а также всегда оперативно реагируем на любые запросы клиентов. Наши заказчики ценят такой подход. Те из них, кто приобрел несколько принтеров Agfa в течение последних трех лет, отмечают, что основным аргументом в пользу выбора продукции Agfa, кроме надежности и высокого качества печати, стал хороший сервис и оперативные поставки материалов и запчастей.

**Ф:** Раз уж мы заговорили о клиентах – кто они?

**АУ:** В 2014 г. рекламный рынок практически застыл, а интерес к УФ-принтерам Agfa проявляли в основном компании из индустриального сектора (производители мебели, торгового оборудования и т. д.) – то есть те, для кого печать является одной из операций в их основном производственном процессе. К 2016 г. рекламщики оживились, так что мы стали продавать больше принтеров в рекламно-производственные компании, которые печатают, главным образом, интерьерную рекламную продукцию для торговых центров, магазинов и других точек продаж. Хотел бы добавить, что многие проекты успешно реализуются по причине высокого качества УФ-чернил, которые, напомним, Agfa выпускает на собственном производстве в Бельгии. У клиентов появляется все больше специфических задач по выпуску продукции, и, следовательно, повышаются требования к УФ-чернилам. Заказчиков интересуют повышенная стойкость, гибкость, адгезия, отсутствие запаха, возможность применения в пищевой и фармацевтической промышленности и прочие параметры УФ-чернил. И в этом вопросе

компании Agfa есть что предложить покупателю.

**Ф:** Чем, по-вашему, вызвано оживление на рекламном рынке?

**АУ:** Я бы сказал, что его игроки пересмотрели свое отношение к бизнесу и решили не останавливаться на достижениях прошлых лет, а обновлять производство, повышать качество продукции и двигаться вперед, расширяя свое предложение. Заказчики всегда ищут, где можно сделать лучше и подешевле. И если кто-то из игроков рынка обновляет производство, у него сразу же появляется конкурентное преимущество. Вот это, как мне кажется, и происходит.

**Ф:** А офсетные типографии проявляют интерес к УФ-принтерам Agfa?

**АУ:** Мне кажется, что офсетчики пока не готовы к тому, чтобы параллельно с офсетом организовывать направление широкоформатной печати. Скорости и себестоимость печати УФ-принтеров не укладываются в их картину мира. Да, на российском рынке есть примеры, когда производители картонной упаковки взяли «на пробу», если можно так сказать, маленькие и медленные УФ-машины для выведения цветопроб или изготовления макетов упаковки. Но это единичные случаи, и, мне кажется, рано

## Гибридные УФ-принтеры Anapurna LED

Высокоскоростные гибридные 6-цветные УФ-принтеры со светодиодным отверждением чернил и шириной печати от 2,05 до 3,2 метра, идеально подходящие под широкий круг задач и применений.

UV LED



Загляните в будущее вместе с Agfa Graphics

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

115477, Москва  
ул. Кантемировская, 58  
тел.: (495) 234-21-04  
факс: (495) 234-21-11  
[www.agfa.com/graphics](http://www.agfa.com/graphics)

# 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

говорить о каком-то тренде. Хотя в Европе это актуально, и все больше офсетных типографий смотрят в сторону цифровой УФ-печати. Уверен, что данный тренд скоро придет и в Россию, а мы в свою очередь уже сейчас готовы предложить этому рынку высокопроизводительное оборудование из нашего ассортимента. Также уверен, что новые разработки Agfa будут и в дальнейшем нацелены на данный сегмент рынка.

**Ф:** Не станет ли проблемой тот факт, что у Agfa нет УФ-принтеров начального уровня? Офсетчики определенно продолжат смотреть в сторону цифровой печати, а у вас не будет возможности зайти к ним с маленькой машиной и, как следствие, продать в дальнейшем большую, если дела пойдут хорошо...

**АУ:** Мы уже об этом подумали – в 2018 г. в линейке УФ-принтеров Agfa Graphics должна появиться новая машина, которую можно будет отнести к оборудованию начального уровня. Когда это случится, и если офсетные типографии действительно будут проявлять интерес к такому оборудованию, – нам будет что им предложить.

**Ф:** Какие модели УФ-принтеров Agfa сегодня наиболее актуальны для российских компаний?

**АУ:** Наибольшее внимание из линейки Aparigna привлекает гибридный УФ-принтер Aparigna H3200i LED шириной 3,2 м. Это универсальная модель, которая позволяет печатать практически на любых доступных листовых и рулонных материалах. Из серии Jeti интерес представляет планшетный УФ-принтер Jeti Mira 2732HS LED с размером стола 2,7х3,2 м. Это – высокопроизводительная машина, нацеленная на многозадачность. Может поставляться с различными размерами стола, опцией для печати на рулонах, а также возможностью нанесения праймера и лака. Вообще у нас очень широкий модельный ряд, и мы можем подобрать оптимальное решение практически для любой задачи клиента.

**Ф:** А как насчет текстильных принтеров? Каковы перспективы в этой области?

**АУ:** У Agfa есть шестикрасочный сублимационный принтер Avinci DX3200 шириной 3,2 м, на кото-

ром можно печатать по так называемому рекламному текстилю на полиэстеровой основе со скоростью до 172 м<sup>2</sup>/ч. Мы ведем текущие проекты по этой машине, но на фоне УФ-принтеров ее перспективы выглядят скромнее. Связано это главным образом с невысоким спросом на такую продукцию в России. Машина сама по себе очень хорошая.

**Ф:** А почему текстиль не пользуется спросом? Ведь кругом уже давно говорят о перспективах прямой печати по текстилю...

**АУ:** Если мы говорим о рекламном рынке, то первый текстильный бум прошел лет пять назад, когда в Россию приехал первый трехметровый принтер для прямой печати по синтетическому текстилю. Тогда подобная по ширине техника была только в трех компаниях. Сегодня их не более десяти. Маленьких сублимационных полуметровых машин, конечно же, в разы больше – этот рынок исчисляется сотнями установок. В теории применение текстиля в рекламе имеет ряд преимуществ в сравнении с жесткими носителями. Он легче и компактнее, что упрощает и удешевляет транспортировку. Кроме того, его может монтировать персонал торговой точки без необходимости вызывать бригаду монтажников. Но, к сожалению, клиенты очень инертны, а если добавить сюда более высокую стоимость текстиля и установку новых рекламных конструкций, становится понятно, почему этот рынок в России не развивается такими же темпами, как, скажем, в Европе, где экономика немного другая.

**Ф:** А как насчет домашнего текстиля: запечатанные шторы, скатерти, пододеяльники?

**АУ:** Данный рынок еще более туманен. В Европе это направление развивают специализированные онлайн-сервисы с функционалом web-to-print, которые привлекают B2C-аудиторию и предлагают ей очень легко и относительно недорого заказать что-то подобное. Я знаю компании, где примерно четверть выручки приходится на подобные работы. В России таких сервисов нет, а большим компаниям, обслуживающим, скажем, торговые центры, будет неэффективно отвлекаться на подобные заказы.

# ДИЗАЙН

ВЫСТАВКА  
МАРКЕТИНГОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ

12+

РЕКЛАМА

# И РЕКЛАМА NEXT



08  
10  
20  
12

10-13/04



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ  
ДОМ  
ХУДОЖНИКА



[WWW.DESIGN-REKLAMA.RU](http://WWW.DESIGN-REKLAMA.RU)

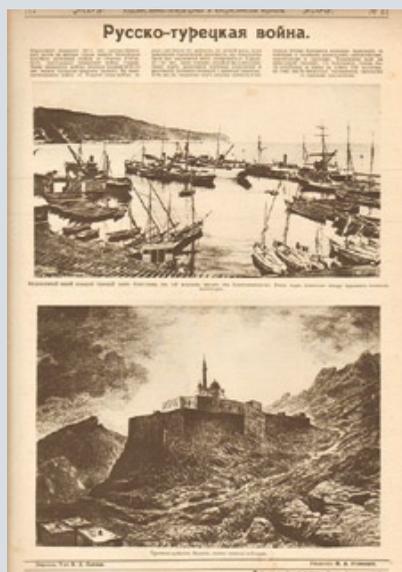
ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ  
**EXPO-PARK**

# «Сытинское Дело», или Популяризация печатных изданий

**И**ван Дмитриевич Сытин является знаковой фигурой для всей полиграфической, книжной и издательской отрасли России: до Октябрьской революции каждая четвертая книга, изданная в России, была связана с его именем. За все годы издательской деятельности И. Д. Сытин выпустил не менее 500 млн экз. книг. Он был инициатором нескольких десятков издательских проектов, получивших широкую известность. В сферу его интересов входили все сегменты книжного рынка — от учебников и книг для детей до энциклопедий и собраний сочинений классиков художественной литературы.

Иван Дмитриевич Сытин родился в 1851 г. в Костромской губернии. В 15 лет Иван Сытин приехал в Москву и устроился на работу в книжную лавку. Через десять лет, накопив денег, он покупает свою первую литографскую машину и открывает в 1876 г. на Воронухиной горе возле Дорогомилковского моста литографскую мастерскую. Сначала печатает лубочные картинки, очень популярные в народе. Одним из первых удачных коммерческих мероприятий И. Д. Сытина в тот период стал массовый выпуск карт боевых действий русско-турецкой войны. Постепенно он начинает

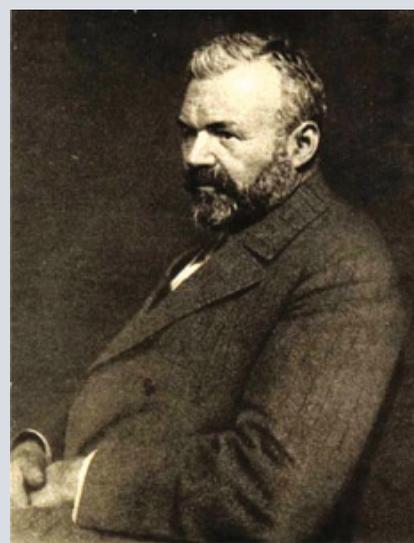
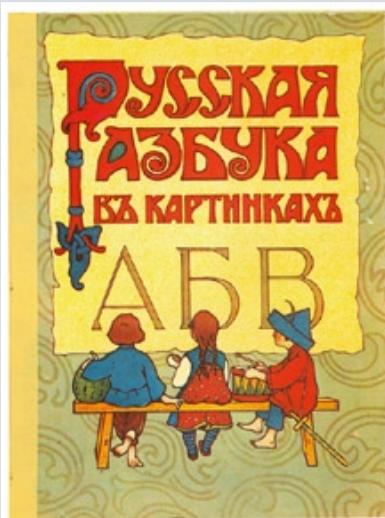
расширять ассортимент, главным образом за счет народных дешевых книг. На Всероссийской промышленной выставке в 1882 г. он получает бронзовую медаль за книгопечатную продукцию. В 1884 г. было создано издательство «Посредник», начавшее выпуск по доступным для многих ценам произведений Л. Н. Толстого, Н. С. Лескова, В. М. Гаршина, В. Г. Короленко благодаря активному



Во время русско-турецкой войны И. Д. Сытин начинает выпускать карты боевых действий, которые стали очень популярны и явились, по сути, первым коммерчески удачным издательским проектом

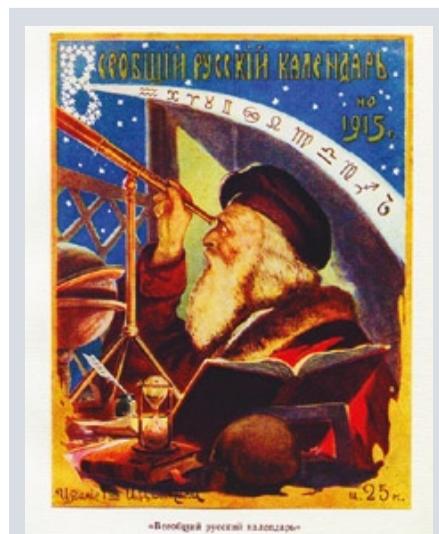


И. Д. Сытин много сделал для того, чтобы печатные издания стали доступны для большинства граждан. Он начинает расширять ассортимент за счет народных дешевых книг



Иван Дмитриевич Сытин, один из самых известных российских книгоиздателей

участию в проекте И. Д. Сытина. В том же году на Нижегородской выставке был представлен «Всеобщий календарь на 1885 год», ставший не просто календарем, а универсальным справочным пособием на все случаи жизни для многих российских семей. Уже в следующем году тираж «Всеобщего календаря» составил 6 млн экз., а к 1916 г. превысил 21 млн. экз. И. Д. Сытин принял на себя издание журнала «Книговедение», приобрел и продолжил издание журнала



«Всеобщий календарь» был впервые представлен на Нижегородской выставке в 1884 г., став универсальным справочным пособием на все случаи жизни для многих российских семей. К 1916 г. его тираж превысил 21 млн. экз



# Диверсификация производства, или Как использовать рыночные преимущества



**Александр Гулак,**  
директор,  
«Дом Печати – Вятка»  
[Киров]

**В** декабре этого года «Дом Печати – Вятка» отмечает свое тридцатилетие. В 1987 г. был подписан акт о вводе в эксплуатацию этой типографии для производства газетной продукции. Сегодня предприятие является одним из филиалов «Первой Образцовой Типографии» и занимается производством книг, многополосных изданий (журналов, брошюр) и упаковки. О том, как строится работа полиграфического производства в современных условиях, нам рассказал директор «Дома Печати – Вятка» Александр Гулак.

## Газетный проект

«Дом Печати – Вятка» был создан в рамках газетного проекта управления ЦК КПСС. Задача предприятия состояла в печати центральных газет, которые предназначались для распространения в Кировской и соседних областях. Макеты передавались на производство из Москвы по фототелеграфу. Помимо центральных изданий, здесь печатали и местные газеты, входящие в структуру партийных издательств. Однако в таком режиме типография проработала не очень долго. Вскоре Советский Союз распался, а с ним постепенно начала разваливаться и партийная пресса. Впрочем, газеты продолжали издаваться, и до определенного времени в типографии по-прежнему было много работы. «Газетный рынок

постепенно начал меняться, — говорит Александр, — на первый план стала выходить региональная пресса. Газеты требовали перехода на полноцветную печать, а мы им ничего предложить не могли. В городе стали появляться дру-

гие газетные предприятия, которые ставили оборудование, лучше подходящее под задачи цветной газетной печати. А мы, будучи государственным предприятием, в то время не имели возможности делать серьезные инвестиции в осна-



В «Доме Печати – Вятка» установлены две листовые машины большого формата KBA Rapida 130. На данном оборудовании выполняются заказы на высококачественные цветные книги и другие многополосные издания



Предприятие в Кирове обладает мощной современной печатной базой на основе машин таких производителей, как KBA, Heidelberg и Komori

щение производства. И постепенно газетный бизнес в нашей типографии практически завершился».

### Книжная переориентация

Тем не менее предприятие смогло выжить и продолжить развиваться. Техническая база позволяла начать производство книжной продукции. В конце 1990-х гг. книг печаталось много, и спрос на них в России был высокий. В первую очередь, конечно, речь шла о простых дешевых черно-белых изданиях в мягкой

## ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ: ПЕРЕПЛЕТ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА

ФИНИШИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ



Цифровая печать  
и качественно  
сшитые книжные блоки?



Ниткошвейные машины **Universe WEB** или **SHEET**  
и линия для обработки книжного блока **Inline** – гарантируют успех!

**BOOK...**  
YOUR **FUTURE**

**СИКО**  
ГРУППА КОМПАНИЙ

+7(495) 984 7140  
www.siko-group.com  
info@siko-group.com

Эксклюзивный представитель  
в России и СНГ



**MECCANOTECNICA**  
BOOK FINISHING SOLUTIONS



Помимо листовых офсетных машин, для производства книг используется рулонное печатное оборудование, которое позволяет очень выгодно изготавливать черно-белые издания

обложке. Их можно было печатать на рулонных машинах, имевшихся в типографии на тот момент. Постепенно к ним стали добавлять оборудование из других государственных российских типографий, многие из которых шли в то время под закрытие. Таким образом, удалось обеспечить техническое оснащение предприятия, что позволило развить книжный бизнес. Параллельно

с этим появилось и оборудование для листовой печати, производства упаковки и отделки печатной продукции. В типографии старались по максимуму загрузить производство, чтобы сохранить предприятие и кадры.

Юридический статус (и даже название) «Дома Печати – Вятка» за эти годы несколько раз менялся. Сегодня он является филиалом «Первой Образцовой Типографии». Несмотря на то, что многие государственные предприятия были закрыты, «Дом Печати – Вятка» было решено сохранить. Ключевым для типографии стал 2010 г., когда было принято решение сделать предприятие базовым для производства высококачественных цветных книг. Сюда из головной типографии в Москве было перевезено оборудование, включающее современную печатную технику и послепечатный комплекс для изготовления книг в твердом переплете. На предприятии появились две листовые офсетные машины KBA Rapida 130, позволяющие запечатывать листы бумаги большого формата с очень высоким качеством. Известно, что чем больше формат листа, тем более экономичной получается печать. А при наличии двух машин большого формата себестоимость отиска снижается еще заметнее. В дополнение к ним из Калининграда была перевезена машина KBA Rapida 105, а из Санкт-Петербурга – восьми-красочная машина Komori SuperPerfector. В типографии сформировался мощный производственный комплекс, способный изготавливать книги в больших объемах. Для переплетных процессов здесь установили несколько линий Kolbus для изготовления высококачественных книг в твердом переплете и в мягкой обложке. Разумеется, был смонтирован и допечатный комплекс нужного для больших офсетных машин формата.

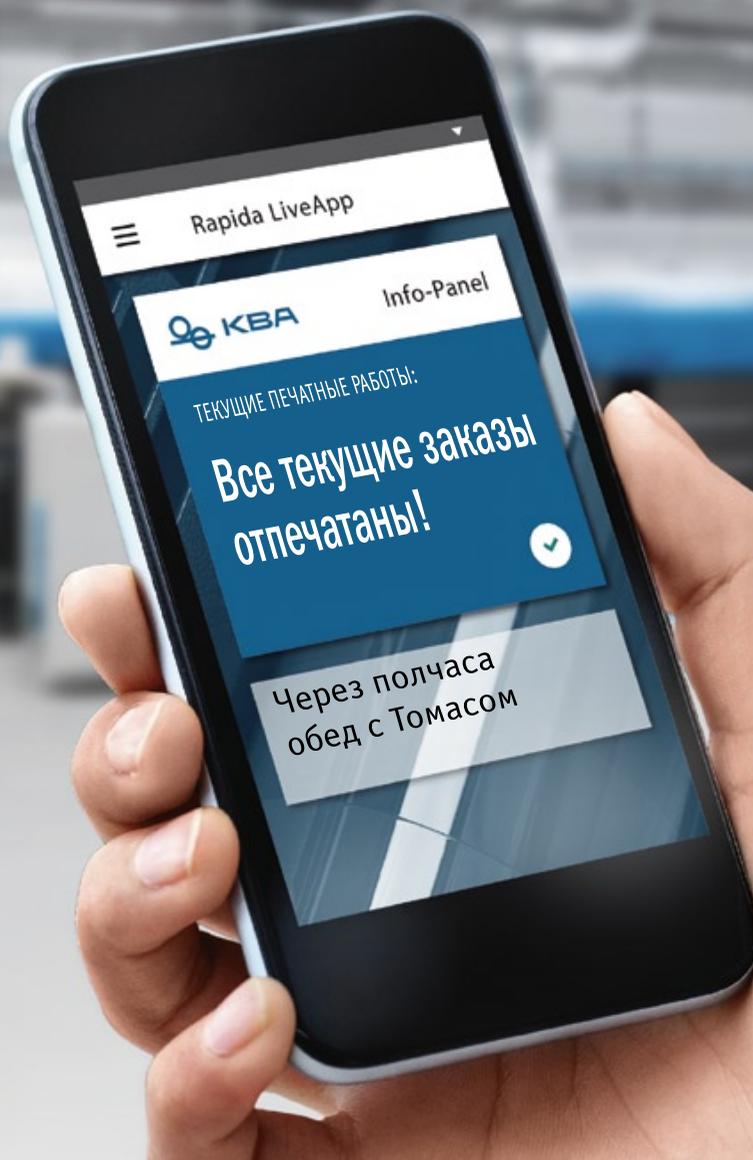
### Выход на новый уровень

«Оборудование – это далеко не все, что нужно для успешной работы на рынке, – отмечает директор «Дома печати – Вятка». – Типография пережила не самые лучшие времена, и ее, по сути, нужно было «перезапустить». Два с лишним года назад меня пригласили возглавить предприятие. Задача была – вывести типографию на принципиально новый уровень, что сделать было сложно, но при этом интересно. Опыт руководства крупными типографиями у меня был (Александр руководил типографией «Уральский рабочий» в Екатеринбурге – *примеч. ред.*), но переоснащенный «Дом печати – Вятка» – это, конечно, другой уровень».

Александр пояснил, что на предприятии многое пришлось налаживать заново, начиная от простых хо-



В типографии многое делается для обеспечения бесперебойной работы производства. С этой целью здесь установлены два СТР-устройства Kodak для вывода форм большого формата. Таким образом, дублирование допечатного участка гарантирует надежную работу предприятия. Для изготовления печатных форм используются пластины Kodak Electra XD



## Автономная печать с AutoRun

Благодаря AutoRun мы предлагаем Вам технологию будущего. Ваши машины КБА могут самостоятельно переналаживаться и переходить с тиража на тираж полностью автоматически. Таким образом, Вы оптимизируете производственное время и высвобождаете ресурсы для дополнительных заказов. Ориентированное на пользователей использование данных, включая объединение типографии в единую сеть, — является основным принципом всех цифровых сервисов КБА 4.0. Узнайте, как сделать вашу типографию цифровой и увеличить за счет этого вашу прибыльность.

Более подробная информация: [www.kba.com/trends/autorun](http://www.kba.com/trends/autorun)



000 «КБА РУС»  
Тел: +7 495 7821377, [kba@kba-print.ru](mailto:kba@kba-print.ru)  
[www.kba-print.ru](http://www.kba-print.ru)

1  
8  
200 years  
Koenig & Bauer  
1  
1  
0  
2

KOENIG & BAUER



В «Доме Печати – Вятка» установлено оборудование для размотки рулонов (вверху), которое используется для нарезки листов под формат печати на машинах KBA Rapida 130. После запечатки листы разрезаются пополам для фальцовки на автоматизированной линии MBO M80

в полноценное восстановление нашего оборудования. Поначалу счета за запчасти были чуть ли не пятизначными в иностранной валюте, но постепенно мы вывели технику на нужный нам производственный уровень, что позволило существенно повысить качество выпускаемой продукции. Машины KBA могут выдавать высочайший результат печати, но за ними, как за любой техникой, необходимо следить, проводить планово-предупредительные ремонты и необходимое обслуживание. И теперь мы делаем это на регулярной основе».

### Бесперебойная работа

Александр также пояснил, что на предприятии многое делается для обеспечения бесперебойной работы: «До недавнего времени у нас был всего один CtP большого формата, и в случае его остановки у нас вставал весь процесс печати на больших машинах (есть еще CtP малого формата, но формы для Rapida 130



зайственных задач (во многих цехах и помещениях банально нужно было делать ремонт) и заканчивая полной реорганизацией производственных потоков. К примеру, склад готовой продукции и экспедиция находились в противоположных концах здания (а оно немаленькое), и отгрузка тиражей приводила к необходимости возить продукцию на погрузчиках через весь корпус. Подобные недоработки необходимо было исправить. Что касается оборудования, то здесь хорошо понимали одну простую вещь – оно требует полноценного обслуживания. «Несмотря на то, что у нас серьезная собственная сервисная служба, без помощи производителей и без оригинальных запчастей полноценно использовать высокопроизводительное и качественное оборудование невозможно, – отмечает Александр. – Поэтому мы начали вкладываться



Для производства книг в твердом переплете смонтировано профессиональное оборудование Kolbus: линия для обработки и вставки книжных блоков, крышкоделательная машина, а также линия клеевого-бесшвейного скрепления



Чтобы получить качественно сшитый блок, применяются новые ниткошвейные машины Aster



Для обработки и декоративной отделки переплетных крышек применяется восстановленная машина для тиснения Kolbus, ламинатор, трафаретная линия для нанесения изображений на покровный материал и другое оборудование

чики не требуют соблюдения сроков. Теперь у нас есть все необходимое, чтобы работать с самыми серьезными издателями. Мы смогли показать и уровень качества, и нашу надежность как партнера».

### Переплетные операции

Производство книг — сложный процесс, в котором задействовано

на нем делать нельзя). Поэтому в прошлом году мы решили приобрести дублирующий СтР. Наше руководство в управляющей компании смотрит на это позитивно. Теперь у нас все процессы продублированы, что позволяет гарантировать нашим заказчикам не только качество продукции, но и сроки. Книга, конечно, не газета, но это не значит, что заказ-

большое количество полиграфической техники. На предприятии работают самые современные послепечатные комплексы. «Мы понимаем, как важно для наших клиентов качество переплета, — говорит Александр. — У нас установлены итальянские ниткошвейные машины Aster компании Meccanotecnica, которыми мы очень довольны. К сожалению, нам их не хватает, и сейчас мы прорабатываем вопрос о закупке дополнительных единиц техники. Сохранились, конечно, и старые ниткошвейные машины советского производства, но когда нужно получить высококачественный переплет, мы шьем блоки на Aster. Обработка и вставка книжных блоков организуются на производственных линиях Kolbus, которые позволяют получить самый лучший в плане качества переплета результат. Линий таких у нас две: одна постарше, другая поновее, но обе работают с максимальной

# 5 причин купить светодиоды



Совершенно сухой оттиск



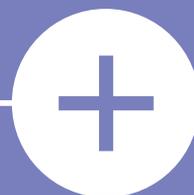
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по непитьвающим материалам



**TERRA SYSTEMS**  
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин  
led@terrasystems.ru



**SPECTRAL UV**  
A BALDWIN Technology Company



С целью диверсификации бизнеса в «Доме Печати – Вятка» решено было развивать направление производства картонной упаковки. Это потребовало инвестиций в специализированный парк оборудования. Одним из приобретений стал автоматизированный вырубной пресс Revotec 1040S с секцией удаления облоя. За надежность и стабильную работу с картоном и гофрокартоном в типографии его называют «корейским Bobst»



Для работы с картоном производственный парк типографии пополнился кашировальной машиной и фальцевально-склеивающей линией

скоростью и обеспечивают самое высокое качество блока». В типографии установлена также крышкоделательная машина Kolbus, которая обеспечивает производство всего объема переплетных крышек. С прежних времен на предприятии остались несколько прессов Kolbus для тиснения фольгой по готовым переплетным крышкам. Не так давно их полностью восстановили, что позволило использовать оборудование для выполнения текущих заказов. Что касается фальцовки листов, отпечатанных на больших машинах KBA Rapida 130, то в настоящее время технология предполагает разрезку листов пополам и фальцовку на скоростной автоматизированной фальцевальной машине MBO M80. Конечно, это только малая часть комплекса послепечатного оборудования типографии, которое дает возможность изготавливать сложные книги высокого качества и работать с самыми крупными издателями.

### Серьезные преимущества

Александр пояснил, что у «Дома Печати – Вятка» есть ряд серьезных аргументов в работе на рынке. Качество и надежность в типографии на самом высоком уровне, а порядок заработных плат в городе ниже, чем в большинстве регионов России, что не может не сказаться на себестоимости продукции. А можно посмотреть и с другой стороны. При схожих ценах «Дом Печати – Вятка» получает большую прибыль, чем другие крупные книжные типографии. «Мы сфор-

мировали интересный критерий оценки эффективности. Это уровень прибыли на одного сотрудника типографии. И мы стремимся к тому, чтобы этот показатель постоянно рос», – поясняет Александр. Этому способствует и выбор продукции (типографии выгоднее производить сложную цветную книгу на мелованной бумаге), и диверсификация, и строгое слежение за количеством работающих сотрудников. Критерий действительно интересный...

### Диверсификация в упаковку

В плане диверсификации в типографии наращивают производство упаковки. «У нас работает полный комплекс для изготовления картонной упаковки, – рассказывает Александр. – Мы приобрели очень надежный и качественный вырубной пресс Revotec 1040S, который считаем «корейским Bobst». Этот вырубной пресс имеет «европейский» уровень автоматизации, в нем есть секция удаления облоя, удобное позиционирование штампа. Помимо этого, у машины высокое качество изготовления, исключительная надежность и стабильность в работе. На этом прессе мы вырубам коробки из плотного и гофрированного кашированного картона. Правда, секцией удаления облоя мы не всег-



Основная специализация «Дома Печати – Вятка» – изготовление книжных изданий как цветных, так и черно-белых в твердом и интегральном переплетях с отделкой разной сложности



Книги по искусству, художественные издания для разных возрастных категорий от ведущих российских издательских домов – в числе заказов Кировской типографии

да пользуемся, поскольку зачастую бывает проще сделать вручную. Но при больших тиражах это, конечно, вырывает. У нас установлены также копейская фальцевально-склеивающая линия и кашировальная машина для изготовления коробок из микрофюрокартона. Таким образом, все необходимое для изготовления упаковки на нашем предприятии имеется и хорошо работает. Одну из наших машин KBA (Rapida 105) мы сейчас активно загружаем печатью по картону и увеличиваем объем производства упаковки».

### Перспективы

Что касается перспектив печатной книги, то несколько лет назад многие говорили о том, что бумажная книга как продукция будет постепенно уходить с рынка, заменяться либо электронной книгой, либо книгой по требованию. Александр говорит следующее: «Наш опыт свидетельствует о том, что это не так. Книг заказывают много, и они становятся все более сложными, красочными, с необычной отделкой. За последние несколько лет мы существенно увеличили объем книжного

производства. Сейчас наше предприятие обрабатывает около 2500 заказов на книги и брошюры в год, в том числе более 1500 заказов на книги в твердом переплете. А это примерно 5 заказов в день! И хотя тиражи книг постепенно снижаются (два года назад средний тираж составлял около 5 тыс. экз., а сейчас – 4,5 тыс. экз.), но у нас это компенсируется ростом числа заказов. И упаковки мы производим все больше и больше. Так что свою рыночную нишу мы нашли. При этом важно понимать, что наша типография, хоть и государственная, все заказы мы привлекаем на рыночных, коммерческих условиях, никакого госраспределения заказов уже давно нет. Мы полностью работаем на свободном рынке. И те рыночные преимущества, которые у нас есть, мы активно используем.

Насколько бы предприятие ни было оснащено и продвинуто вперед, главное – это люди, сплоченный коллектив, болеющий за конечный результат. Важный принцип построения нашей работы – это прежде всего качество выпускаемой продукции. Лучше сделать меньше, но качественно и рентабельнее. При этом я всегда говорю: если мы лучше не сделаем, то за нас это смогут сделать другие, главное – имидж предприятия, умеющего делать хорошую цветную книгу, и это надо постоянно поддерживать на должном уровне».

### «Сытинское Дело» всероссийский конкурс студенческих работ

Всероссийский конкурс студенческих работ «Сытинское Дело» стартовал 1 декабря 2017 г. на выставке-ярмарке интеллектуальной литературы «NON FICTION» в ЦДХ. Организаторами конкурса являются АО «Первая Образцовая типография»\* при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и Российского книжного союза. Тема конкурса этого года – «АЗ, БУКИ, ВЕДИ... Просветительская деятельность российского книгопечатника и издателя И.Д. Сытина».

Участникам – студентам всех курсов, обучающихся по программам бакалавра или специалиста в области журналистики, полиграфии, истории, медиа и коммуникаций, дизайнера, сценарного, операторского и режиссерского дела предлагается:

- подготовить реферат (статью, журналистский очерк, мультимедийный проект) на заданную тему;
- написать сценарий и/или представить короткометражный фильм, видеорепортаж или вдохновляющий ролик о И.Д. Сытине, его просветительской деятельности, в том числе о Сытинском букваре;
- выполнить графическое задание и представить эскиз обложки букваря.

Объем конкурсной работы – не менее 7 стр. формата А4 при полуторном интервале 12 кеглем. Для графического задания – предоставляется макет обложки и описание идеи (1 стр. формата А4). Зарегистрироваться и затем направить работу необходимо по электронной почте: [contest@primepress.ru](mailto:contest@primepress.ru) организаторам конкурса.

Конкурс проводится с 1 декабря 2017 г. по 10 марта 2018 г.

После подведения итогов конкурса номинанты и победители приглашаются на церемонию награждения, которая пройдет в Москве в апреле 2018 г. Один из победителей по решению жюри и партнера конкурса – отеля KRAVT в Санкт-Петербурге – получает сертификат на проживание в отеле на двоих.

Информационные партнеры конкурса: журналы «Книжная индустрия», «Университетская книга» и «Вокруг Света». Идею конкурса активно поддержали преподаватели и профессора московских и региональных ВУЗов – МосПолитеха и входящих в его структуру Института издательского дела и журналистики и Высшей школы печати и медиаиндустрии, НИУ ВШЭ и многих других.

Подробности об условиях проведения конкурса и подведения итогов – в «Положении об открытом Всероссийском межвузовском Конкурсе студенческих работ «СЫТИНСКОЕ ДЕЛО».

Сайт конкурса: [contest.primepress.ru](http://contest.primepress.ru).

\*АО «Первая Образцовая типография» является одним из крупнейших предприятий полиграфической отрасли. Суммарный объем производства книг в твердом и мягком переплете по итогам 2016 г. – более 132,7 млн экз., что составляет около четверти объема выпуска книг и брошюр согласно статистике Российской Книжной Палаты.

# Колоссальная загрузка вне сезона, или Что привлекает заказчиков в «ЭкспоПринт»



**Екатерина Антонова,**  
директор производства,  
типография «ЭкспоПринт-2001»  
[Москва]

**Ч**то на самом деле нужно, чтобы изготавливать печатную продукцию высокого полиграфического качества? Оборудование последнего поколения? Максимальная автоматизация производственного процесса? Внедрение новейших технологий и программных решений? Несомненно, это один из путей развития современной типографии. Как ни удивительно, но есть на полиграфическом поле и такие компании, которые вручную шьют потрясающие книги, собирают нестандартные конструкции коробок или с легкостью обходятся без сложного послепечатного обо-

рудования. Московская типография «ЭкспоПринт-2001» — одна из тех компаний, которые умеют мастерски выполнять заказы, даже обладая скромным набором полиграфических инструментов, но при этом используя большой опыт и знания процессов производства печатной продукции.

## Рекламный профиль

Компания «ЭкспоПринт-2001» стала предлагать услуги по изготовлению полиграфической продукции с 1999 г. с появлением на предприятии первой печатной машины Heidelberg GTO 52-2. Клиентами типографии выступали российские и зарубежные компании, которые размещали заказы на различного рода рекламную

полиграфию — буклеты, брошюры, листовки, многополосные каталоги и т. д. За многие годы работы профиль деятельности типографии не поменялся. Здесь по-прежнему специализируются на изготовлении рекламной продукции высокого уровня полиграфического исполнения.

Со временем производственный парк «ЭкспоПринт-2001» претерпел изменения. В компании появились полноцветные печатные машины Man Roland 74-4 и Shinohara 66-IV формата A2, а также комплекс послепечатного оборудования, необходимый для обеспечения полного производственного цикла — резальные агрегаты, фальцевальная машина, навивочный аппарат, оборудование для клеевого бесшовного скрепления и т. д. В 2006 г. на



Основу печатного парка «ЭкспоПринт-2001» составляет Man Roland 200 формата A2, который оптимально подходит для изготовления рекламной продукции



На предприятии установлен комплекс послепечатного оборудования, необходимый для обеспечения полного производственного цикла по выпуску полиграфической продукции



Стандартный набор полиграфической техники дает возможность стабильно работать на рынке и зарабатывать



предприятию установили еще одну машину Map Roland 200, которая сегодня составляет основу печатного парка типографии. При оснащении производства «ЭкспоПринт-2001» остановила выбор

на формате А2. Как отмечает ее генеральный директор Екатерина Антонова, этот формат очень удобен для производства рекламной продукции, он оптимально подходит для размещения схем, диаграмм, чертежей и другой инфографики, поэтому печать второго формата интересна компаниям, чья деятельность предполагает информирование о своих услугах.

ром и имеем репутацию надежного подрядчика, — отмечает Екатерина Валерьевна. — Большинство компаний, размещающих у нас заказы, являются нашими постоянными клиентами, причем из совершенно разных областей деятельности. В их числе строительные, торговые компании, производители труб, осветительного оборудования и т. д. Среди них есть и довольно крупные заказчики, размещающие миллионные тиражи. У нас всегда колоссальная загрузка вне зависимости от сезона. Наше производ-

### Надежный подрядчик

«Для наших клиентов мы являемся проверенным годами партне-

## ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

### ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

17 микрон – глянцевая: **4,31** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **4,36** Р за м<sup>2</sup>  
 20 микрон – глянцевая: **5,18** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **5,30** Р за м<sup>2</sup>;  
 28 микрон – глянцевая: **7,57** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **7,86** Р за м<sup>2</sup>;  
 75 микрон – глянцевая: **29,10** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **55,29** Р за м<sup>2</sup>  
 125 микрон – глянцевая: **33,75** Р за м<sup>2</sup>  
 А так же: софт тач - **30,73** Р м<sup>2</sup>; черн. софт тач - **46,09** Р м<sup>2</sup>;  
 голографические пленки - **11,64** Р м<sup>2</sup>.

**ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ** от 0 до 1,88 м под заказ, срок исполнения в течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.

**На большие и постоянные объемы - скидки!**

### ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

### ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

серебро - **8,64** Р за м<sup>2</sup> Форматы от 0 до 1,88, сроки – в течение дня.

### СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

### ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

0,15 мм - **180,41** Р; 0,30 мм - **238,60** Р цена указана за м<sup>2</sup>  
**Оптовым покупателям - скидки.**

### БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

**2000** Р коробка, по 35 м **1580** Р коробка, по 24,5 метра

### КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

от **256** Р цена за 1кг.

### КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

от **0,10** Р/ШТ. в наличии 4 и 5,5 мм

### ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

Цвет - белый – **2999** Р Цвет - серебро – **3800** Р

### КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

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

метро Пражская,  
ул.Подольских  
Курсантов, 3

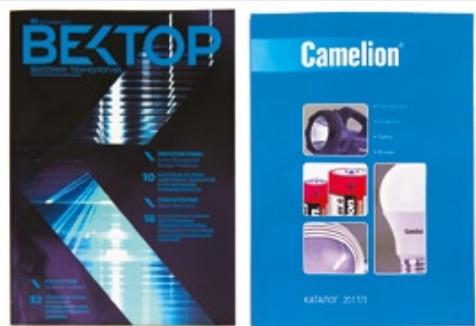
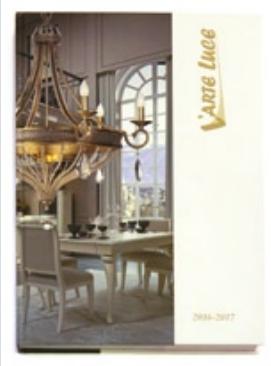
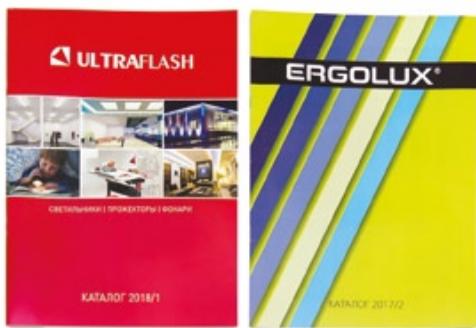
ул. Гагарина д.55,  
офис 310

ул. Химиков 18

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

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

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



Специализацией «ЭкспоПринт-2001» является изготовление рекламной полиграфии – многополосных каталогов, корпоративных журналов и т. д.



устойчивое качество продукции, которое устраивает наших заказчиков. В нашем арсенале нет ничего лишнего, у нас стандартный набор техники, которая дает возможность стабильно и успешно работать на рынке и зарабатывать. В отличие от многих полиграфических компаний, у нас нет долгов, финансовых обязательств или кредитов. Чистая финансовая история позволяет нам предлагать очень выгодные условия сотрудничества, и этим мы еще более интересны нашим клиентам».



Производство пакетов – часть рекламных заказов корпоративных клиентов



В этом году наблюдается большой спрос на календари – квартальные и календари-домики

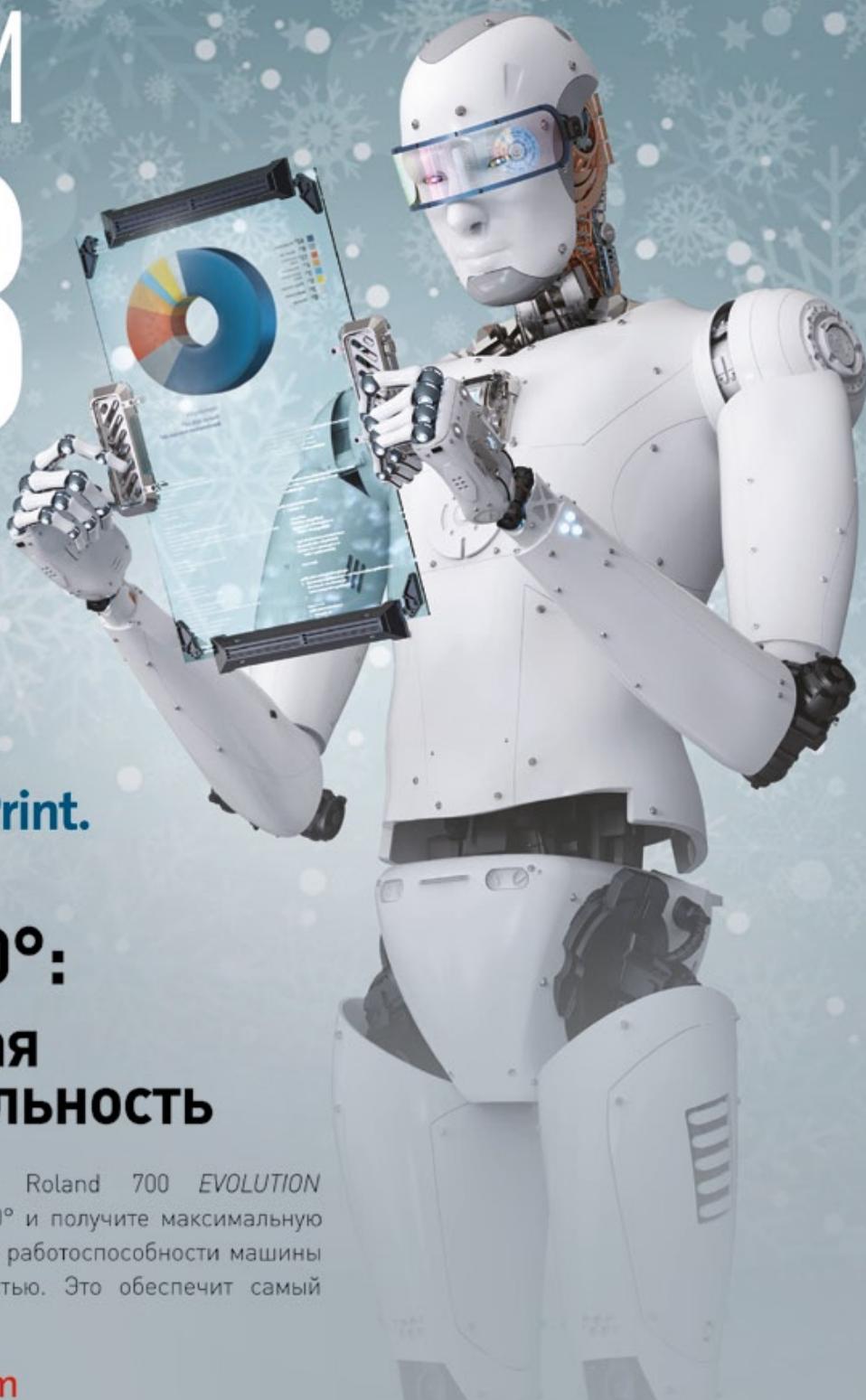


ство не работает всего лишь два дня в году – 31 декабря и 1 января. И если в течение 24 ч у нас техника ничего не печатает, то это крайне странная ситуация. Типография работает круглосуточно. И мой рабочий день начинается в 5 утра. Поскольку производство находится в центре Москвы, раннее начало дня позволяет, с одной стороны, миновать пробки. А с другой, проконтролировать выполнение заказов и решить ряд вопросов еще до того, как начнется рабочий день у наших заказчиков».

Действительно, «ЭкспоПринт-2001» не испытывает недостатка в заказах, причем, как здесь отмечают, даже спад спроса на полиграфические издания в предыдущие годы сильно не затронул компанию. Более того, стали появляться заказы совсем не профильные для типографии, в частности календарная продукция. Но и такие заказы здесь охотно делают, причем очень достойно.

«Мы не можем похвастаться наличием новейшего полиграфического оборудования. Однако мы изначально приобретали новую технику, в том числе и печатную машину Man Roland 200, – отмечает Екатерина. – Мы ухаживаем за своим производственным парком, обновляем детали, поэтому начинка машин вся новая. Это позволяет выдавать

# С НОВЫМ 2018 ГОДОМ!



**The Evolution of Print.**

## **ProServ 360°: Максимальная производительность**

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

[manrolandsheetfed.com](http://manrolandsheetfed.com)

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



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



**manroland**  
sheetfed

**WE ARE PRINT.®**

# Типография PMG: «Кто стоит на месте, тот идет назад»



**Елена Пушкарева,**  
финансовый директор,  
типография «Полиграф  
Медиа Групп» (PMG)  
[Москва]

**В** московской типографии «Полиграф Медиа Групп» (PMG) двери всегда открыты, и это в буквальном смысле слова. Здесь идет работа по срочному изготовлению печатной продукции и отгрузке ее заказчикам. Уютный офис компании на севере столицы выполнен в эко-стиле — лаконичен и прост, а в интерьере и отделке использованы природные материалы. И это не просто дизайнерское решение и попытка укрыться от столичного шума. Придерживаться принципа «зеленого» производства в компании считают важным в современном мире, поэтому здесь вкладывают серьезные средства, чтобы соответствовать стандартам FSC. Это касается не только использования бумаги, изготовленной из сертифицированного сырья, но и приобретения современного оборудования, которое позволяет сократить затраты на материалы, электроэнергию и химию. Именно поэтому «Полиграф Медиа Групп» инвестирует в покупку нового цифрового печатного оборудования. За последние пару лет на предприятии установлены две машины компании Ricoh. О подходе к выбору цифровой техники и перспективных направлениях бизнеса нам рассказали владельцы и технические специалисты типографии «Полиграф Медиа Групп».

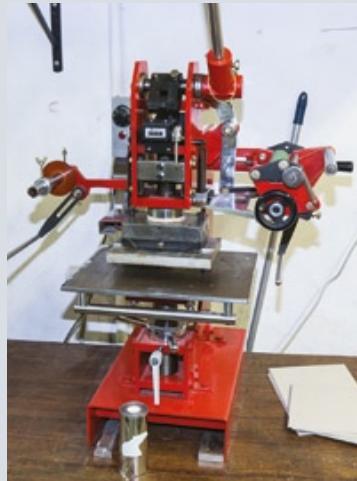
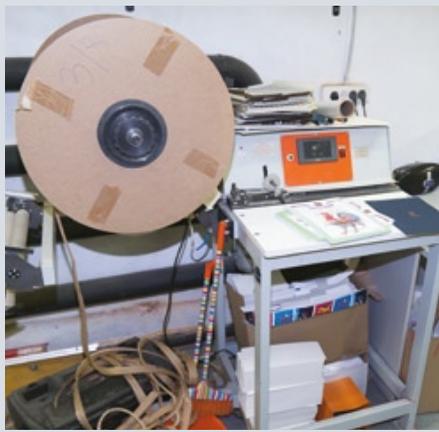
## Если есть мечта...

Более 10 лет назад типография «Полиграф Медиа Групп» начала осваивать рынок цифровых заказов. Основным направлением бизнеса рассматривалось изготовление рекламной и коммерческой полиграфии. Владельцы компании работали до этого в офсетном бизнесе и были хорошо знакомы и с печатными процессами, и с технологиями производства, и с секретами успешного взаимодействия с клиентами. «Решив начать собственный полиграфический бизнес, мы руководствовались огромным желанием и интересом к профессии,

умноженными на многолетний опыт в печатном деле, — рассказывает Елена Пушкарева, финансовый директор и один из основателей типографии. — Ни клиентской базы, ни серьезного оснащения на тот момент еще не было. Начинали с малого: приобрели простую цифровую машину Xerox DC12 и стартовый комплект послепечатного оборудования. Сами работали на производстве: печатали, навивали пружину на календари, выполняли резку. Поскольку мы все вышли из офсета, поначалу было сложно переключиться на «цифру» — здесь и другие объемы производства, и короткие сроки изго-



*В типографии «Полиграф Медиа Групп» работают две цифровые машины от компании Ricoh — шестицветная Linoprint CV с возможностью нанесения белого тонера и Ricoh Pro C7100, договор на поставку которой был подписан на друпa 2016. Сегодня на них печатается до 95% заказов компании*



Пооперационное оборудование для ламинации цифровых отпечатков, навивки пружины, тиснения, пробивки отверстий и установки люверсов

многополосные каталоги, брошюры, буклеты, календари, упаковку и этикетку. Это типография сочных красок, смелых экспериментов и внимательного отношения к клиентам.

### Критерии оценки

За десять лет работы на рынке типография «Полиграф Медиа Групп» опробовала на практике цифровое оборудование почти всех основных поставщиков — Xerox, Konica Minolta, а теперь и Ricoh. Инвестиции в оборудование здесь считают основным двигателем развития компании, поэтому все заработанные средства вкладываются в оснащение предприятия. Даже достигнув оптимального технического уровня, в компании до сих пор придерживаются этого принципа, поскольку уверены: тот, кто стоит на месте, тот идет назад. «Мы убеждены, что вкладывать в оборудование необходимо, причем в автоматизированное, по возможности избавляясь от ручного труда, — отмечает Александр Игнаткин, технический директор типографии «Полиграф Медиа Групп». — Сегодня работники являются основным источником себестоимости. Ведь чем больше сотрудников задействовано на производстве, тем выше операционные затраты. Каждый раз выбирая оборудование, мы должны взвесить много факторов. Ведь, помимо стоимости машины, есть еще много сопутствующих момен-

товления, и много «мелочи». Но теперь я «цифру» обожаю! Когда от момента поступления заказа до выдачи готовой продукции проходит 3 часа и полностью видны все этапы производства, получаешь настоящее удовольствие от результатов своей работы».

Постепенно компания обрала клиентов, искала возможности предло-

жить заказчикам интересные технологии изготовления продукции, вкладывала в техническое оснащение, справедливо полагая, что на производстве должно присутствовать максимально лучшее оборудование для клиентов. Сегодня типография «Полиграф Медиа Групп» является одним из ведущих участников полиграфического рынка. Изготавливает



Для печати широкоформатных работ здесь используют принтер Epson. А на Konica Minolta bizhub Pro C1060 запечатывают листы до 1,2 м, а также изготавливают фотоиздания





Комплект профессионального послепечатного оборудования для изготовления рекламной и упаковочной продукции. В типографии «Полиграф Медиа Групп» стараются автоматизировать процессы производства на каждом технологическом этапе

тов, на которые следует обращать внимание: стоимость обслуживания, количество потребляемой электроэнергии, надежность устройства, гарантийные обязательства, возможность использования разных запечатываемых материалов (сложных бумаг, плотного картона, пластика и т. д.). Все это влияет на себестоимость отпечатка, которая может при внимательных подсчетах неоправданно вырасти. Поэтому каждое

новое приобретение мы тщательно просчитываем, выбирая наилучший вариант по соотношению возможностей и цены».

### В поисках оборудования

В свое время в типографии установили две цифровые машины Konica Minolta bizhub PRESS C6000, что стало очередным заметным шагом в развитии типографии. Когда пришло время обновлять печат-

ный парк, одна из этих машин была заменена на Konica Minolta bizhub Pro C1060, а место другой заняла шестицветная Heidelberg Linoprint CV (аналог модели Ricoh Pro C7100X, получившейся в результате сотрудничества Ricoh и Heidelberg), контракт на поставку которой был заключен во время выставки Printech в 2015 г. На тот момент в типографии интересовались возможностью изготавливать картонную упаковку малыми тиражами, а также применением белил, что позволило бы предложить коммерческому рынку интересные решения в производстве печатной продукции и открыло бы перспективы работы со сложными материалами. «Наткнувшись на западном сайте Heidelberg на информацию о сотрудничестве немецкого производителя с компанией Ricoh, мы заинтересовались этой линейкой цифровых машин, —



Благодаря приобретению машины Linoprint CV типография смогла начать производство малотиражной упаковки цифровым способом. Клиентами выступают крупные бренды, которые заказывают упаковку для своей фокус-группы, проведения промо-акций или изучения потребительского спроса, а также корпоративные заказчики и начинающие товаропроизводители

2018

**RICOH**  
imagine. change.



## RICOH Pro C7100X БОЛЬШЕ, ЧЕМ СМУК

УНИКАЛЬНАЯ  
МАШИНА  
СРЕДНЕГО  
СЕКТОРА С  
ЗАМЕНЯЕМОЙ  
ПЯТОЙ  
КРАСОЧНОЙ  
СЕКЦИЕЙ

ВЫСОКОЕ  
КАЧЕСТВО  
ОТПЕЧАТКА,  
СРАВНИМОЕ С  
ОФСЕТНЫМ

ПЕЧАТЬ НА  
МАТЕРИАЛАХ С  
ПЛОТНОСТЬЮ ДО  
360 Г/М<sup>2</sup> И  
ПОДДЕРЖКА  
БАННЕРОВ ДО 700мм

СКОРОСТЬ ПЕЧАТИ  
ДО 90 А4/МИН

ПРОЗРАЧНЫЙ  
ЦВЕТ ДЛЯ  
ВЫБОРОЧНОГО  
ЛАКИРОВАНИЯ

БЕЛЫЙ ЦВЕТ ДЛЯ  
ПЕЧАТИ НА  
ЦВЕТНЫХ  
БУМАГАХ

НЕОНОВЫЙ  
ЖЕЛТЫЙ ЦВЕТ  
ДЛЯ СОЗДАНИЯ  
ОТПЕЧАТКОВ,  
СВЕЯЩИХСЯ В УФ  
ИЗЛУЧЕНИИ



Заказы на упаковку небольшими партиями выгодны для предпринимателей, чьи объемы производства не превышают 500–600 шт одного наименования товара. Такую продукцию целесообразно печатать на «цифре»

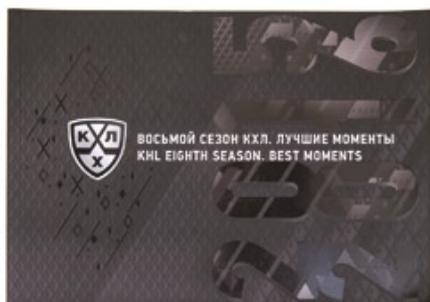
отмечает Александр Игнаткин. — С одной стороны, на нашу заинтересованность повлияла репутация компании Heidelberg, которая в свою очередь обратила внимание на оборудование Ricoh и начала его продвигать, а с другой стороны, когда мы внимательнее изучили цифровую машину Linorprint CV, оказалось, что она действительно выгодно отличается своим функционалом от аналогичного оборудования других производителей. Во-первых, машина стабильно запечатывает листы картона, что требовалось нам для выхода на рынок малотиражной упаковки. Во-вторых, имеет дополнительные опции для нанесения



Возможности персонализации на цифровых печатных машинах активно используют в типографии для производства именных подарочных пакетов, визиток, приглашений, поздравительных открыток и т. д. Для корпоративных подарков можно заказать упаковку и самоклеющиеся этикетки



белого тонера или глянцевого лака. Однако лакирование требуется для наших работ не так часто. Нам интереснее было использование именно белил. Поэтому комплектация машины, которую мы выбрали, позволяет печатать белым тонером. Кроме того, в Linorprint CV реализованы гибкие настройки, которые позволяют запечатывать сложные дизайнерские бумаги, картон, пластик и т. д., а также работать с цветными и темными бумагами, совмещать цвета при печати в несколько прогонов. Что немаловажно, при всех необходимых нам опциях, оборудование имеет адекватную стоимость».



На цифровом оборудовании от компании Ricoh в «Полиграф Медиа Групп» изготавливают печатные работы нестандартных размеров с применением белого тонера на обложке



Бумажные пакеты, отпечатанные на цифровой машине, в том числе на дизайнерских материалах. Как правило, тираж такой продукции небольшой и зачастую изготавливается для проведения промо-акций, рассылки корпоративных подарков и т. д.

### Реализация задач

Те задачи, которые типография «Полиграф Медиа Групп» планировала решить покупкой цифрового оборудования Linoprint CV, сегодня удачно реализуются. «В настоящее время сформировался рынок малотиражной упаковки, — рассказывает Александр. — В некоторой степени этот процесс ускорил кризис, когда у многих компаний упали объемы производства. И как выяснилось, крупные бренды, работающие на российском рынке, не знали о возможности изготавливать упаковку ограниченным тиражом. Сегодня мы сотрудничаем с рядом компаний, которые заказывают у нас небольшие партии упаковки для внутреннего использования — обучения менеджеров, для своей фокус-группы, проведения промо-акций, исследования потребительских предпочтений и т. д. Такую упаковку мы печатаем тиражом в 100–200 экз. на цифровом оборудовании и выполняем любую отделку (тиснение, конгрев и т. д.), так что она ничем не отличается от упаковки, которая впоследствии печатается крупными тиражами и поступает в торговые сети.

Кроме того, сейчас формируется рынок индивидуальных предпринимателей, которые начинают свой бизнес, открывают небольшие магазинчики, выводят на рынок новые продукты (мед, шампуни и т. д.). Здесь уже тиражи могут достигать 500–600 экз. Для небольших партий товаров делать упаковку на офсете не выгодно. Хотя, конечно, порог по ти-

ражам в офсете во много раз снизился: если 7 лет назад минимальный офсетный тираж составлял 1000 листов, то сегодня многие офсетные типографии готовы сотрудничать по тиражам в 200 экз.»

Другим интересным направлением, в котором типография смогла начать работать благодаря новой цифровой машине, это печать белилами. Сегодня этот прием активно используется при производстве и упаковке, и коммерческой рекламной продукции. Белила очень выигрышно смотрятся на темных бумагах или наносятся под полноцветное изображение для получения визуально более сочных красок. В типографии научились грамотно использовать возможности оборудования для того, чтобы изготавливать оригинальную и стильную печатную продукцию.

Положительный опыт владения техникой Ricoh повлиял на то, что во время проведения выставки drupa в прошлом году был подписан договор о приобретении цифровой машины Ricoh Pro C7100. Поставка как этой, так и предыдущей машины осуществлялась через российский офис «Гейдельберг-СНГ», а сервисное обслуживание оборудования обеспечивает компания «РИКО Рус». Причем у «Полиграф Медиа Групп» уникальные условия сервисного контракта, который практически исключает простои оборудования. В типографии имеется склад запасных частей к машинам Ricoh, технические специалисты прошли обучение по сервисному обслуживанию оборудования у компании-производителя и имеют разрешение на ремонт машины и любую замену деталей, пока необходимые запасные части не появятся на складе или проблема не будет решена в головном офисе.

Сегодня на цифровом оборудовании Ricoh печатается 95% заказов типографии «Полиграф Медиа Групп»: календари, бумажные пакеты, открытки, визитки, брендированная продукция, упаковка, многополосные каталоги и многое другое. Как отмечают в типографии, рынок рекламной полиграфической продукции восстанавливается. Итоги прошлого года почти на 50% превысили результаты 2014 г., и хотя этот год еще не закончился, можно, несомненно, говорить о росте числа заказов. А это значит, что у компании есть все шансы оставаться конкурентоспособной и планировать дальнейшие инвестиции в оснащение и развитие. ■

# Смарт

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

[smart-nn.rf](http://smart-nn.rf)

## ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

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

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

# СКОРО

в типографии



установка  
и презентация  
новой печатной машины

## HEIDELBERG

Speedmaster CD 102-5+L  
с Prinect Image Control 3

и пресса для  
горячего тиснения  
фольгой - SBL 1050EF

# Эволюция развития, или Один Versant хорошо, а два лучше



**Сергей Немцов,**  
руководитель компании,  
холдинг Helen Group  
[Москва]



**Александр Русаков,**  
руководитель полиграфиче-  
ского направления,  
холдинг Helen Group

**И**нформацией об очередной установке цифрового оборудования в офсетной типографии, пожалуй, сегодня сложно удивить. Вопрос в другом, с чем связана потребность полиграфических компаний в цифровой печати и почему в рамках одного предприятия развитие цифрового направления бизнеса зачастую идет даже более активно, чем офсетного. Об этом мы поговорили со

специалистами московской типографии Helen, для которой цифровая печать уже много лет является прибыльной частью полиграфического бизнеса и используется для выстраивания партнерских долгосрочных отношений со своими заказчиками.

## От рекламы до полиграфии

Типография Helen входит в рекламно-производственный холдинг

Helen Group, предоставляющий услуги по подготовке рекламного контента в прессе и интернет-пространстве, а также по изготовлению рекламной полиграфии и сувенирной продукции. Основой холдинга послужило «Рекламное Агентство «Елена», которое работает на российском рынке с 1994 г. и профессионально занимается медиапланированием, предлагает проведение рекламных кампаний, маркетинговых акций и т. д. Поскольку рекламный бизнес так или иначе связан с использованием рекламных печатных материалов, у агентства появилась потребность в изготовлении полиграфической продукции для собственных заказчиков.

Как рассказал руководитель компании Helen Group Сергей Немцов, со временем было принято решение об организации полиграфического и сувенирного направлений, и в компании постепенно стали обзаводиться производственными мощностями: «Полиграфический бизнес начался для нас с фотовывода и изготовления цветопробы. В 1998 г. мы приобрели оборудование для производства печатных форм и первое время работали как препресс-центр. Заказы на печать размещали в других типографиях, однако постоянно сталкивались с проблемой отделки отпечатанного



В этом году в типографии Helen полностью модернизировали цифровой печатный парк, установив две машины Xerox — Versant 80 Press и Versant 180 Press, который оснащен вместительным лотком для бумаги и более совершенной системой приводки лица и оборота отпечатка. Наличие двух однотипных машин снижает риск остановки печатного процесса



Офсетные заказы выполняются на шестикрасочной печатной машине Heidelberg Speedmaster 52-6, составляющей основу производственного парка типографии



тиража. Это заставило нас приобрести свою первую фальцевальную машину, оборудование под календарную продукцию, а затем организовать и полноценный цех для послепечатной отделки. До типографии полного цикла нам оставалось установить только печатную технику, что вскоре и произошло. Мы приобрели сначала двухкрасочную Ryobi 522 NX, а впоследствии шестикрасочную Heidelberg Speedmaster 52-6, которая составляет сегодня основу нашего печатного парка».

**«Цифровой» опыт**

Помимо офсетного направления, в типографии Helen активно развивают бизнес цифровой печати. Причем, как отмечает Сергей Немцов, цифровое оборудование появилось в компании сразу же, как у агентства возникла потребность в печати. «У нас с самого начала полиграфической жизни были цифровые машины Xerox, — рассказывает Сергей. — Однако мы не рассматривали цифровую печать как способ зарабатывания денег. Скорее, считали ее вспомогательным инструментом в нашей работе. С развитием компании мы увидели, что «цифра» приносит прибыль и может служить источником дополнительного дохода».

За всю историю развития типографии здесь были установлены самые разные модели цифровых печатных машин Xerox — от простого устройства DC12 до профессионального полноцветного оборудования DC700 и Color C75 Pro. В этом году в типографии Helen полностью модернизировали цифровой печатный парк, установив две печатные машины Xerox — Versant 80 Press и Versant 180 Press. «Нам, если часто, очень повезло с поставщиком, — отмечает Сергей. — Мы работаем с дилером Xerox — компанией NBZ Computers. Могу сказать, что это хороший партнер и по деловым, и по человеческим качествам. Мы всегда видим лояльное

отношение и высококачественное обслуживание. И наше сотрудничество с Xerox во многом развивается именно благодаря дилеру, который всегда предлагает нам решения, которые максимально выгодны для нашего производства. Так случилось и с приобретением новых устройств Xerox Versant. В какой-то момент в нашем Xerox Color C75 Pro вышла из строя материнская плата в RIP, и мы рисковали на месяц остаться без машины. Чтобы не терять деньги из-за простоя оборудования, дилер предложил приоб-



Принтер Epson используется для печати цветопробы



Вывод пластин осуществляется на автоматизированном CtP-устройстве Agfa :Avalon N4



Послепечатные операции считают в типографии очень важными для получения добавленной стоимости конечного продукта, поэтому отделкой и обработкой отпечатанных листов здесь всегда занимались самостоятельно

стрее нужно отгружать. «На офсете стандартное время изготовления заказа 3–4 дня, а на «цифре» – один день, – подтверждает Александр Русаков. – Для большинства клиентов важно иметь возможность получить заказ в течение суток, поскольку спланировать сроки готовности печатных матери-

рести Versant 80. Мы решили тогда, что инвестиции в новую технику будут более выгодны, чем потеря средств из-за отсутствия возможности печатать. Когда же к Color C75 Pro пришла новая материнская плата, опять же дилер предложил рассмотреть вариант замены этой модели оборудования, поскольку пробег на машине был уже приличный и в скором времени вопрос замены все равно бы возник. В итоге компания NBZ Computers забрала у нас Color C75 Pro в трейд-ин и поставила нам новый Versant 180 в хорошей комплектации, с дополнительным лотком. Таким образом, вопрос с оснащением цифрового участка мы сейчас полностью закрыли».

«Вместительный лоток для подачи бумаги, во-первых, удобен тем, что оператору не требуется часто докладывать бумагу, – говорит руководитель полиграфического направления холдинга Helen Group Александр Русаков, – а во-вторых, при подаче бумаги из этого лотка обеспечивается более точная приводка и совмещение лица с оборотом, особенно при работе на сложных материалах. Сегодня наша типография оснащена двумя однотипными машинами Xerox Versant, что резко уменьшает вероятность остановки печатного процесса».

### Дополнительные преимущества

Благодаря использованию цифрового оборудования у типографии Helen появились определенные преимущества, которые позволяют эффективно работать с заказчиками, делая сотрудничество более гибким. Как отмечает Сергей Немцов, офсетная полиграфия сейчас движется в сторону коротких тиражей, которые все бы-



Типография Helen довольно много выполняет заказов на навивочку пружины. Это и календари, и продуктовые каталоги. Навивочное оборудование появилось на предприятии одним из первых

## «Капли дождя» (Санкт-Петербург)

Год рождения: 1996

### Оборудование:

Xerox DocuColor 12 + Splash (2004)

Xerox DocuColor 8000 + Creo (2005)

Xerox Versant 2100 Press + EFI EX-P 2100 (2016)

С оборудованием Xerox мы впервые познакомились на выставке «ПолиграфИнтер» в 1996 г. и выбрали его за качество печати и хорошо налаженный сервис. С приобретением DocuColor 8000 в 2005 г. цифровая печать заняла существенное место в нашей производственной цепочке. Эта машина проработала у нас 11 лет — целую вечность для цифрового оборудования, и в конце срока службы печатала не хуже, чем при запуске.

Xerox Versant 2100 Press — это качественный технологический скачок, надёжный и удобный инструмент, полностью устраивающий нас и наших клиентов. На этой машине у нас востребована печать на форматах до 330×660 мм, а больше всего нас очаровали стабильность и качество цветопередачи, ровные заливки и плавность полутоновых переходов. Это действительно Graphic Arts с большой буквы! Контроллер печати EFI EX-P 2100 позволяет работать с цветом так, как



мы привыкли это делать в офсетной печати. Теперь для нас вполне реально «попасть в цвет» заказа, отпечатанного месяц назад, или добиться совпадения с офсетным отпечатком. Мы даже ввели новую услугу для «офсетных» заказчиков — «цифровая цветопроба на тиражной бумаге».

Директор  
Игорь Валериевич Любомиров

## Типография ИНТ (Кемерово)

Год рождения: 1997

### Оборудование:

Xerox Nuvera Classic Light (с 2012)

Xerox DC 8080 (с 2011)

Xerox Color 800 (с 2014)

В 2014 году мы стали обладателями ЦПМ Xerox Color 800 с дополнительной пятой секцией для печати прозрачным лаком. А когда появилась возможность дооснастить эту машину опциями для печати серебряным и золотым цветом, мы решили ею воспользоваться. Печать золотом и серебром мы используем в основном для дорогих штучных заказов. Теперь мы можем предложить нашим клиентам выделиться с помощью уникальной продукции, которую не может сделать никакое другое цифровое оборудование, и дать возможность дизайнерам и рекламным агентствам заработать на разработке такой продукции.



Зам. директора  
по развитию  
Андрей Грузин

## Типография ВК (г. Челябинск)

Год рождения: 2002

### Оборудование: Xerox DocuColor 252 (с 2007),

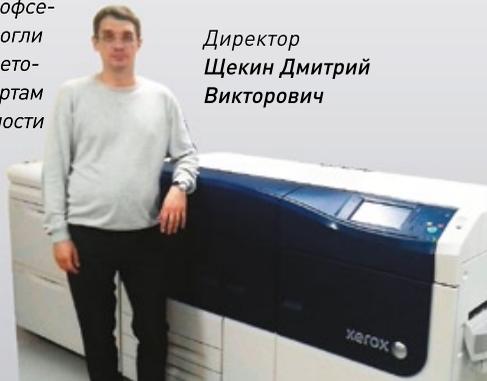
Xerox DocuColor 8000AP (с 2008),

2 Xerox D-95 (с 2013 и с 2015),

Xerox Versant 2100 (с 2016)

Мы начинали как небольшое рекламное агентство, расположенное в квартире обычного жилого дома, и печатали на МФУ Xerox офисного класса. В 2008 г. у нас появилась первая промышленная офсетная и цифровая техника. Сегодня в типографии работают современные 4-х и 5-красочные офсетные машины и промышленное послепечатное оборудование. Ежемесячно типография выполняет около 1000 заказов, на ЦПМ печатается около 40 000 цветных и 100 000 черно-белых отпечатков. Рекордом для нас стал заказ на цифровую печать 2,5 миллиона страниц А3 за 1 месяц.

В этом году в типографии запущена ЦПМ Versant 2100 Press. Мы довольны качеством печати, а увеличенный до 660×330 мм формат позволяет печатать на цифре ту продукцию, которую ранее приходилось печатать офсетом. На новой машине мы смогли приблизиться по точности цветопередачи к офсетным стандартам качества, а высокие возможности автоматизации помогают организовать правильный техпроцесс и обеспечить стабильность результатов. В результате машина стабильно и качественно печатает на очень широком спектре материалов.



Директор  
Щекин Дмитрий  
Викторович

## «Цифровые технологии» (Москва)

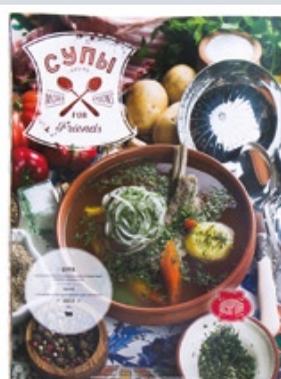
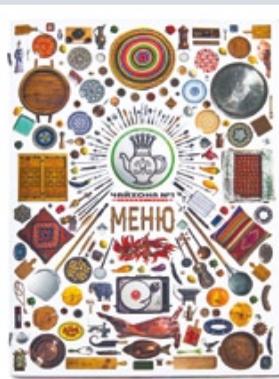
Год рождения: 2001

Оборудование: Xerox DC12 (2001–2005), Xerox DC250 (2005–2008), Xerox DC 7000AP (2008–2011), Xerox Color 1000 (2011), Xerox Color 800 (2012), Xerox Versant 2100 (2016)

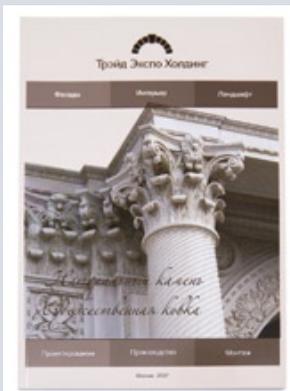
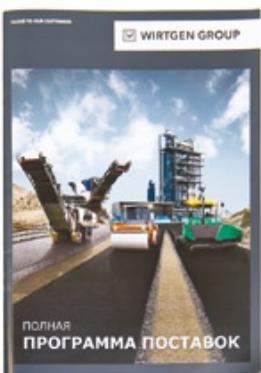
В этом году, чтобы расширить ассортимент продукции и ответить на растущий спрос на доступную цифровую печать, мы приобрели Xerox Versant 2100 Press. В этой модели применены технические решения, хорошо зарекомендовавшие себя в старших моделях. Системы контроля качества печати гарантируют стабильный результат на любых тиражах. Автоматическая приводка лица и оборота и калибровка снижают трудозатраты, а значит и себестоимость. Печать на форматах до 660 мм заметно расширяет ассортимент, теперь мы можем выпускать горизонтальные брошюры А4 на скрепке, буклеты А4 в два сложения, большие перекидные настенные календари и полноформатные вкладыши.

Генеральный директор  
Наталья Рукина





Весомая часть рекламных заказов требует дополнительной отделки – лакирования, ламинирования, тиснения и т. д. Чем сложнее отделка печатной продукции, тем выше себестоимость ее производства



Производство многополосных рекламных каталогов – важная составляющая заказов типографии Helen. Заказывается их довольно много. Заметная часть из них печатается цифровым способом, поскольку для такой продукции важно оперативное изготовление, как правило, к маркетинговым мероприятиям

алов клиентам не всегда удается. И это типичная ситуация, когда заказы размещаются в последний момент и сроки их изготовления необходимо сократить в разы, поэтому без цифровой печати было бы невозможно выполнить это требование заказчиков.

«Второй очень важный момент в нашей работе – это большое количество пограничных по тиражности «цифра»–офсет заказов, которые все больше смещаются в «цифру», – говорит Сергей. – Сегодня количество цифровых заказов увеличивается, и даже вне сезона мы часто упирались в одну машину, поскольку одновременно идут два срочных тиража – на персонализацию и цветную печать. Поэтому мы приобрели две цифровые машины, чтобы эти потоки заказов разделить».

«Цифровая печать удобна еще и тем, что позволяет срочно изготовить часть офсетного тиража. Нам нередко приходится разбивать тираж и частично печатать его на «цифре», а остальное – на офсете. То же относится и к возможности изготовить сигнальные экземпляры, которые утверждаются с заказчиком, прежде чем запустить работу на офсетной машине. Есть и еще одно преимущество – печать листа удлиненного формата, что регулярно пользуется спросом для производства календарей или рекламных буклетов», – рассказывает Александр Русаков.

«Цифровикам мы не конкуренты

### Цифровикам мы не конкуренты

Несмотря на то, что типография Helen активно применяет цифровую печать, ее руководство не считает, что компания может составить конкуренцию цифровым типографиям. Сергей пояснил: «По качеству «цифра», на мой взгляд, стала очень близка к офсету, и потребитель визуально не отличит, каким способом отпечатан тираж. При таком тандеме – «цифра»–офсет – мы умудряемся продавать услуги дорого, по сравнению с чисто цифровыми компаниями. Но у нас нет задачи конкурировать с цифровиками. К нам обращаются заказчики, выбирая нашу типографию по товарным группам, по возможности отпечатать конкретный продукт. У нас и продажи выстроены именно по продуктам, а не по услугам типографии. Кроме того, в отличие от цифровых полиграфических компаний, мы все же не так заостряем внимание на разнообразии запечатываемых материалов. Большая часть бумаги у нас используется параллельно и в офсете, и в «цифре» – за разнообразием не гонимся. Цифровую печать мы все же позиционируем как подспорье офсету, что помогает нам продавать продуктовую линейку целиком. И клиент не уходит от нас из-за того, что он не смог разместить заказ на комплект визиток. Поэтому на вопрос: «Может ли быть в офсетной типографии цифровая печать?» – ответу: «Может». Причем она радует прибыльностью. Сегодня «цифра» составляет 12% от всего оборота компании. И с нашими рекламными заказами – короткими, со сроком изготовления еще «вчера» – без цифровой печати не обойтись. Для нашей типографии «цифра» очень актуальна. И приобретение машин модели Versant мы считаем хорошей эволюцией нашего развития».