



Печатный БИЗНЕС

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№ 4 (138) июль-август 2021

Printech-2021

Тактильный эффект

Виктория Ручка: активные продажи

Голос полиграфии: Дмитрий Ермаков

Классика и новинки для обновления производства

30 ЛЕТ

**Поздравляем команду
Печатного дома «Формат» и лично директора
Андрея Леонидовича Попова с юбилеем!**

Благодарим всех, кто внес свой вклад в развитие компании за эти 30 лет. Вы проделали колоссальную работу по формированию высоких стандартов качества и воплощению смелых идей. И сегодня Печатный дом «Формат» — это мощная типография, флагман уральской полиграфии, синоним профессионализма.

Для нас ценно, что Печатный дом «Формат» есть на страницах истории журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама». Желаем типографии дальнейших успехов, мощности, скорости и благодарных заказчиков!



Дорогие полиграфисты!

Летом наши желания полностью совпадают с нашими возможностями, и даже работа становится продуктивнее. Летнее ощущение счастья вселяет в нас энергию силы духа и мысли! Мы становимся частью природы в своем расцвете.

И я внутренне ощущаю, что осень будет очень важным и интересным периодом, так как лето зарядило нас невероятной силой. Первое дыхание осени уже чувствуется — август вступает в свои права. Кто-то прочитает это с грустью, кто-то, наоборот, с воодушевлением. Потому как у каждого из нас уже есть масса наработанных за лето планов, интересных идей и зрелых мыслей, которые необходимо воплотить в жизнь! Желаю всем сил и прекрасного настроения! А самое главное — не терять удовольствия от дела, которым мы занимаемся. Желаю дышать полной грудью и воплотить все, что задумали! И даже больше!

Берегите себя и своих близких!

*С уважением, Людмила Трошина,
главный редактор журнала
«Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»*

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 2 Выставка Printech-2021
- 6 Mimaki TS100-1600 в ГК «Брендбург»
- 10 Новости компаний «Гейдельберг-СНГ», «Режевская типография», «НИССА Центрум», «Кениг унд Бауэр РУС»
- 18 «Прагматика»: мастер-класс по ежедневникам
- 17 ИННОПРОМ-2021

ОБЗОР

- 8 Konica Minolta AccurioPress C7100
- 12 Ricoh Rus на Printech-2021

ГОЛОС ПОЛИГРАФИИ

- 14 Дмитрий Ермаков

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

- 20 Виктория Ручка: активные продажи
- 22 Тактильный эффект в полиграфии

ДЕТАЛИ

- 24 Защитные лаки от «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»
- 26 Синтетические материалы от «Европапир»

Учредитель: ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). **Журналисты:** Семейкина М.В. (semejkina.margo@mail.ru), Ушакова М.А. **Дизайн и верстка:** Кузнецов Г. М. **Корректура:** Власюк Т.Я., Семейкина М.В. **Адрес редакции и издателя:** 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. **Телефон редакции:** (343) 286-17-44. **www.ural-pb.ru.** Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №4 (138) июль-август 2021 г. **Подписано в печать:** 09.08.2021. **Выход в свет:** 11.08.2021. **Печать:** типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Красноармейская, 92а). **Тираж:** печатная версия — 1 000 экз., электронная рассылка — 17 000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. © 2021 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

16+

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

- для офсетной печати
- для глубокой печати
- для увлажнения любого типа
- для УФ-печати и лаков
- для фальцовок и ламинаторов (силикон)
- валы с рильсановым покрытием и насечкой
- разгонные (ширительные) валы



ФОРМНЫЙ ФЛЕКСОВАЛ



РАЗГОННЫЙ ВАЛ



ПАССЕВАЦИОННЫЙ ВАЛ



РИЛЬСАНОВЫЕ ВАЛЫ



ООО «ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ»
152900, РОССИЯ, ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛ.,
Г. РЫБИНСК, УЛ. ЛУГОВАЯ, 7
ТЕЛ.: 8 800 250 02 12
REZINA@FORMATLTD.RU

МОСКОВСКИЙ СКЛАД
141069, РОССИЯ, МОСКОВСКАЯ ОБЛ.,
Г. КОРОЛЁВ, ПОС. ПЕРВОМАЙСКИЙ,
УЛ. СОВЕТСКАЯ, 39В
ТЕЛ/ФАКС: 8 (495) 223-64-47

WWW.FORMATLTD.RU

Новый взгляд на Printech-2021

Деловое общение о рекламной индустрии



практически любой, без исключения, рекламно-производственной компании есть о чем рассказать и поделиться опытом с коллегами, дать практические рекомендации клиентам и т.д. Поэтому популяризация нашей отрасли позволит заложить основы дальнейшего развития и роста данного сегмента рынка.

Признаюсь честно, для меня данное мероприятие было очень волнительным, так как я впервые участвовала в качестве со-модератора. Во-вторых, очень переживала, поддержат ли коллеги по цеху, соберется ли зал и т.д. И я была приятно удивлена, когда ведущие рекламно-производственные компании, поставщики материалов с таким же энтузиазмом приняли приглашение выступить, нашли время посетить — это говорит о том, что коллеги нам доверяют — и это очень ценно.

Наиболее острой темой стало внедрение «жидкого акрила». Данная технология является новинкой на отечественном рынке и вызывает множество вопросов со стороны бизнес-сообщества. Мы обсудили плюсы и минусы перехода на «жидкий акрил», коллеги из компании «Экстерналл» (г. Санкт-Петербург) поделились практическим опытом внедрения «жидкого акрила» у себя на производстве, и я с уверенностью могу сказать, что данная технология имеет большой потенциал для развития. Также мы обсудили вопросы, связанные с разработкой навигации, созданием ярких и креативных концепций рекламного оформления, обсуди-

Продолжаем делиться впечатлениями от главной полиграфической выставки страны Printech и RosUpack. Уделим особое внимание деловой программе: именно обсуждение профессионалов меняет индустрию. На этот раз мы делимся главными вопросами, которые обсудили эксперты. Это прогнозы развития индустрии, проблемы автоматизации, вопросы развития наружной печатной рекламы и оформления точек продаж, а также решения актуальных технических проблем печати — от допечатной подготовки до постпечатной обработки.



Татьяна Фокина, руководитель отдела развития и продаж РПК «ИНФИНТИ» (Москва)

Наша компания уже много лет сотрудничает с порталом RETAIL.RU, и когда мы получили предложение стать со-модератором деловой программы в секции по вывескам, мы с огромным интересом приняли при-

глашение. Нам особенно приятно, что коллеги по цеху с таким же энтузиазмом приняли приглашение посетить «Крокус Экспо», подготовили интересные доклады и яркие выступления. Участие в данных мероприятиях крайне важно для нашей отрасли, но, к сожалению, тема вывесок практически не транслируется в деловых программах выставок. Как мне кажется, про нас просто не знают. А ведь вывеска — это неотъемлемая часть рекламного оформления магазина. Эта тема очень емкая, уверена, что



ли технологические возможности рекламно-производственных компаний. Как создавать нестандартные проекты, неординарные решения, WOW-эффекты, используя знакомое оборудование и технологии.

В эти даты одновременно состоялись 25-я Юбилейная международная выставка упаковочной индустрии RosUpack и 6-я Международная выставка оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства Printech. Было представлено большое количество компаний из Европы, Китая и Турции, посещаемость выставки была очень высокая, а это говорит о большом интересе со стороны аудитории.

Решение проводить мероприятие «Дня рекламного производства» было принято по многочисленным просьбам представителей индустрии и посетителей выставки и стала первым крупномасштабным офлайн-событием рекламно-производственной отрасли, которое проводилось в постпандемийный период. Безусловно, в октябре нас еще ждет выставка «Реклама-2021». Согласитесь, чем больше подобных мероприятий проводится, тем лучше для рынка в целом. Мы уже сейчас начинаем активную подготовку на 2022 год, думаем над деловой программой, подбираем интересные темы и спикеров. Выставка Printech традиционно будет проводиться одновременно с выставкой RosUpack, что дает сильнейшей синергетический эффект двум мероприятиям.



Михаил Кувшинов, директор по развитию компании «НИССА Центр» (Москва)

Во первых, хотел бы поаплодировать стоя организаторам выставки за необычайно насыщенную и интересную деловую программу. А главное, извините за неуклюжий каламбур, по делу. Удалось обойтись минимальным числом выступлений «за все хорошее против всего плохого». Зато всерьез, вдумчиво и профессионально обсудить болевые точки отрасли. Я принял участие в деловой программе и как докладчик по теме «Прибыль в цифре: от этикетки к упаковке», и как модератор пленарной сессии «Стратегия развития полиграфического производства в новой реальности». Как слушатель — еще в нескольких сессиях. И должен отметить как никогда высокий уровень дискуссии. Думаю, организаторам Нуве за деловую программу (как и за выставку в целом) — ровно 5 баллов. А чтобы стало 5+ — еще бы выложить видео выступлений в Сеть.

Капитан напоминает, что бизнесу принципиально важно находиться там же, где его клиенты, целевая аудитория. Не открою Америку, если скажу, что формат выставки как таковой в XXI веке находится под серьезным давлени-

ем. 30 лет назад выставки были единственным способом увидеть сложную технику в действии. Сейчас... Впрочем, вы сами знаете. В результате в конце XX века крупнейшие стенды на отечественной полиграфической выставке (включая стенд «НИССА Центр») были по полторы тысячи метров. Помню, как я строил целую производственную цепочку на стенде. А сегодня стенды тех же компаний — по полтора метра. Что говорить про выставки региональные... Тем не менее, выставки сегодня предлагают важную ценность для посетителей и, как следствие, для экспонентов. Они стали провайдером того, что труднее всего получить в нашем мире — живое, заинтересованное деловое общение. И как раз 2021 год здесь оказался в крайнем позитиве для проведения выставки. Как раз по живому общению все истосковались. Было бы грешно это не использовать — и мы привезли на выставку ЦПМ HP Indigo 6K — первую в России, ставшую крупнейшей печатной машиной на этой выставке. Что еще важнее — множество вариантов продукции наших клиентов. Прежде всего их повседневных заказов — но мы договорились и о специальных продуктах, подготовленных к RosUpack.

Наши ожидания от выставки были оправданы. Это хорошо — но никакого героизма тут нет. Я вообще плохо понимаю, как в бизнесе может быть иначе. Выставка — это огромные затраты, и они должны



быть тщательно выверены. Итоги мы четко объявили — две машины будут инсталлированы в «Алайте-СПб» и «Оптифлекс». Для обеих компаний это не просто не первая HP Indigo — предыдущие машины обе компании запустили в эксплуатацию менее года назад. Значит, прошлые инвестиции показали на фоне пандемического кризиса высочайшую эффективность. И это самый важный для нас итог. Успех бизнеса клиента — необходимое условие самого нашего существования.

Признаться, все рабочие дни выставки я провел либо на стенде, либо в залах деловой программы. Работы было как всегда много. Обойти выставку удалось только перед открытием, когда и у нас, и у коллег происходил монтаж. Могу отметить два момента. Очень выросли и похорошели стенды типографий. Компаниям явно есть что показать, в этой нише отечественный производитель упаковки и этикетки на коне — молодцы. Ушли те времена, когда огромные массы полиграфической продукции печатались в Финляндии и импортировались в Россию. Напротив, сейчас поток обратный. Второе — как шагреневая кожа буквально скукожились стенды поставщиков оборудования. На RosUpack и Printech не было ни одной офсетной или флексографской машины! У Рэя Брэдбери есть пронзительный и очень уместный рассказ-метафора «Может быть, мы уже уходим».

Цифровая этикетка как трамплин к цифровой упаковке — как гибкой, так и картонной. Направления инвестиций в прибыльный инновационный бизнес с реальными российскими примерами. То, за чем пришли к нам наши клиенты — что же еще?

Парк оборудования

Первое ощущение, когда оказываешься на выставке — жизнь кипит. Вокруг диалоги, звуки печатающего оборудования. Впоследствии поставщики неоднократно повторяют, что интерес со стороны клиентов есть, и высокий. Со своей стороны полиграфисты готовы и с удовольствием представляли всевозможные технологии.

Компания «Гейдельберг-СНГ» по традиции представила оборудование в работе. Ежедневные демонстрации высекального прессы Easymatrix 106 CS и инспекционной машины Diana Eye 55 привлекли на стенд широкую аудиторию. Все решения для выпуска упаковки объединены под девизом «Мир упаковки — ваш мир». Пресс Easymatrix 106 CS, который был показан на стенде, продан в компанию «Печатных дел мастер» (г. Москва). По словам руководства типографии, новое оборудование позволит выйти в новый сегмент рынка — производство упаковки, а также расширить возможности в коммерческой полиграфии, предложив клиентам и партнерам дополнительные услуги.

Кроме этого, во время выставки компания «Гейдельберг-СНГ» заключила еще несколько договоров на поставку оборудования. Следите за новостями компании, чтобы узнать о запуске прессы Easymatrix 106 CS в «Печатных дел мастер» и об установках машин в других типографиях.

О возможностях «Гейдельберг-СНГ» в области технологической поддержки рассказал технолог-консультант компании Станислав

Ямилинец на одном из семинаров «Школы полиграфистов Printech», состоявшихся в рамках выставки. Тема презентации «Проблемы в офсетной печати» охватила основные сложности, с которыми полиграфисты могут столкнуться ежедневно, поэтому она вызвала большой интерес у аудитории семинара.

Компания Konica Minolta реализовала две рулонные цифровые машины для печати этикетки (модель AccurioLabel 230). Оборудование предназначено для печати коротких тиражей, оно помогает разгрузить флексографские машины на предприятии, позволяет работать со стандартными материалами (самоклеящейся бумагой, PET, PP-пленкой) без предварительной подготовки.

Сергей Щеголев, менеджер по поддержке оборудования для промышленной печати Konica Minolta: «Мы увидели неожиданно большой интерес к оборудованию для рулонной печати, изготовления этикетки короткими тиражами не только со стороны флексографских типографий, которые уже работают на этом рынке, но и со стороны цифровых и офсетных типографий, которые выбирают направления для диверсификации бизнеса».

На стенде Konica Minolta кроме рулонного оборудования представлена листовая машина тонерной печати AccurioPress C4080 с уникальным модулем для автоматической нарезки на формат.

ГК «РуссКом» представила самые популярные в России бренды печатного и постпечатного оборудования. В центре событий главная новинка — сублимационный принтер Mimaki TS100-1600. Ста-



нок идеально подходит для изготовления одежды, мебельной ткани, штор, тюлей, скатертей и т.п. Предлагаемый по цене начального уровня и с невероятной максимальной скоростью 70 м²/ч, TS100–1600 устанавливает новый стандарт в сублимационной печати. Принтер оснащен дополнительной печатающей головкой, что существенно увеличивает скорость и качество печати.

Компания представила свои бестселлеры. Среди них рулонный УФ-принтер MIMAKI UJV100–160. Оборудование предназначено для печати наклеек, плакатов, баннеров, POP-материалов, этикеток, интерьерной и наружной рекламы.

УФ-принтер печатает на прозрачных и цветных рулонных материалах, таких как золотая, металлизированная, флуоресцентная, световозвращающая, фотолюминесцентная пленки, кожзам и т.п.

Mimaki UJV100–160 позволяет сократить до 90% рабочего времени благодаря УФ-технологии. Продукция готова к реализации сразу после печати.

Посетители выставки оценили профессиональный рулонный ламинатор формата А3 GMP QTOPIC-380F для ламинирования больших тиражей печатной продукции. Скорость ламинирования — до 12 м/мин, полуавтоматическая подача, автообрыв. Ламинатор оснащен податочным столом, который можно складывать и регулировать угол наклона на 5 или 10 градусов (помогает улучшить подачу листов). GMP QTopic-380F помогает решить проблему ламинирования темных плашек цифровым способом — WRAPLESS MODULE.

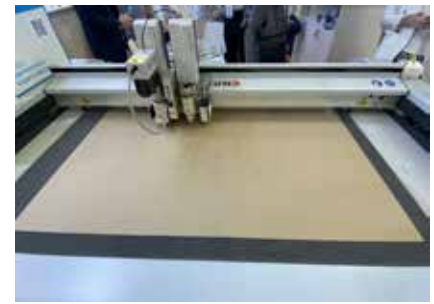


Посетители стенда Xerox увидели ЦПМ Xerox Iridesse Production Press с расширенным набором доступных тонеров и познакомились с новыми машинами семейства Versant. Также компания представила возможности опции Xerox Adaptive CMYK Plus и других технологий, которые повышают прибыльность промышленной печати.

Флагманом и центром экспозиции стала ЦПМ Xerox Iridesse Production Press, возможности которой стали еще более разнообразными. Теперь в дополнение к золотому и серебряному металликам, цветам CMYK, прозрачному и белому тонеру машина поддерживает флуоресцентный розовый тонер. Это позволит типографиям воплощать в жизнь еще больше необычных дизайнерских решений.

На стенде состоялась премьера двух новых ЦПМ семейства Versant, которые поддерживают материалы плотностью до 400 г/м². Младшая модель — Xerox Versant 280 Press — была выставлена в комплекте с опцией Xerox Adaptive CMYK Plus, которая добавляет поддержку белого, золотого, серебряного, прозрачного и флуоресцентных тонеров впервые в оборудовании Xerox этого сегмента.

Компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» и «хубергруп РУС» участвовали в мероприятии совместно с партнерами: HBFULLER и Heliograph Holding. В рамках выставки посетители смогли ознакомиться с предлагаемым компаниями ассортиментом расходных материалов для полиграфии. Представили технологические решения для изготовления гибкой упаковки, упаковки из картона и этикетки для типографий и производителей товаров. В том



числе: водно-дисперсионные, масляные, сольвентные и УФ-отверждаемые печатные краски; водно-дисперсионные и УФ-отверждаемые печатные лаки; двух-компонентные лаки для гибкой упаковки.

Все желающие получили на стенде профессиональные консультации у технологов и торговых представителей.

Являясь официальным представителем Zünd Systemtechnik AG на территории России и стран СНГ, компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» представила на стенде самую компактную модель в линейке раскройных комплексов Zünd, S3 M-800. Режущий плоттер Zünd S3 — самый компактный в линейке цифровых режущих систем Zünd. Этот мощный высокоскоростной плоттер имеет модульную концепцию. Спроектирован для решения как простых, так и сложных задач и отличается хорошим соотношением цены и качества.

В рамках деловой программы выставки, в день «Школы полиграфиста», Любовь Баюшкина выступила с докладом «Дефекты в лакировании». Тема актуальна в настоящее время для многих предприятий полиграфического цикла.

Благодаря практически полному региональному охвату, выставки, бесспорно, способствуют налаживанию деловых связей между производителями, поставщиками и клиентами внутри страны. Количество целевых посетителей стенда «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» в 2021 году составило более 400 человек, проводилось по 8–10 встреч в день. Появились и новые клиенты в сегменте компании, на выставке познакомились более чем с 200 коллегами из отрасли.

Mimaki TS100-1600: мировая новинка на Урале Представляет ГК «РуссКом»



**Сергей Зырянов, заместитель
директора ГК «Брендбург»**

«На данный момент группа компаний «Брендбург» является компанией-конструктором. Объединяет три направления: производство изделий из металла, производство систем из алюминиевого профиля для натяжения текстиля и одно из основных направлений с 19-летней историей — цифровая печать на ткани, производство и пошив текстильных изделий. За эти годы мы реализовали большое количество проектов, сотни тысяч товаров, работая как с частными лицами так, и с крупными промышленными компаниями.

Востребованность в текстильных изделиях с цифровой печатью на ткани растет с каждым годом. Компания занимается разработкой, производством групп товаров от элементов спортивной одежды до производства торгового оборудования на базе текстильных стендов, элементов оформления интерьера. Работаем для Уральского федерального округа и России.

Изучая рынок и специфику цифровой печати, мы успели поработать на разном печатном оборудо-

Новый герой текстильной печати — текстильный принтер МИМАКИ TS100-1600. Новинка только-только появилась на рынке и уже получила положительные отклики полиграфистов. Более того, на выставке Printech-2021 ГК «РуссКом» представила данную модель, и интерес к машине среди игроков отрасли оказался особенно высоким. После презентации модели у партнеров в городах России появились первые инсталляции. В Екатеринбурге машина представлена в демозале компании «Мимаки-Урал». Мгновенно TS100-1600 была инсталлирована в уральской компании «Брендбург».

TS100-1600 — новый виток развития полиграфической промышленности. Революционные характеристики — оправданное заявление. Модель обеспечивает стабильное качество производства.

- Предлагаемый по стоимости начального уровня и с невероятной максимальной скоростью 70 м²/ч, TS100-1600 устанавливает новый

стандарт в сублимационной печати. Работает почти в два раза быстрее по сравнению с предыдущими сублимационными моделями бренда.

- Ширина печати 1,62 м.
- Максимальное разрешение — 900 dpi.
- Низкая стоимость содержания.
- Принтер оснащен дополнительной печатающей головкой, что существенно увеличивает скорость и качество печати.
- Новые экологически безопасные и доступные сублимационные чернила Sb614.

- TS100-1600 поставляется с оригинальными чернилами, которые по стоимости приближены к альтернативным.

Работа на данном оборудовании — новая глава в истории развития полиграфической и рекламной индустрии. ГК «Брендбург», первый обладатель уникального предложения от ГК «РуссКом», работает по «новым правилам» и успешно экспериментирует.



вании компании MIMAKI. Пополняя парк печатного оборудования за годы работы, мы можем уверенно сказать о надежности и качестве продукции MIMAKI. С большим интересом отслеживаем новинки печатного рынка.

Модель TS100–1600 привлекла скоростью, качеством печати. Комплектация печатающими головками промышленного класса с продуманной функцией коррекции чернильных капель и подачи сублимационной бумаги (Dot Adjustment System) облегчает работу, повышает стабильность и позволяет увеличить производственные возможности. Важным моментом является работа с оригинальными чернилами бренда MIMAKI в доступном ценовом диапазоне.

Мы рады, что можем повышать качество печатной продукции для наших клиентов. На данный момент мы готовим интересные коммерческие предложения по печати в рулон для объектов малого и среднего бизнеса, делая ставку на сбалансированный подход к стоимости и в первую очередь качеству продукции.

С компанией «Мимаки-Урал» нас связывает многолетний опыт сотрудничества, построенный на доверии и уважении. Надеемся на дальнейшее сотрудничество в сервисном обслуживании и бесперебойной поставке расходных материалов».



Юрий Третьяк, коммерческий директор компании «Мимаки-Урал»

«Компания «Брендбург» является нашим партнером много лет. Наше давнее сотрудничество и опыт поставки печатных машин дают четкое понимание, что нужно клиенту. Зная интерес компании «Брендбург» ко всему новому, желание руководства развиваться и экспериментировать, мы предложили рассмотреть новинку и протестировать возможности машины в нашем демозале. Специалисты компании оценили результаты и, проанализировав преимущества, в том числе соотношение «це-

на-качество», приняли решение об установке. MIMAKI TS100–1600 уже установлена в компании».



Сергей Бакшиш, генеральный директор компании «Графические системы»

«Первая поставка машины TS100–1600 на Урале состоялась совместно с компанией «Русском-Графикс». Эта машина выводит компании на новый уровень и новые рынки, что особенно актуально в новых условиях. Оборудование не требует особенного сервисного обслуживания. Технолог компании «Русском-Графикс» Артем Борзенков совместно с сервисными инженерами компании «Мимаки-Урал» запускал, настраивал и профилировал первую сублимационную машину на Урале. Благодарим коллег ГК «Брендбург» за интерес и доверие и ГК «Русском» за индивидуальный подход и высокий уровень сервиса».

Маргарита Семейкина

Konica Minolta AccurioPress C7100: возможности, создающие новый бизнес

Инновации в области печати

Компания Konica Minolta знает, как произвести сильное впечатление на клиента. Взгляните на возможности по-новому вместе с новинкой оборудования для печатной и рекламной индустрии. Сегодня разбираем особенности AccurioPress C7100 и C7090 — супермены на вашем производстве.

Исключительная долговечность

Надежность означает прибыльность. Новые блоки и детали включают еще более износостойкий фотобарабан с усовершенствованной системой смазки, двойные коротроны с автоматической очисткой, улучшенный тракт проводки листа и интеллектуальное управление системой регистрации для расширения спектра используемых материалов и увеличения надежности подачи.

Интеллектуальная система контроля качества

Благодаря интеллектуальной системе контроля качества IQ-501 воспроизводимость цвета и точность привошки изображений выходят на новый уровень. Система IQ-501 с обратной связью с печатным модулем обеспечивает автоматическую привошку и управление цветом изображений, а также постоянный контроль и регулирование качества печатной продукции, автоматическую калибровку и профилирование. Причем, процедуры настройки требуют мало бумаги: регистрация — всего 1–2 листа бумаги (или без затрат бумаги в тираже), полная настройка машины по цвету — всего 13–18 листов. Это позволяет экономить время оператора, уменьшать количество отходов при печати и достигать самых высоких показателей производительности, достойных лидера отрасли.

Тонер Simitri® V

Инновационная технология тонера Simitri® V от Konica Minolta обеспечивает превосходное качество печати и матовое покрытие наподобие офсетного. Кроме того, тонер обеспечивает высокую производительность печати серии AccurioPress C7100 и требует более низкой температуры оплавления, что снижает энергопотребление

Ключевой идеей при разработке AccurioPress C7100 и AccurioPress C7090 стало стремление повысить прибыльность бизнеса за счет использования печатной системы, работающей с умом. В центре внимания — оптимизация производительности, предложение новых и передовых продуктов для печати и роста бизнеса в целом. С печатными системами серии AccurioPress C7100 вы сможете обслуживать больше клиентов и выполнять больше заказов благодаря инновационным технологиям, которые будут способствовать успеху вашего бизнеса.

Интеллектуальная автоматизация

С помощью технологии мгновенного распознавания носителей медиа-сенсор IM-101 значительно сокращает время подготовки к печати. Опциональное интеллектуальное устройство контроля качества IQ-501 обеспечивает идеальное качество цвета и регистрацию изображений на каждом оттиске непосредственно во время печати, что способствует значительному повышению производительности, а дальнейшее развитие системы — автоматическая инспекция качества — позволяет выпускать продукцию вообще без брака, так как все оттиски в процессе печати проверяются на отсутствие дефектов. В случае появления брака типа пятен, линий, дефектов изображения машина автоматически выбрасывает дефектные листы и перепечатывает

их, так что на выходе будет только продукция гарантированного качества.

Улучшенные финишные опции

Дополнительно встроенное устройство TU-510 для обрезки продукции режет, бигует и перфорирует, позволяя изготавливать великолепные обрезные книжные обложки, этикетки, визитные карточки, купоны, резку на формат, обрезку белых полей и многое другое. Отсутствие необходимости в дополнительной финишной обработке позволяет сократить количество действий и быстрее и эффективнее выпускать печатный тираж.

Безукоризненное качество

Последняя модель тонера Simitri V экологически безопасна, экономична и ориентирована на высокую производительность. Современный легкоплавкий, энергоэффективный и высокотехнологичный тонер обеспечивает превосходное качество на широком спектре носителей плотностью до 400 г/м² без снижения скорости печати. Высокое разрешение лазера (эквивалентное 3600 × 2400 dpi) позволяет добиваться отличного качества печати.

Расширенные возможности

Благодаря возможности печатать в дуплексе баннеры длиной до 900 мм и гибкости в работе с фактурными бумагами существенно возрастают возможности машины, когда даже сложные виды продукции выпускаются в общем потоке работ без необходимости использования сложных ручных операций.



системы и воздействие нагрева бумаги. Simitri V обтекает рельеф поверхности бумаги или подложки для получения наилучшего качества печати на фактурных, тисненых или переработанных материалах. Технология обработки изображений S.E.A.D. X Konica Minolta использует собственную технологию пятого поколения для обработки цвета — S.E.A.D. X (Screen-Enhancing Active Digital Process, активный цифровой процесс адаптации растра), в которой сочетание технологических инноваций позволяет эффективно воспроизводить цвета при максимальной скорости обработки заданий.

Вакуумная подача бумаги

При больших объемах печати решающее значение приобретают стабильность и надежность подачи бумаги в печатной системе. Для этих целей Konica Minolta предлагает профессиональную интеллектуальную систему подачи бумаги, основанную на проверенных временем технологиях, в том числе на сочетании вакуумной подачи ремнями и разделении листов потоком воздуха. Это обеспечивает надежность подачи бумаги и проводки по системе печати. Среди других новинок — возможность использовать конверты уже в базовой конфигурации машины. Машина предлагает готовые настройки для печати на этом непростом материале, а при использовании специальной «конвертной» печки можно достичь максимальных скорости и качества печати.

Современный контроллер печати

Контроллер печати Konica Minolta IC-609 позволяет оптимизировать рабочий процесс, обеспечивая пе-

чать с разрешением 3600 (экв.) x 2400 dpi на максимальной скорости, высокоскоростную обработку растровым процессором, повышенную точность цветопередачи, различные функции управления цветом, а также полную совместимость со встроенными функциями управления заданиями и редактирования. Полное управление контроллером возможно, как и прежде, через сенсорную панель машины.

IC-318L контроллер EFI FIERY

Сократите затраты на персонал и сроки выполнения работ, а также минимизируйте ошибки и бумажные отходы с помощью расширенных функций управления заданиями и автоматизации рабочего процесса, реализованных в Fieri® IC-318L. Оптимизируйте компоновку заданий с помощью средств предварительного просмотра контроллера Fieri и расширенных возможностей допечатной подготовки. Кроме того, контроллер Fieri поддерживает ведущие отраслевые форматы печати переменных данных (VDP), что позволяет снизить затраты времени при печати таких заказов и обеспечить их прибыльность.

IC-319 контроллер EFI FIERY

Флагманская модель контроллера позволит улучшить ваши финансовые показатели благодаря лучшей в своем классе обработке заданий, превосходной цветопередаче и экономии рабочего времени. Использование информационных систем управления EFI™ и решений web-to-print в IC-319 уменьшает необходимость вмешательства в рабочий процесс и оптимизирует производство. Кроме того, система управления интегрируется с ведущими в отрасли решениями для допечатной подготовки.

IC-316 контроллер CREO

Внешний контроллер печати удовлетворит ваши требования к печати переменных данных и идеально подойдет для гибридных процессов допечатной подготовки. Кроме того, Creo имеет расширенное управление смесе-



выми цветами, полную библиотеку Pantone GOE, отслеживание состояния Remote Site Manager, возможность подключения JDF, программное обеспечение Creo job ticket и многое другое.

Решения AccurioPro

Кроме печатной техники, Konica Minolta предлагает пакет решений для профессиональной печати под именем AccurioPro — один из наиболее гибких и мощных инструментов для оптимизации производственных операций и рабочих процессов. Создание AccurioPro отражает 80-летний опыт Konica Minolta в области обработки изображений и технологий печати, особенно с использованием собственных наработок. Использование решений AccurioPro обеспечивает рост рентабельности за счет увеличения скорости и эффективности работы, увеличения производительности и добавления доступных функций, а также снижения потребности в персонале. Эти решения интересны для полиграфических компаний, желающих интегрировать процессы печати, а также для всех организаций типа отделов печати и копирования, выпускающих печатную продукцию для собственных нужд. Набор функций AccurioPro включает централизованное управление печатью, программное обеспечение для автоматизации рабочих процессов, управление цветом, инструменты для интеграции различных технологий печати и полноценное использование печатных систем Konica Minolta на всех этапах производственного процесса.

*По материалам
компании Konica Minolta*

Heidelberg на «Яснополянской фабрике тары и упаковки»



На производстве «Яснополянской фабрики тары и упаковки» в городе Тула весной 2021 года запущены новая печатная машина Speedmaster CX 102-5+L, устройство для вывода форм CtP Suprasetter A106 и комплекс программного обеспечения Prinect Production Manager.

«Яснополянская фабрика тары и упаковки» является одним из ведущих предприятий в России, специализирующихся на производстве картонной упаковки. Многие годы компания заказывала печать лайнеров для упаковки у партнеров.

Решение о расширении собственного полиграфического комплекса участком печати лайнеров принято для повышения эффективности.

«Мы приобрели оборудование Heidelberg для сокращения сроков производства, снижения себестоимости продукции, расширения номенклатуры выпускаемых изделий, — говорит Алексей Левахин, заместитель генерального директора «Яснополянской фабрики тары и упаковки». — По собственному опыту мы знаем, что залогом успеха конечного продукта у потребителей является красочное оформление упаковки. И мы уверены, что новые машины и программное обеспечение компании Heidelberg, которая по нашему мнению является лидером в области решений для полиграфии, будут отвечать производственным задачам по оптимизации и обеспечат выпуск продукции наивысшего качества».

Конфигурация печатной машины Speedmaster CX 102, установленной на «Яснополянской фабрике тары и упаковки», соответствует самым современным требованиям: она оснащена системами полностью автоматической смены форм, автоматической смывки, спектофотометрического контроля качества и приводки в линию Prinect Inpress Control. Оснащение гарантирует качество печати, которое будет отвечать высокому уровню запросов от заказчиков, а также обеспечит снижение макулатурных отходов и быструю переналадку.

Рабочий поток на основе программного обеспечения Prinect — это гарантия прозрачности производственных процессов и инструмент для их оптимизации.

По материалам компании «Гейдельберг-СНГ»

«Режевская типография»: продолжение «полиграфической династии»



Генеральным директором ОАО «Режевская типография» назначен Денис Тарасов: «Для меня важно продолжить семейное дело. Однажды начальник нашего отдела в Министерстве, в то время, когда я еще работал заместителем директора, сказал: «Есть преемственность, а есть династия!». В первом случае люди работают из-за должности. Во втором это люди, которые работают во благо дела и предприятия. Я отношу себя к династии, пусть и молодой».

Внимание сейчас сосредоточено на всех процессах компании. Генеральный директор отмечает: «Нужно погрузиться во все рабочие моменты с головой, чтобы знать и чувствовать ситуацию изнутри. Мне очень повезло, все процессы уже настроены. Задача на первое время — поддерживать их в рабочем состоянии».

Денис Тарасов подчеркивает, что в отношении заказчиков и партнеров те добрые, надежные и деловые отношения, которые сложились во время управления Галины Васильевны Тарасовой, останутся прежними.

Принцип работы нового генерального директора — выполнять взятые на себя обязательства перед заказчиками и сотрудниками предприятия. Важно продержаться на рынке еще много лет, быть современными, конкурентноспособными, востребованными. «Что касается стиля управления, могу быть демократичным, но все

сотрудники должны четко выполнять свои служебные и должностные обязанности. У меня отличная, слаженная команда на которую можно положиться! Это то наследство, которое мне досталось от Галины Васильевны! Огромный труд проделан, чтобы сформировать такой коллектив, который есть сейчас в «Режевской типографии»! Спасибо ей огромное за это!».

По словам Дениса Владимировича, команда типографии будет продолжать усиливать участок твердого переплета. Это направление в свое время выбрала Галина Васильевна. «В планах усилить листовую полноцветную офсетную печать и сувенирную продукцию, а также в рамках диверсификации освоить новые непрофильные направления, но об этом в следующий раз!».

По материалам «Режевской типографии»

Дооснащена линия ABG Digicon 3 в «Оптифлекс»

В июне специалистами компании «НИССА Центр» модифицирована отделочная линия ABG Digicon 3 на производстве типографии «Оптифлекс» в Липецке. Оборудование дооснащено второй флексосекцией, что позволило расширить функционал и повысить оперативность выполнения заказов, требующих нескольких печатных операций.

Линия Digicon 3 производства признанного лидера рынка, британской компании ABG, введена в эксплуатацию в «Оптифлекс» в июне 2020 года. Отличительная особенность Digicon 3 — модульная конструкция, позволяющая, в отличие от монолитных отделочных машин, путем добавления модулей практически неограниченно модифицировать возможности линии прямо на производственной площадке типографии. Выпускаются модули для любых финишных и отделочных операций, как традиционных (флексо-

печать, высечка, ламинация, купольная металлизация и прочее), так и остро инновационных — лазерная резка Digilase, цифровое облагораживание DigiJet, не имеющая аналогов металлизация без использования фольги EcoLeaf. Возможность дооснащения линии в поле обеспечивает производителям этикетки надежную защиту инвестиций в условиях возрастания требований заказчиков к отделке этикетки.

«Использование двух флексосекций дает возможность выполнения в один прогон заказов, которые ранее требовали дополнительную обработку. Для многих заказчиков оперативность — основное условие сотрудничества. Так что, мы «удваиваем» возможности!», — говорит Владислав Ковалев, исполнительный директор «Оптифлекс».

«Оптифлекс» активно развивается с 2012 года, постоянно обновляя парк оборудования. На



предприятию работают три высокоскоростных флексопечатных комплекса, наращивает обороты участок цифровой печати. В 2019 году в типографии были установлены ЦПМ Konica Minolta Accurio Label 190 (позднее заменена на модель 230 по апгрейду) и финишная машина GM DC330 Mini. В марте 2020 года — рулонная ЦПМ HP Indigo 6900, за которой в июне последовала финишная линия ABG Digicon 3. В мае 2021 введена в строй вторая ЦПМ HP Indigo 6900.

По материалам компании «НИССА Центр»

Рекорд для Koenig & Bauer на выставке China Print

В июне компания Koenig & Bauer представила обширный портфель продуктов и услуг на стенде площадью более 1000 м² на выставке China Print в Пекине. В центре внимания была мировая премьера нового поколения машин Rapida 105. Это стало одним из самых ярких событий выставки, вызвавших ажиотаж. Большинство посетивших стенд Koenig & Bauer были впечатлены печатью на новой машине среднего формата (макс. формат листа 720/740 x 1050 мм), высокой производительностью и быстрой переналадкой.

Новый динамичный дизайн Rapida 105 и разнообразные функции, такие как стол накладка с одной центральной тесьмой, возможности предварительной настройки, а также различные технологии измерения и управления, сделали Rapida 105 популярной среди посетителей вы-



ставки. Тот факт, что машина на 100% разработана и произведена в Германии, является еще одним ее большим плюсом. Вальтер Ценер, генеральный директор Koenig & Bauer Greater China, поясняет: «Машины Rapida 105 пользуются большой популярностью у наших китайских клиентов последние несколько десятилетий. Новое поколение разработано в точном соответствии с потребностями клиентов и нацелено на решение проблем, возникающих при повседневной печати».

До конца выставки получены заказы на машины Koenig & Bauer от полиграфических компаний со всего Китая. Помимо среднего формата, большим спросом пользовались листовые офсетные машины большого формата — Rapida 145 и 164. Это связано с возросшими потребностями в высококачественной упаковке.

«Результаты выставки намного превзошли наши ожидания. Что касается количества заказов, то это был рекорд для China Print», — Вальтер Ценер благодарит свою команду из Китая за упорную работу во время пандемии. — Несмотря на серьезную ситуацию, наше присутствие на выставке было полным успехом и было с интересом воспринято далеко за пределами Китая».

По материалам компании «Кениг унд Бауэр РУС»

Новый элемент вашего бизнеса

Ricoh Rus на выставке Printech-2021



понятия у офсета ISO 12647). Научим, как получить именно тот цвет, который хочет заказчик, и расскажем, как избегать конфликтных ситуаций. Мы считаем, что пришло время конкуренции качеством, а не демпингом».

Татьяна Ключкова, руководитель направления маркетинга систем промышленных решений компании Ricoh Rus: «На нашем стенде были представлены автоматизированные машины. К ним подключена система приема заказов веб-ту-принт. Все посетители выставки могли протестировать систему на Ricoh Pro C7200: разместить заказ и тут же распечатать его. Активно тестировали новинку: изображения, напечатанные с исполь-

Выставка Printech — центр притяжения коллег полиграфической отрасли. Традиционно компании фокусируют внимание посетителей на актуальных моделях оборудования. Компания Ricoh Rus выбрала другой путь. Концепция стенда компании Ricoh Rus — решения для бизнеса. Акцент специалисты компании сделали на подготовке персональных предложений для клиентов о том, как они могут выйти на новую ступень развития компании.

Эксперты Ricoh Rus фокусировались на индивидуальных консультациях и презентации возможностей роста. Каждый участник выставки мог выстроить модель развития бизнеса, приобретая новый элемент для печати или постпечатной обработки. Кроме того, пользовались возможностью обсудить с экспертами вопросы цветопередачи и облагораживания полиграфической продукции.

Александр Горбанев, системный аналитик по оборудованию коммерческой и промышленной печати компании Ricoh Rus: «Цифровая печать принесла скорость и удобство, но, увы, она не стандартизирована, как офсет. Отсюда и наша боль: пе-

чатаяем не то, что видим, печатаем нестабильно. Тратим время и деньги на перепечатку.

С нами заказчик сможет не только экономить деньги и время, но и создать репутацию компании, которая день за днем выполняет стабильную и предсказуемую печать. В своих практиках мы используем наработки ведущих специалистов в воспроизведении цвета, оперируем стандартами ISO (условия просмотра в полиграфии и фотографии, заимствуем некоторые



зованием золотого и серебряного тонера. На Ricoh C5300 печатали фотоальбомы. Мы предлагали посетителям выставки персонализированные шаблоны фотокниг размером 22x22 см. В данной системе можно загрузить свои фотографии и распечатать их прямо на месте.

На стенде мы демонстрировали машину, где установлена система для спуска полос. Наши заказчики уже оценили преимущества и простоту работы в этой системе. Русифицированный интерфейс дает возможность работать через горячие папки. Таким образом можно настроить шаблоны, переместить файлы в одну папку и забрать готовые спуски из другой папки. Также такие горячие папки можно привязать к контроллеру печатной машины, чтобы печать осуществлялась в автоматическом режиме».

Илья Базылев, руководитель департамента маркетинга компании Ricoh Rus:

«В рамках концепции стенда у нас были представлены решения стратегии роста для различных категорий бизнеса, от стартапов и небольших типографий до масштабных производств. Например, Ricoh Pro C5300 — для типографий начального уровня. Мы запустили данную модель на российский рынок в 2020 году. Это новое поколение машины Ricoh Pro C5200. У нее есть несколько отличий. Ключевые касаются повышенного качества печати за счет автоматической системы калибровки. Во-вторых, есть опции, например,



«Наши решения — это новый элемент вашего бизнеса. Для офсетных типографий это возможность протестировать вариант развития в направлении цифровой печати. Данные решения — одни из самых интересных на рынке. Впервые мы делаем живую показ оборудования. Мы запустили машины год назад и по сравнению с прошлым годом продажи выросли на 10%».

вакуумная подача листа. Вы можете печатать на очень широком диапазоне материалов, начиная от 40–50 грамм до 360. Портфолио запечатываемых листов расширяется, сюда входят и дизайнерские бумаги. Для машин начального уровня это очень хорошая возможность отличаться.

Впервые для широкой публики два новых дополнительных цвета на

Ricoh Pro C7200 — золото и серебро. Для таких типографий мы предлагаем новую ступень. Получается апгрейд ваших машин для получения новых заказчиков.

Для типографий Pro уровня мы анонсировали впервые на широкую аудиторию модель листовой струйной ЦПМ формата B2 RICOH Pro Z75».

Логичным продолжением построения «дорожной карты» для бизнеса стали стенды партнеров — компании представили постпечатное оборудование, а также дизайнерскую бумагу Mondi, серия Pergrafica. На стенде участники проявили высокий интерес и к финишной обработке. Клиенты стали требовательнее, важно отличаться тактильными, дизайнерскими материалами. Цифровая брошюровальная машина позволяет принимать онлайн небольшие форматы и тиражи.

Все элементы для развития полиграфического и рекламного бизнеса в сочетании со знаниями преумножают успех и увеличивают скорость развития. То, что нужно в 2021 году.

Маргарита Семейкина



Дмитрий Ермаков о знаниях и работе в полиграфии



Дмитрий Ермаков,
директор типографии
«Репринт»

■ Дмитрий Владимирович, в какой момент вы поняли, что полиграфия — ваше призвание?

Я с детства рос в такой атмосфере. Мой отец, Владимир Романович Ермаков, полиграфист. И я часто бывал на производстве, мне нравился процесс получения видимого результата труда. Что-то придумали — тут же сделали макет — напечатали. Это меня привлекало.

У отца, наверное, в первую очередь я перенял отношение к работе. Но я не могу сказать, что в какой-то момент почувствовал, что это мое призвание. Для меня это слишком громкое слово. Да, мне это было интересно и интересно до сих пор. Но есть и другие вещи, которые меня увлекают.

■ Вы учились в Московском полиграфическом институте. Что вам дала учеба?

В СССР было всего три профильных учебных заведения. В Санкт-Петербурге, Москве и Львове. Сопоставил все варианты, проанализировал и выбрал столицу. Учеба мне действительно многое дала в профессиональном плане. Подготовка полиграфистов в то время была на уровне (правда, в основном, теоретическая). У нас только химии четыре вида было. Плюс информатика. Как сейчас помню: расчеты перемещения точечной зоны краски из красочного

Дмитрий Ермаков, директор типографии «Репринт», в отрасли давно, еще с истоков формирования новой Уральской полиграфической культуры. В этом случае известные выражения «багаж знаний», «богатый опыт за плечами» обретают новый смысл и точно передают личность полиграфиста. Полиграфия вчера, сегодня, завтра — глазами эксперта.

ящика через валики на печатную форму. Тройные неберущиеся интегралы... Это дало мне осознание, что красочный аппарат — сложнейшая машина и что мне хочется углубиться в эти знания.

С друзьями и приятелями из вуза поддерживаем отношения до сих пор. Правда, почти все выбрали для себя другую отрасль.

Учиться и набираться опыта я продолжил и после выпуска из института. У компании «Гейдельберг», в которой я проработал девять лет, действовала своя специальная программа подготовки кадров. Благодаря ей я учился на различных курсах и пополнял свой багаж знаний. Это сильно помогло в работе.

■ Каждый новый шаг в карьере вы делали уверенно?

Конечно нет. Были и хорошие истории на моем карьерном пути, и поучительные. Я не был готов ко всему.

Мне, как и многим, свойственно прокручивать в голове события, анализировать, как следовало бы поступить в той или иной ситуации. Часто приходится делать выводы, что был не прав. Это нормально.

■ Вы из полиграфии перешли в смежную сферу. Это была воля случая или ваше продуманное решение?

Полиграфия переживала трансформацию. Стало меньше заказчиков, и я начал рассматривать

новые рынки. Между этим был короткий период, когда я занимался продажей спецтехники. Затем так сложилось, что стал заниматься монтажом крупного оборудования. Это косвенно связано с полиграфией. Мы работали в масштабах завода, в том числе занимались демонтажами и монтажами полиграфического оборудования.

■ Какой период вашей жизни кажется вам судьбоносным?

Безусловно, время работы в компании «Гейдельберг». Это был судьбоносный период как с точки зрения профессионального развития, так и с точки зрения формирования круга людей, которые меня окружают. Я за многое им благодарен. Это специалисты высокого уровня. Со многими стараюсь поддерживать отношения.

■ Профессионал в полиграфии — это какой человек?

По современным меркам, на мой взгляд, не совсем уместно употреблять такое выражение. Считаю, что нет абсолютно профессионала или наоборот. Есть такое понятие как «Эффект Даннинга-Крюгера». Это очень распространенный психологический феномен, при котором некомпетентный человек неадекватно оценивает свои знания и умения, считая себя профессионалом. Именно недостаток профессионализма при эффекте



Даннинга-Крюгера мешает оценить собственные навыки объективно.

Как говорил Сократ, «я знаю, что я ничего не знаю». Действительно, я понимаю, что есть еще много всего, чего не знаешь достаточно хорошо. Полиграфии это тоже касается. Наука и технологии настолько изменились в последнее время, что невозможно быть профессионалом в полной мере. Жизни не хватит, чтобы даже в одной отрасли разобраться до конца. Необходимо работать в команде, чтобы те компетенции, которых не хватает у тебя, дополнить компетенциями коллег.

■ Как бы вы назвали ваш «почерк управления»?

Я не считаю себя хорошим управленцем. Само по себе управление меня не привлекает, хотя я, безусловно, стараюсь в этом плане развиваться. У меня есть один хороший учитель — бизнес-тренер Владимир Тарасов. Он делал диссертацию на эту тему. Наверное, он бы смог описать мой почерк.

Мне не близки такие понятия как «миссия», «бизнес-интуиция», «призвание». Считаю, что нужно просто хорошо выполнять свою работу и стремиться к достижению целей в заданные сроки — как личным, так и компании в целом.

Есть еще шутка, которую повторял другой мой хороший учитель: просто работать нужно каждый день. Он имел в виду важные и несрочные задачи, которые часто откладываются «на потом».

■ Кто вас окружает?

У меня есть друзья, в том числе полиграфисты. Нас связывают общие интересы и взгляды на жизнь, на бизнес. При встрече работу обсуждаем редко. Но если нужна помощь с заказами, или, например, с сервисом оборудования, мы всегда придем друг другу на помощь.

■ Вы следите за новостной повесткой в отрасли?

Не могу сказать, что я в курсе полиграфических событий. При этом по возможности участвую в профессиональных форумах и выставках, в основном, ради личных встреч. Всегда приятно поддержать диалог с умными людьми. На данный момент мне интересен мировой уровень, например, выставки drupa и China Print, их стараюсь не пропускать.

■ Как изменилась отрасль в регионе за последние 15 лет?

В Советском Союзе было порядка 5000 полиграфических предприятий. Это довольно много. Но количество производимой на душу населения продукции относительно мировых показателей было практически на порядок меньше, в первую очередь, из-за отсталых технологий и оборудования. Нужно было сроч-

«Растет интерес к другим направлениям: печать на пластике, полимерной пленке, различные виды интерьерной печати. Все это необходимо учитывать предприятиям и менять технологии. Производство сегодня должно быть универсальным, потому что одному заказчику необходим целый спектр технологий».

но что-то менять. В 90-е годы существенно увеличилось обновление парка оборудования на производствах, при этом количество предприятий сократилось в 3-4 раза. Появились новые технологии и новые модели машин.



Консерваторы, кто не смог подстроиться и проявить гибкость, сменили вид деятельности.

Сейчас мы наблюдаем тенденцию укрупнения компаний, которая появилась в начале 2000-х. Небольшим компаниям все сложнее оставаться на рынке. Это связано с трансформацией потребления продукции клиентами. При этом сама по себе потребность в нанесении изображений увеличилась. Если раньше газеты и журналы составляли 30-40% от рынка, то сейчас их доля довольно мала. Количество печатных книг также значительно уменьшилось. Растет интерес к другим направлениям: упаковка, печать на пластике, полимерной пленке, различные виды интерьерной печати, сложные и разнообразные виды отделки. Все это необходимо учитывать предприятиям и менять технологии. Производство сегодня должно быть универсальным, потому что одному заказчику необходим целый спектр технологий.

■ Чем вы занимаетесь сейчас? На чем у вас фокус внимания?

Делаю то, что нравится. Обстоятельства сложились так, что у меня сейчас несколько направлений бизнеса, и все мне по-настоящему интересно. Это типография «Ре-принт», производство широкоформатной интерьерной печати, производство электроники, строительная техника.

■ Какие у вас сейчас приоритеты в жизни?

Семья и любимая работа. Стараюсь найти баланс.

printech 

a Hyve event

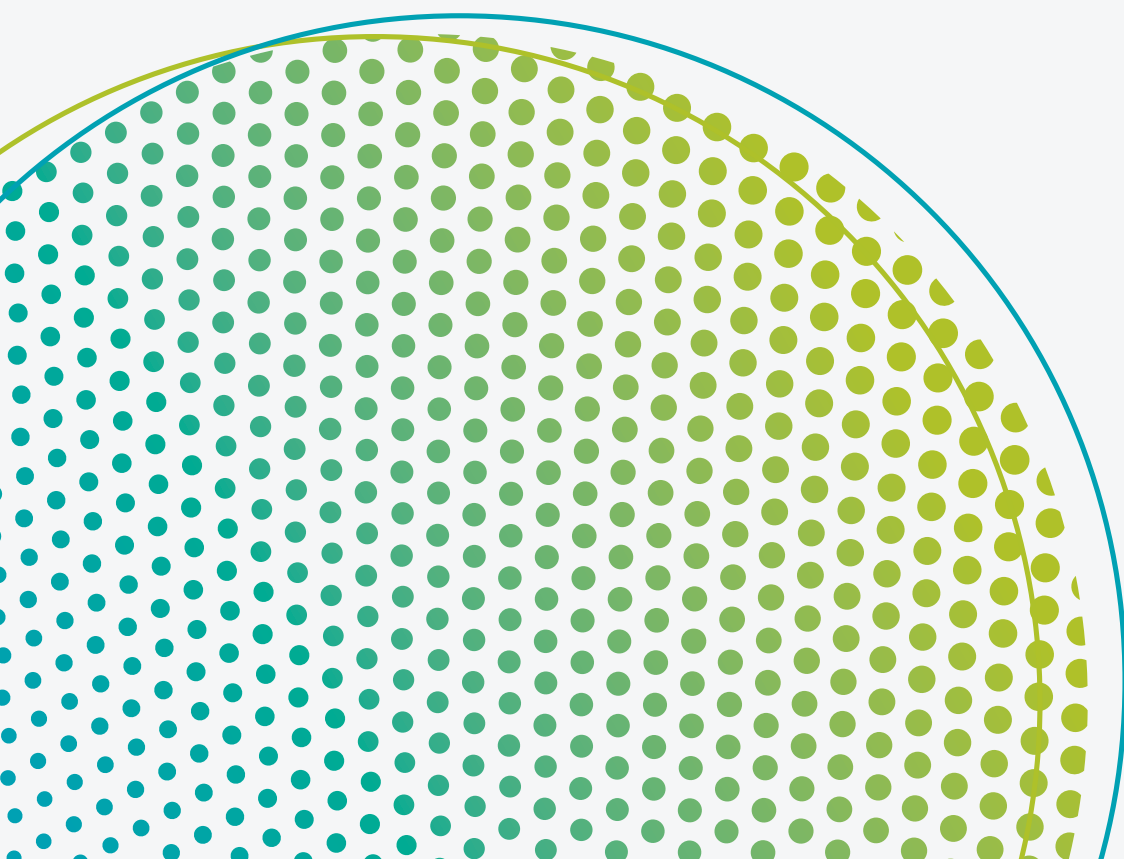


7-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ
И **МАТЕРИАЛОВ**
для **ПЕЧАТНОГО**
И **РЕКЛАМНОГО**
ПРОИЗВОДСТВА

07-10 ИЮНЯ
2022

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



Забронируйте стенд
printech-expo.ru



ИННОПРОМ-2021

В июле в Екатеринбурге в 11-й раз состоялась международная промышленная выставка ИННОПРОМ. Страной-партнером выставки выступила Италия.

Более 500 компаний приняли участие в выставке (из них 35% — иностранные). Всего свои делегации прислали более 1800 компаний, ассоциаций и регионов России. 38 зарубежных государств направили делегации для участия. В мероприятии также принял участие министр по промышленности и агропромышленному комплексу Евразийской экономической комиссии Артак Камалян.

В рамках выставки состоялось более 100 деловых мероприятий, посвященных актуальным вопросам промышленного развития, в том числе цифровизации промышленности, автоматизации производства, роботизации, энергосбережения и энергоэффективности, обращения с отходами и утилизации, подготовки кадров и других.

Михаил Мишустин, Председатель Правительства РФ: «ИННОПРОМ — хорошая возможность представить новые разработки и идеи, выстроить взаимовыгодное сотрудничество на будущее. Уверен, в дискуссиях, которые развернутся здесь на протяжении нескольких дней, будут выработаны оптимальные решения и хочу от всей души пожелать всем вам плодотворной работы».

В первый день работы Международной промышленной выставки ИННОПРОМ состоялась главная стратегическая сессия «Гибкое производство. Максимальная

адаптация». Главную сессию открыл Михаил Мишустин. «Уверен, многое из того, что здесь увидят гости и участники ИННОПРОМа, откроет для них новые возможности. А в совместных дискуссиях будут даны ответы на непростые вопросы».

Министр промышленности и торговли РФ Денис Мантуров в своем выступлении затронул вопросы автоматизации и роботизации: «Многие боятся, что будут уходить какие-то специальности и у людей возникнет проблема с отсутствием рабочих мест. Это не так. По всем международным экспертным мнениям, к 2025 году уйдет порядка 83 существующих специальностей, но при этом 95 появится. В нашей стране отсутствует проблема нехватки рабочих мест. Мы сегодня находимся в постоянном поиске и привлечении новых высококвалифицированных специалистов на новые предприятия».

В рамках выставки состоялась главная пленарная сессия Российско-итальянского промышленного форума «От гибкого производства к сотрудничеству в высоких технологиях. Новые перспективы». В сессии приняли участие в том числе министр промышленности и торговли Российской Федерации Денис Мантуров, министр экономического развития Итальянской Республики Джанкарло Джорджетти, президент



агентства ICE Карло Мариа Ферро, директор ICE Москва — отдела по развитию торгового обмена посольства Италии, руководитель сети корпунктов ICE в России Франческо Пенсабене.

К слову, у полиграфистов есть уникальная возможность познакомиться ближе с итальянскими партнерами мероприятия. 15 и 16 сентября состоится Конференция Future Factory. Это новый проект ежегодного мероприятия, организованного Ассоциацией итальянских производителей оборудования для печати и конвертинга ACIMGA в сотрудничестве с ИЧЕ — Агентством по продвижению за рубежом и интернационализации итальянских компаний.

Игорь Галыгин, сооснователь типографии «Гуд Принт»: «ИННОПРОМ — действительно масштабная выставка, которая остается актуальной и по сей день. Типография «Гуд Принт» выступила партнером мероприятия. Правда, к сожалению, мне удалось в этом году участвовать только дистанционно».

Форум в очередной раз подтвердил статус эффективной b2b-площадки для общения малых и средних компаний с крупнейшими российскими и международными заказчиками. Мероприятия международной выставки ИННОПРОМ организованы при соблюдении санитарно-эпидемиологических рекомендаций Роспотребнадзора.

*По материалам
пресс-службы выставки*



Рецепт идеального ежедневника



В июле шоурум компании «Прагматика» в Екатеринбурге вновь распахнул свои двери для любимых клиентов компании и не менее любимых спикеров — экспертов сувенирной отрасли, представляющих ведущие фабрики по производству ежедневников в России.

Поводом для встречи стал главный герой многих корпоративных историй — ежедневник! Именно ему был посвящен мастер-класс «Рецепт идеального ежедневника», который мы провели в рамках цикла мероприятий «Сувенирная кухня».

С приветственным словом выступил Игорь Чижов, генеральный

директор компании «Прагматика». Рассказал об актуальности темы и поблагодарил участников за высокий интерес.

Почему мы выбрали ежедневник? Из года в год многие компании заказывают ежедневники как обычный инструмент для планирования, выбирая стандартные каталожные позиции. Да, это классно и до сих пор актуально — использовать бумажный носитель, но мы решили показать — как из него можно сделать крутой мерч, которым будет гордиться каждый член команды, который с удовольствием получит в подарок партнер компании, или, возможно, о котором даже будет мечтать клиент.

Ежедневник, который будет эффективным инструментом не только для планирования, но и для продвижения бренда — аутентичным, отражающим ценности и филосо-

фию компании, выражающим ее уникальность и отличие от других. Мы считаем, что этот тренд на индивидуальность будет только расти, что в целом подтвердили выступления наших спикеров.

Во время мастер-класса Александр Понька (фабрика Portobello) рассказал, что такое эффективный корпоративный подарок. Это не только полезный подарок, очень качественный и вызывающий эмоциональный подъем при получении/пользовании, но и подарок, который произведен в срок с учетом бюджета компании на производство этого подарка.

Самыми эффективными корпоративными подарками Александр назвал ручки, ежедневники и внешние аккумуляторы, приведя для сравнения стоимость контакта с брендом, размещенным на каждом носителе. Так, стоимость контакта с брендом, размещенным на ежедневнике — 0,21 руб. при средней стоимости ежедневника 500 руб.

Игорь Голосовский и Антон Матов (ТМ «Адьютант»), развеяли мифы о том, что корпоративный ежедневник — это атавизм и поделились с аудиторией фишками, с помощью которых можно сделать из обычного инструмента планирования всегда актуальный мерч, а также наглядно — в цифрах подтвердили тренд на индивидуальность.



С каждым годом появляется все больше технических возможностей этот тренд поддержать — и такие любимые многими гибкие обложки в вариациях, и вырубка разных форм, и карманы для телефона на обложке, сочетание фактур, материалов, хлястики, кнопочки, резинки, квадратные бумажные блоки, NFS — метки... И более 30 вариантов персонализации, которые помогут создать из ежедневника настоящее произведение искусства.

Очень круто дополнили мастер-класс и екатеринбургские спикеры. Станислав Попов наглядно показал, как ежедневник идет в ногу со временем — меняется и эволюционирует из простого бумажного носителя в потрясающий воображение гаджет. Так, ежедневник smart-версии нового поколения в силах и видео показать, и телефон зарядить, и информацию хранить на флешке, которая идет в комплекте.

Умные системы хранения документов для дома и офиса представили Наталья Акимова и Дмитрий Червоткин. Качественная кожа, функциональный дизайн и возможность брендинга — ключевые составляющие универсального подарка для самых разных сегментов целевой аудитории.

И smart-ежедневники, и умные системы хранения документов были представлены на мастер-классе в ассортименте, и можно было не только рассмотреть их детально, но и попробовать в действии.



В завершении мастер-класса состоялся традиционный для наших мероприятий розыгрыш подарков — мы разыграли удобный кожаный органайзер для документов, скидки на производство ежедневников от Portobello и Адьютанта и smart-ежедневник.

И, конечно, помимо полезного контента и новых знаний, каждый наш гость получил классные подарки от наших партнеров — ежедневник с ручкой в подарочной упаковке, пауер-банк с подсветкой на 5000 mAh и кожаную ключницу!

После завершения мероприятия, как всегда, состоялось неформальное общение спикеров, клиентов и менеджеров компании — мы получили много вопросов по технологическим нюансам производства, обговаривали уже конкретные проекты и варианты заказов.

От всей души благодарим наших клиентов и спикеров за чудесное настроение и позитивный настрой, царивший в этот день в нашем шоуруме. До скорых встреч!



Маргарита Лалетина,
компания «Прагматика»



Активные продажи в полиграфии



Виктория Ручка,
генеральный директор типографии RUCHKA (Краснодар)

Правило семи касаний

Для активных продаж я применяю правило семи касаний с клиентом. Есть такая теория в продажах, что прежде чем купить, клиент должен коснуться вашей компании семь раз. Изначально я вводила эту схему в качестве эксперимента, и она показала хорошие результаты.

Суть этой модели состоит в том, что вы выстраиваете отношения с клиентом, прежде чем что-либо продать. Если сравнивать с бытовой историей, это как первые свидания перед началом отношений.

Сценариев касаний может быть великое множество, но я рекомендую не бить вслепую, а сформировать собственный, который можно проконтролировать, и отследить четко путь клиента. Формированием сценариев чаще всего занимается маркетолог. Касания возможны с вашей рекламой, статьями, рекомендациями, рассылками, автозвонками и т.д. Все это формирует маркетолог, но это невозможно отследить.

Для менеджеров по продажам я сформировала свой сценарий, который максимально раскрывает нас как компанию.

В моей компании менеджеры занимаются активными продажами независимо от количества входящего трафика. Активно привлеченный клиент — тот, которого менеджер нашел самостоятельно, провел переговоры и заключил договор. Входящий трафик — это клиенты, привлеченные с помощью рекламы, сарафанного радио, рекомендаций. В первом случае менеджер получает больший процент с продажи, во втором меньший, так как входящий трафик — это заслуга маркетолога.

1 касание — это активный звонок. Менеджер звонит и спрашивает маркетолога, специалиста по снабжению или лицо, принимающее решение. После диалога всегда спрашивает разрешение отправить коммерческое предложение.

2 касание — клиент смотрит наше коммерческое предложение. Раньше было принято писать о том, какие мы классные, заслуги, описывать оборудование. Но в таких коммерческих предложениях ничего о клиенте. Им неинтересно читать. Также, я думаю, вы согласитесь со мной, что сейчас уровень подготовки специалистов значительно ниже и, скорее всего, они просто не поймут, о чем вы написали.

На данный момент в коммерческом предложении нужно писать о клиенте и о том, какие его потребности вы способны закрыть. По этой причине у нас много вариантов коммерческих предложений: кондитерские фабрики, косметические производства, легкая промышленность, фармацевтика и т.д. То есть мы поде-

лили заказчиков на схожие ниши и создали индивидуально коммерческое предложение под каждую нишу.

3 касание — посещение сайта компании, потому что в коммерческом предложении есть призыв к действию — перейти на сайт. Посещение сайта дает возможность узнать компанию поближе, так как в коммерческом предложении мы практически о себе не говорим и там ограничен спектр предлагаемой продукции.

4 касание — наш менеджер перезванивает через 3-4 дня и интересуется, рассмотрели ли наше коммерческое предложение. Тут может быть разная ситуация: да — интересно, нет, неинтересно. Это нормально. Независимо от ответа, у менеджера есть следующий шаг.

5 касание — менеджер спрашивает разрешение отправить набор сувениров. В зависимости от тона общения, могут быть разные варианты преподнесения информации. Задача: сделать

«Люди охотнее идут на контакт, если им вначале что-то дать бесплатно. Например, в эксперименте людям предлагали стакан воды, а потом ответить на вопросы. Те, кому предложили воду, чаще всего шли на дальнейший контакт. Учитывая то, что с помощью своих бесплатных образцов вы показываете возможности компании, это важный элемент для инвестиций».

так, чтобы клиент согласился принять подарок.

Этот шаг наиболее важный. Мы как типография позиционируем себя в сегменте «средний — выше среднего». Это определяет уровень полиграфических сувениров, которые будут в посылке. Для типографии делаем всегда полиграфию с максимальным количеством постпечатных обработок для того, чтобы:

1. Показать возможности компании
2. Вызвать вау-эффект
3. Вызвать желание «Хочу также»

Этот шаг можно еще назвать «бесплатный образец». Психологи проводили эксперименты и выяснили, что люди охотнее идут на контакт, если им вначале что-то дать бесплатно. Например, в эксперименте людям предлагали стакан воды, а потом ответить на вопросы. Те, кому предложили воду, чаще всего шли на дальнейший контакт.

Учитывая то, что с помощью своих бесплатных образцов вы показываете возможности компании, это важный элемент для инвестиций.

6 касание — звонок менеджера клиенту после того, как тот получил подарок. Задача на этом шаге — назначить встречу в оффлайне. Конечно, после полученного подарка это значительно легче, чем сразу в лоб, потому что уже есть начало формирования отношений. За шесть касаний вас уже знают, что вы не какая-то незнакомая компания, которая хочет урвать кусок пирога от заказов.

7 касание — реальная встреча менеджера и клиента. Тут уже зависит от того, как вы договорились. У нас бывает по-разному: выезжаем к клиенту, клиент приезжает к нам. К нам чаще всего приезжают те, кто хочет лично посмотреть на производство. Здесь мы вспоминаем про точки контакта в офисе, на подъезде к офису, потому что все влияет на дальнейшее сотрудничество.

Мы со своей стороны стараемся склонить клиента к тому, чтобы он приехал в офис, потому что обыч-

но вид оборудования приводит в восторг. Проводим полноценную презентацию, есть возможность сразу пообщаться с дизайнером или распечатать цветопробу. Более того, после посещения офиса чаще всего расширяется спектр продукции, который необходим клиенту.

Если клиент не может приехать по разным причинам — есть возможность провести онлайн-экскурсию по производству, о чем заранее можно сообщить клиенту.

«Мы со своей стороны стараемся склонить клиента к тому, чтобы он приехал в офис, потому что обычно вид оборудования приводит в восторг. Проводим полноценную презентацию, есть возможность сразу пообщаться с дизайнером или распечатать цветопробу. Более того, после посещения офиса чаще всего расширяется спектр продукции, который необходим клиенту».

Самый ценный ресурс

Стоит помнить о том, что важно говорить о ценностях в момент продаж — сейчас максимально ценный ресурс — это время. Здесь уже включается элемент заботы, о котором также стоит говорить, потому что не все люди замечают и оценивают. Можно сказать так: некоторым даже можно посчитать, сколько стоит их время и что по сути вы продаете не дорого, а по факту экономите их бюджет, так как высвобождаете много времени.

Время пожирается на этапах запуска заказа и отгрузки. Я опрашивала тех заказчиков, которые к нам перешли из других типографий и первая причина, по которой перешли — долгий период заказа. Не потому что типография не могла сделать быстро, а потому что она просила все ответы от заказчика. В моей типографии, если клиент не знает, какая бумага ему нужна, какие отделки он хочет, мы со своей стороны предлагаем оптимальный вариант, а не мучаем допросами с фонарем в глаз.

Вы даже себе не представляете, сколько напряжения возникает в человеке, когда вы выпытываете у него то, в чем он не разбирается. Поставьте себя на его место. Вообще, рекомендую чаще себя ставить на место заказчика.

На этапе отгрузки время может удлиниться за счет того, что товар не упакован, не находится в зоне отгрузки, не готовы документы. В этом случае нужно назначать конкретное время, с которого можно приехать и забрать товар, а к этому времени все подготовить.

Доставка — сейчас активно развито онлайн такси и онлайн доставки. За последний месяц я экспериментировала с грузовыми и легковыми доставками. Доставка

такси мне обошлась в три раза дешевле, чем содержание собственного автопарка и водителя. При этом можно одновременно осуществлять сразу много доставок. В этом ключе можно рассмотреть такой вариант, где вы включаете стоимость доставки клиенту и тем самым создаете дополнительный комфорт. По Москве я также отправляю на такси и получаю благодарность в ответ по понятным причинам — человек не тратит время в пробках.

Искренний интерес

Социальные сети — менеджер подписывается на социальные сети заказчика и вовлекается в его жизнь. Лайкает, комментирует по делу. Тут одно правило — быть искренним.

В целом, когда вы формируете отношения с клиентом, окружаете работой, показываете ценность своего продукта и себя как компании, дальнейшие продажи не заставят вас ждать. На данный момент среди типографий очень мало компаний, которые действительно заботятся о сервисе, а конкуренция сейчас не на поле цен, а в поле сервиса.

Легких вам продаж, коллеги.

Особая тактика

Тактильный эффект в полиграфии



Цифровое облагораживание, необычные материалы, сувениры с эффектом софт-тач — рекламная и полиграфическая индустрия сделала шаг вперед в технологиях. Клиенты ценят особенные материалы. Эксперты отрасли знают, как добиться вау-эффекта и делятся своим опытом работы.



Андрей Федоров, CEO рекламного холдинга «Мастерская» (Москва)

Интересен факт, что были попытки ввести осязание даже в кинематограф. Еще в 1930 году Сальвадор Дали нарисовал проект «тактильного кинематографа», в котором перед зрителями находилась бы подвижная лента, способная менять фактуру, и мы могли пощупать мурашки на коже главной героини в определенный момент (информация из книги «Язык кино», Д. Кузнецов, 2019).

Психологи утверждают, что человек — существо тактильно-зависимое и без прикосновений жить не может. Ведь кожа является самым большим органом осязания, и игнорировать этот факт довольно опрометчиво.

Опытным путем доказано, что при легких прикосновениях и у мужчин, и у женщин вырабатывается окситоцин — гормон радости. Наверно, можно предположить, что именно поэтому подсознательно заказчики отдадут предпочтение дизайнерским бумагам, ламинации, постпечатной отделке с тактильным эффектом. Кроме того, маркетологи заинтересованы в использовании еще одного канала восприятия информации, который поможет задержаться в памяти потенциального потребителя/покупателя/заинтересованного лица. Гладкий, жесткий, мягкий, шершавый, бархатистый, упругий и т.д. — добавив эти ощущения в рекламную продукцию, можно вызвать эти же эмоции у клиента и спроецировать их на свой имидж. Думаю, поэтому актуальность тактильных эффектов можно сформулировать как «было, есть и будет». Желание заказчиков выделиться или произвести впечатление, а у полиграфистов — соответствовать запросам — вот что является стимулом развития постпечатных технологий.



Ольга Сидорова, управляющий директор типографии и дизайн-бюро «АльянсПринт» (Москва)

Рекламная полиграфия — история необязательная, если вы продаете привычный товар по себестоимости. Во всех остальных случаях упаковка во многом определяет, как ваш продукт будет воспринят клиентом. Для целевой аудитории в премиальном сегменте нужен особенный подход. И тактильный эффект упаковки — простой способ придать продукции вид, соответствующий ожиданиям платежеспособной публики.

Интернет-торговля, международные выставки и глобальные поставщики познакомили российских покупателей с лучшими образцами полиграфии, произведенной в разных странах — вкус сформирован. Современное типографское оборудование позволяет выпускать массовую рекламную и упаковочную продукцию очень высокого качества по стоимости,

доступной даже для небольших производителей.

Тактильный эффект достигается использованием фактурных материалов и/или при постпечатной отделке. Самый популярный метод на сегодня — использование пленки с эффектом софт-тач. Это бюджетная замена дорогим дизайнерским бумагам. И новый тренд в обложках ежедневников, который постепенно вытесняет распространенные ранее кожзамы с бархатистой поверхностью.

Работа с тактильными материалами возможна на обычном полиграфическом оборудовании. Капитальных вложений не требуется, поэтому бюджет готового изделия сравним со стандартным.

Специализированные выставки и презентации импортеров — проверенный способ расширить спектр используемых материалов. Плюс семинары, презентации и выставки помогают узнать о вариантах и тенденциях отрасли, так как диджитал на этом этапе не работает. Требуется посмотреть-потрогать, чтобы ощутить реальную притягательность тактильного эффекта.



Давайте рассмотрим, что же мы имеем на сегодня. В первую очередь, это разные виды дизайнерских бумаг и, думаю, с ними все понятно. Бумаги могут быть гладкими, шероховатыми, с микротиснением или с тиснением под кожу, с эффектом бархата...

И самая простая отделка бумаги — ламинация: глянцевая, матовая и, как «вишенка на торте» — с эффектом софт-тач — невероятно приятная на ощупь пленка. Именно такую пленку очень любят заказчики, и она является шикарнейшей основой для выборочного лака или тиснения фольгой.

Следующее — это проверенные временем, широко известные, конгревное тиснение и высокая печать на хлопковых сортах бумаги. Результат этого вида декорирова-

ния всегда выглядит премиально, статно, дорого.

Далее хотелось бы назвать выборочный УФ-лак, который для более заметного тактильного эффекта лучше делать с термоподъемом и 3D-печать лаком и фольгой (новая технология, позволяет производить практически произведения искусства полиграфического дизайна минимальными тиражами без изготовления штампов и вывода форм). Еще следует назвать технологию Dripp-Off — это эффективный и эффектный метод, который позволяет добиться сочетания матово-глянцевого лакирования за один прогон с использованием всего одной лакировальной секции. В последнее время этот эффект, основанный на контрасте матовой и глянцевой поверхности, часто используется в дизайне, так как он придает изделию дополнительный лоск и является удобным инструментом акцентирования деталей изображения как визуально, так и тактильно (текстурой).

Пожалуй, это основные виды постпечатной отделки с тактильным эффектом. К редко используемому можно отнести флокирова-



ние. Думаю, в силу малой известности у заказчиков, технических ограничений к макетам и ограниченной, пусть и широкой, цветовой палитры самого флюка.

Резюмируя вышесказанное, следует, однако, учитывать, что у каждого вида такой постпечатной обработки есть ограничения по техническим требованиям: толщина линий, отступы, сочетание бумага+печать или бумага+ламинация (например, на металлизированных бумагах нельзя использовать 3D-печать). Поэтому наши менеджеры всегда помогают заказчикам подобрать способы отделки рекламной продукции исходя из разных технических и других параметров.

Продолжение следует

Мария Ушакова



Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
Институт радиоэлектроники и информационных технологий



ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА







Печатный бизнес
ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ



VII

Летний Уральский полиграфический форум

Предварительная дата:
10 сентября

Екатеринбург, ул. Пески, 13

Регистрация — [✉ uralprintforum@ya.ru](mailto:uralprintforum@ya.ru)



Упаковка — это ваше лицо



Упаковка товара — это лицо производителя. Часто клиенты выбирают товар, особенно незнакомый, именно по упаковке. Чем привлекательнее она выглядит, тем больше шансов, что его заметят и выберут.

Упаковка выполняет несколько функций:

- транспортная — упакованный товар должен быть доставлен от места производства до места продажи, а потом и до места потребления в первоначальном виде без потери качества и ухудшения внешнего вида;
- информационная — на упаковке, как правило, производитель указывает необходимую потребителю информацию — состав, способ использования, даты производства и срока годности и т.д.;
- маркетинговая — упаковка должна привлекать внимание покупателя и побуждать к покупке.

Чтобы все эти функции выполнялись, очень важно для изготовления упаковки использовать только качественные материалы. Сегодня мы поговорим о лаках — о лаках защитных и декоративных. Ведь именно лаки делают картонную упаковку более заметной, отличной от продуктов других компаний, и помогают сохранить яркость и привлекательность.

В процессе перевозки и даже хранения товар подвергается трению, внешний вид упаковки страдает, появляются потертости, информация, размещенная на упаковке, может стать нечитабельной.

Для того, чтобы дизайн оставался таким же ярким, а информация не терялась, технологи компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» рекомендуют следующие защитные лаки:

SENOLITH® WB GLOSS COATING FP NDC 350202 — глянцевый прозрачный воднодисперсионный полимерный лак.

Использование лака **Senolith WB Gloss Coating FP NDC 350202** на плотных мелованных бумагах и картонах увеличивает яркость изображения с отличной стойкостью к истиранию и защитой от царапин. Это делает его идеальным при производстве упаковки. Состав лака обеспечивает формирование глянцевого слоя, который обладает высокими защитными свойствами. Кроме того, лак подходит для двухстороннего лакирования и различной последующей обработки: тиснение, склеивание, ламинирование и другие. Одна из ключевых причин популярности лака **SENOLITH® WB GLOSS COATING FP NDC 350202** — использование для отделки упаковки пищевых продуктов. Класс продукции FP NDC охватывает ВД-лаки WEILBURGER с низкой миграцией и слабым запахом, которые подходят для непрямого контакта

с пищевыми продуктами (сертификация ISEGA / Fabes).

Если вам необходимо получить матовый защитный слой на упаковке, то мы рекомендуем **SENOLITH® WB MATT COATING FP NDC 350206** — матовый, прозрачный, полимерный воднодисперсионный лак. При его использовании достигается очень хороший матовый эффект. Лак имеет слабый запах после высыхания и поэтому подходит для упаковки товаров, чувствительных к запаху. Также этот лак характеризуется превосходной укрывистостью и хорошей стойкостью к истиранию и царапинам. Лак подходит для лакирования с двух сторон.

Оба эти лаки рекомендуются для использования в качестве праймера для последующего УФ-лакирования с предварительным тестированием.

Если говорить о декоративных лаках, сейчас набирает популярность упаковка с soft-touch эффектом. Технологи «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» предлагают типографиям **ВД-лак SENOSOFT® WB MATT COATING FP NDC 350210**. В результате нанесения данного лака на оттиске образуется особая матовая бархатистая пленка. Проявление эффекта бархатистости зависит от количества и скорости нанесения лака на оттиск. Глубина тактильных ощущений возрастает по мере увеличения толщины слоя лака, и падает при увеличении скорости лакирования. При этом не требуется предварительное праймирование, и возможно как in-line, так и off-line лакирование. Лак пригоден к различной последующей обработке: блинтовое тиснение; склеивание (подходит с соответствующим клеем); тиснение горячей фольгой (подходит с соответствующей фольгой); УФ-лакирование.

Оригинальность вашей упаковке вы можете добавить с помощью технологии Drip Off с использованием TWIN-пары лаков. За один прогон вы можете придать изделию неповторимый вид и увеличить добав-



ленную стоимость конечного продукта. В этой технологии матовый печатный лак выборочно наносится из красочной секции печатной машины. Затем отпечаток сплошным образом покрывается глянцевым УФ-лаком из лакировальной секции. В областях, покрытых матовым лаком, глянцевый лак не образует гладкую равномерную пленку, а скатывается в мельчайшие капли, которые тут же застывают под действием УФ-излучения, формируя шершавую микротекстуру.

Основные достоинства технологии drip-off заключаются в том, что для нанесения выборочного лака используется обычная офсетная форма, а полностью готовый отпечаток с интересным декоративным эффектом можно получить за один прогон листа на любой печатной машине, оснащенной пятью красочными и одной лакировальной секциями.

Технологи «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» рекомендуют следующую TWIN-пару для создания на вашей упаковке изображений с оригинальными эффектами: матовый УФ-отверждаемый лак **SENOLITH® UV OFFSET SATIN MATT LACQUER HYBRID FP NDC 369444** и глянцевый УФ-лак **SENOLITH® UV GLOSS LACQUER HYBRID 360052**. Именно эта пара лаков использовалась для создания интересного глянцевотекстурного эффекта нашего корпоративного календаря на 2021 год: участки, отлакированные двумя лаками (постер и нижний блок), приобрели эффект необычной структуры,



а на подложках сформировался качественный дополнительный к металлизированному защитный глянец.

Защищайте вашу упаковку, добавляйте вашим продуктам оригинальности, формируйте добавленную стоимость, используя качественные расходные материалы от надежного поставщика — компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»! Вместе делаем мир ярче!

По материалам компании «ОКТОПРИНТ СЕРВИС»



ПРОИЗВОДИМ КРАСКУ С 1765 ГОДА



www.hubergroup.ru



РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ И РЕКЛАМЫ



www.oktoprint.ru



ПОВЫШАЙТЕ КВАЛИФИКАЦИЮ СВОИХ СОТРУДНИКОВ

- выездные семинары
- онлайн вебинары
- аудит сотрудников

polygraphist.oktoprint.ru



ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ ОТ ПЕЧАТИ ДО ГОТОВОГО ПРОДУКТА

www.zund-rus.ru
www.oktoprint.ru

17 ЛЕТ
ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ

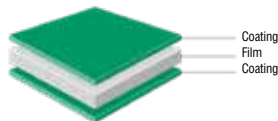
Синтетическая бумага: возможности для креатива

Материалы в полиграфии — тема неисчерпаемая. Обсуждать различные виды бумаги, картона и возможностей можно много. Сегодня мы вернемся к вопросу о нестандартных материалах. Стандартные материалы для печати — это бумага и картон, а к нестандартным относятся синтетические материалы.

На сегодняшний день синтетическая бумага уже перестала быть экзотикой в полиграфии, это просто альтернатива для печати со своими уникальными свойствами и возможностями. Синтетический материал выполняет весь функционал традиционной бумаги.

Бумага на синтетической основе способна сохранять свой первоначальный вид и форму под влиянием климатических факторов, поэтому ее применение возможно и в помещении, и за его пределами. Синтетическая бумага для печати проявляет высокую стойкость при многократном прогоне, а низкая пористость поверхности позволяет наносить рисунки более высокого разрешения, с большей детализацией. Полимеры в составе материала обуславливают устойчивость к растяжениям и деформации. Это свойство позволяет отказаться от использования дополнительных материалов при ламинировании. Контрастность и интенсивность изображения, нанесенного на синтетическую бумагу, сохраняются на протяжении длительного времени.

Рассмотрим некоторые виды этого материала, которые находятся в нашем ассортименте.



Monotex L

Прочная пленка с покрытием сплава из полиэтилена (PE), пропилену (PP) и полиэфира (PET).

- Синтетическая бумага для цифровой печати — гибкая и нервущаяся.
- Monotex L 100 BG 150г/110 микрон white/белая white 320*450мм 100л/пч.
- Monotex L 125 BG 186г/135 микрон white/белая 320*450мм 100л/пч.



- Monotex L 175 BG 254г/185 микрон white/белая 320*450мм 50л/пч.

- Monotex L 250 BG 360г/260 микрон white/белая 320*450мм 50л/пч.

Monotex L не рвется, не расслаивается, не боится никаких погодных катаклизмов в виде осадков. Не пачкается (легко моется), не деформируется.

Материал обладает высокой жесткостью, устойчив к высоким и низким температурам. Выдерживает резкие температурные перепады и не деформируется.

Возможности для экспериментов:

- Постпечатные процессы (вырубка, резка, тиснение фольгой, шивка на скобу).
- Для скрепления можно использовать либо болты, либо кольца. Если пробить дырки, то дальше материал не рвется. Отлично вырубается, маленькие плотности можно перфорировать.
- На поверхности можно писать ручкой или карандашом, ставить печати.
- Ламинирование необязательно, но возможно.
- Меню в рестораны.
- Бирки на одежде и багаже.
- Технические документы, документы длительного срока службы, часто используемые инструкции, схемы сборки, каталоги, инструкции (особенно там, где есть агрессивная среда: буровые станции, пустыня, добыча полезных ископаемых и т.д.).
- POS материалы, уличные плакаты.
- Обучающие материалы, детские игры и книги.
- Колышки для растений, визитки, игральные карты, флажки, бейджи,

скидочные карты (карты постоянного покупателя), указатели «не беспокоить» в гостиницах, этикетки и многое другое.

Lahnpaper Pretex — специальная бумага с пропиткой.

Это бумага с пропиткой для особых вариантов применения, когда обычная бумага не выдерживает нагрузок — например, когда бумага вступает в контакт с влагой или надо перенести большой вес.

Состав Pretex — особый вид целлюлозы + синтетические волокна (полиамид и полиэстер).

Примеры применения Pretex: географические карты, карты-схемы, учебные и иллюстрированные таблицы, техническая документация, стартовые номера спортсменов, схемы, постеры, установленные под открытым небом, широкоформатная реклама, вымпелы, сумки, брошюры и конверты, этикетки стройматериалов, навешиваемые этикетки, меню, салфетки под прибор, бланки пропусков, описания растений, самоклеящиеся этикетки.

Свойства Pretex:

- Водостойкость.
 - Высокая прочность.
 - Высокая свето- и цветоустойчивость.
 - Устойчивость к высоким механическим нагрузкам во влажном и сухом состоянии.
 - Долговечность.
 - Высокая термостойкость.
 - Устойчивость к химикатам и органическим растворителям.
- Возможность дальнейшей обработки:
- лакирование
 - фальцевание
 - перфорация
 - штампование (кроме верхнего штампования)
 - фрезерование канавок и бороздок
 - прорезание отверстий и петель
 - склеивание
 - сшивание
 - тиснение (блинтовое или горячее тиснение фольгой)

Lahnpaper NEOBOND

Neobond — особого вида целлюлоза + синтетические волокна + специальная пропитка + мелованная с обеих сторон (мелование с обеих сторон дает гарантию хорошего качества при нанесении печати).

На бумагу Neobond можно нанести знаки защиты (например, водяные знаки, флуоресцентные волокна, реагентные вещества).

Примеры применения Neobond:

- Документы длительного использования (автомобильные документы, свидетельства и сертификаты).
- Удостоверения личности (паспорта, прививок и удостоверения инвалидов, членские билеты и заводские пропуска, браслеты в больницах).
- Учебные и демонстрационные таблицы.
- Бирки (наклейки) на багаж.
- Входные билеты, билеты на самолет.
- Высококачественные каталоги.
- Этикетки.
- Уникальные осязательные свойства (бумага покрыта специальным составом, дающим приятные тактильные ощущения).

- Высокая прочность.
- Высокая свето- и цветоустойчивость.
- Стабильность размеров.
- Долговечность.
- Высокая термостойкость.
- Водостойкость.
- Устойчивость к химикатам.
- Устойчивость к органическим растворителям.

В наличии на складе 3 цвета: белый, слоновая кость и оранжевый, 200 грамм, формат 610x860.

Синтетические бумаги YUPO

Компания основана в 1969 году как совместное предприятие OJI PAPER и MITSUBISHI CHEMICAL.

- 70% доли рынка синтетических бумаг
- Производство синтетической бумаги:
- Кашима, Япония
- Чеспик, США

Yupo EUROPE GmbH расположен в Дюссельдорфе, Германия.

Слово tako в переводе с японского означает «осьминог». Бумага Yupo Tako получила свое название из-за своей микроструктуры всасы-

вания. Tako прилипает к поверхности микроприсосками, как осьминог. В Tako нет клея, следовательно, нет ощущения липкости на поверхности.

Yupo Tako для многократного использования, если Tako стала плохо приклеиваться, нужно просто протереть влажной тряпкой приклеиваемую сторону.

Применение Yupo Tako:

- наклейки
- элементы поощрения
- FLOOR баннеры в супермаркетах
- инструкции POP
- сезонные украшения

Синтетическая бумага применяется во множестве областей: она может быть достойным материалом для воплощения в жизнь самых смелых дизайнерских задумок. Благодаря необычной поверхности такая бумага смотрится очень интересно, и отпечатанное на ней грамотное дизайнерское решение приобретет особый, ни с чем не сравнимый креатив.

По материалам компании «Европапир»

Уральский филиал
ООО «Европапир»
г. Екатеринбург,
ул. Хомякова, д.17
ural.info@europapier.ru
тел.: (343) 376-81-41
www.europapier.ru





FIRST OF ALL EUROPAPIER – символ многообразия ассортимента, безупречного сервиса и стремления быть наиболее клиентоориентированной компанией на рынке!

Мимакс-Урал

- ▶ UV-ПЛОТТЕРЫ
- ▶ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СОЛЬВЕНТНЫЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СУБЛИМАЦИОННЫЕ ПРИНТЕРЫ
- ▶ СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ▶ ЗИП И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: mimakiural@mimakiural.ru
www.mimakiural.ru



УСЛУГИ:

- Изготовление и обрешивание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

- Шлифовка резинового покрытия
- Ремонт посадочных мест
- Изготовление, ремонт металлических стержней
- Шлифовка металлических стержней

Россия, 664014,
г. Иркутск, ул. Толевая, 4
+7 (950) 123-78-45
+7 (3952) 709-272
e-mail: 709272@mail.ru
www.santai-val.ru



ПЕЧАТНИК.com
ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ



Подкаст РЫНОК ПЕЧАТИ

- > Знакомим с персонами отрасли
- > Обсуждаем актуальные новости
- > Рассказываем о трендах и тенденциях рынка

ПЕЧАТНИК.com – более 60 000 уникальных пользователей в месяц:

- > ежедневная лента новостей
- > статьи и отраслевая аналитика
- > доска объявлений
- > форум и консультации экспертов



<http://pechatnick.com>

ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ ЛИЗИНГА

✓ Одобрение от 8 рабочих часов

✓ Аванс от 30%

✓ Удорожание от 1%

Платежи от
77 000
рублей
в месяц!

ADAST MAXIMA

Производитель:
CZECH REPUBLIC



Предложения носят исключительно информативный характер



KONICA MINOLTA

AccurioPress
C7100

ПРОИЗВЕДИТЕ СИЛЬНОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

ВЗГЛЯНИТЕ НА ВОЗМОЖНОСТИ
ПЕЧАТИ ПО-НОВОМУ
с AccurioPress C7100



Представляем новую серию AccurioPress C7100, с инновационными решениями, способными дать новый импульс вашему бизнесу. От интеллектуальной автоматизации и улучшенных финишных модулей до безупречного качества, новых возможностей и исключительной долговечности: всё это на службе вашего бизнеса.

КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ

- + АВТОМАТИЧЕСКАЯ НАСТРОЙКА ЦВЕТА И СВЕДЕНИЯ
- + УНИКАЛЬНЫЕ ФИНИШНЫЕ МОДУЛИ В ЛИНИЮ
- + ЛЁГКОЕ ВЫПОЛНЕНИЕ СЛОЖНЫХ ОПЕРАЦИЙ НАСТРОЙКИ И ПЕЧАТИ
- + ПОВЫШЕННАЯ НАДЁЖНОСТЬ

**УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ
ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА**

С ACCURIOPRESS C7100

