Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОТОПРИНТ

№8, Ноябрь, 2018

ФОРМАТ
Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №8 (130)-2018

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА
Феномен «цифровой усталости» 2

ИНТЕРВЬЮ
Ольга Белостоцкая, Canon Russia
Печать в черно-белых тонах, или Функциональный продукт от Canon 6
Светлана Сторожева, «ВИП-Системы»
Бумажный стаканчик: одноразовая емкость или экологичная упаковка? . . . 10

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ
Типография «Роликс»
Внимание на «цифру», или Технологии для творческих личностей 12
ППК «Куранты»
Универсальная «цифра», или Печать на плотных материалах 16

ТЕХНОЛОГИИ
Переход на LED-UV: результат инсталляций в Европе 20

ОБОРУДОВАНИЕ
АО «ВМС-Принт»
Польза от УФ-технологии, или Притягательные эффекты в упаковке 24
Типография «Руссервис»
«Правильные» расходники, или Как достичь стабильности печати 30
Типография «Кварц»»
Холодное тиснение, или Как формировать рынок под себя? 32

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

Реклама в номере:

Агфа 17
Альфа-Дизайн 1
ВИП-Системы . . . . . клапан, 9
ВМГ-Трейд 5
Илим . . . . . 3-я обл.
ОктоПринт Сервис . . . . . клапан
Ситипринт . . . . . вкладка
Смарт-НН 33
Терра Системы . . . . . клапан, 23
Фабрика офсетной печати . . . . . вкладка
Bobst 15
Canon 7
Heidelberg 35
hubergroup 3
Kodak . . . . . клапан, 2-я обл.
Koenig&Bauer 27
Konica Minolta 29
Lamstore 21
Ricoh 19
Viva-Star 36
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. Улантикова

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

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

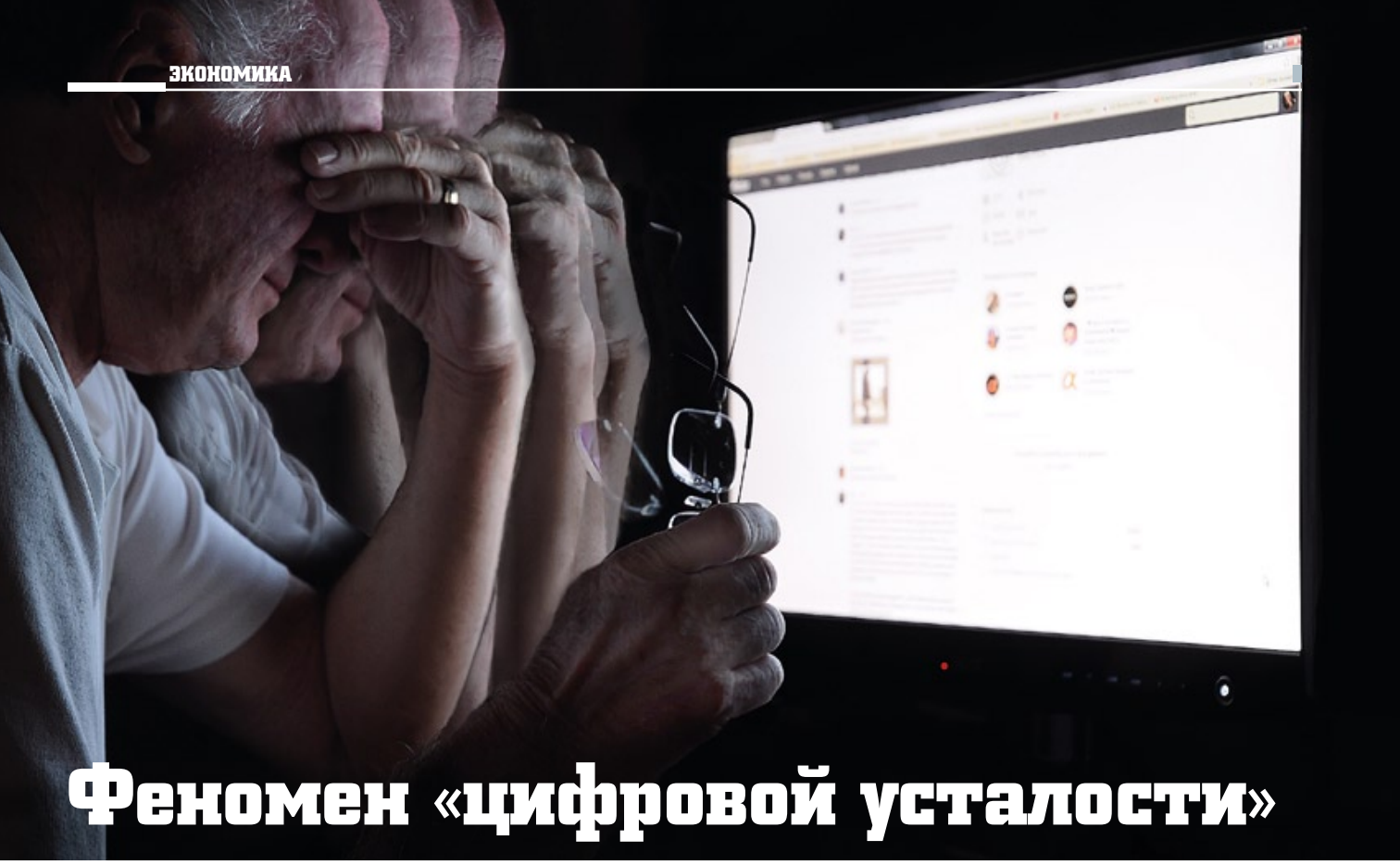
ВНИМАНИЕ!
Воспроизведение материалов или их фрагментов без разрешения редакции запрещено. За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет

СЕЗОН ОТКРЫТ

Типография «Альфа-Дизайн» изготовит
– издания в твердом переплете
(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).
А также любую другую полиграфическую продукцию.
– сувенирную продукцию и подарочные наборы
(в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).
из высококачественных переплетных материалов, цвет которых Вы можете выбрать по каталогу Pantone

100 оттенков итальянской искусственной кожи
1000 оттенков итальянского переплетного шелка
на нашем складе в Москве

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



Феномен «цифровой усталости»

Примерно 5–7 лет назад в отрасли довольно активно обсуждали тему того, что развитие интернета постепенно приведет к стремительному сокращению полиграфической продукции: электронные ресурсы заменят собой рекламную и коммерческую полиграфию, книги, газеты и журналы. Разве что упаковка останется. С мнением, что всемогущий интернет поглотит полиграфическую отрасль, были многие согласны, и негативное настроение в отрасли повисло надолго. Нельзя сказать, что это мнение совсем уж неправильное. Интернет и общее развитие средств коммуникации, социальных сетей, мобильных приложений и т. д. привели к изменениям в сфере производства полиграфической продукции во всем мире. Прежде всего упали тиражи продукции, причем по некоторым видам существенно. Однако не упали до нуля! Полиграфическая продукция не исчезла совсем. Более того, во многих странах отмечаются ярко выраженные тенденции «движения в обратную сторону». Те журналы и газеты, которые решили полностью уйти «из бумаги» на просторы интернета, не смогли там закрепиться, и либо исчезли совсем, либо попытались вернуться к бумажной версии, правда не всегда успешно. Без сомнения, интернет повлиял на бумажную полиграфию довольно сильно, но не убил ее совсем. Многие на это скажут: «Пока не убил, все еще впереди». Но вот с этим в данной статье мы попробуем поспорить… Как известно, «все, что нас не убивает, делает нас сильнее». И судя по всему, традиционная полиграфическая продукция никуда исчезать пока не собирается. Более того, она намного эффективнее решает ряд задач, для которых, собственно, и предназначена.

Пресыщение

Не так давно выяснилось, что и сам интернет, и все, что с ним связано, оказались не так эффективны в плане воздействия на людей, как предполагалось. У большого количества населения в развитых странах наступил, говоря простым языком, «передоз» цифрового потребления. В обиход даже вошел новый термин — Digital Fatigue (в дословном переводе — «цифровая усталость», «цифровое утомление»). Сегодня уже становится трендом, когда вполне молодые и успешные люди удаляют свои аккаунты из социальных сетей, минимизируют «общение» с компьютером и мобильным телефоном. Многие отмечают, что читать материалы в интернете, даже на тематических сайтах, стало невозможно по причине наличия большого количества контекстной рекламы. Крупные рекламные «показчики» (Google, Yandex или «Бегун») стараются подсунуть как можно больше рекламных показов (они получают деньги за каждый показ, так что это им очень выгодно). При чтении в интернете люди часто жалуются, что им подается слишком много ненужной информации, на которую они начинают отвлекаться, и в итоге на изучение необходимой информации уходит существенно больше времени, чем следовало бы. В результате в развитых странах повысился спрос на программные продукты, блокирующие рекламу на экране, хотя они и стоят заметных денег.

Увлечение гаджетами, «зависание» в социальных сетях привело сегодня к феномену, который охарактеризовали как «цифровое утомление». Все больше пользователей цифровых сервисов удаляют свои аккаунты, а «цифровые» гиганты — Google, Facebook — начинают рекламировать свои услуги в печатных изданиях. Означает ли это движение вспять?

Осознание всех этих проблем возникло в 2015–2017 гг., соответственно, изучение феномена «цифровой усталости» началось совсем

Таблица 1. Эффективность рекламы на разных рекламоносителях

	Рейтинг «профессионалов»	***Рейтинг потребителей***
1	Телевидение	Телевидение
2	Онлайн видео (YouTube)	Радио
3	Социальные сети	**Газета**
4	Наружка	**Журнал**
5	Кинотеатр (перед сеансом)	Наружка
6	Радио	**Директ мейл**
7	**Газета**	Социальные сети
8	**Директ мейл**	Кинотеатр (перед сеансом)
9	Баннерная реклама на сайтах	Онлайн видео (YouTube)
10	**Журнал**	Баннерная реклама на сайтах

Исследование компании Radiocentre

недавно. Тем не менее результаты исследований этого феномена дают любопытные факты. Выяснилось, например, что англичанин в среднем проверяет свой телефон 150 раз в день, осуществляя до 2500 действий с ним (кликов, тапов, сдвигов и т. д.). Когда испытуемым сообщили результаты, они были шокированы, и более 62% из них сообщили, что «ненавидят» результаты этих исследований. Вскоре после этого появился даже новый вид услуг — Digital Detox («Цифровой детокс», «Цифровое очищение»). Так отреагировали на результаты исследований психотерапевты и психоаналитики, и их услуги оказались весьма востребованными.

Выбираем носитель

Впрочем, любопытнее другой эксперимент, проведенный профессором Наоми Бароном (ведет курсы в ряде университетов США, Японии, Германии и других стран). Группе студентов он сообщал, что на очередном занятии они будут решать сложную задачу. Решить ее нужно быстро и качественно. Методика решения задачи описана в учебнике. Этот учебник студент мог получить в виде отпечатанной на бумаге книги, документа на планшете, приложения на мобильном телефоне, интернет-страницы на ноутбуке или на стационарном компьютере с большим экраном. В результате исследований выяснилось, что почти 92% студентов из разных стран предпочли бумажный учебник! После того, как результаты исследования были опубликованы в США, планы о переводе учебной литературы в электронный вид почти полностью сошли на нет. Там и раньше учебники активно печатали, а теперь их издают еще более активно. Даже для очень узких дисциплин предпочитают выпустить бумажные учебники, несмотря на то, что их нужно всего десяток.

Уровень доверия

Еще одно исследование касается уровня доверия к информации. Его независимо друг от друга проводили в разных странах самые разные организации. Вряд ли для кого-то будет откровением, что информация в интернете имеет самый низкий уровень доверия. Такого количества «информационного мусора», как в интернете, нет нигде. Причем он создается как случайно (просто пишущий в интернете не очень понимает тему, на которую он решил высказаться), так и вполне сознательно. Стремясь получить больший трафик для посещений и, как следствие, для показа большего количества рекламы, владельцы сайта со-

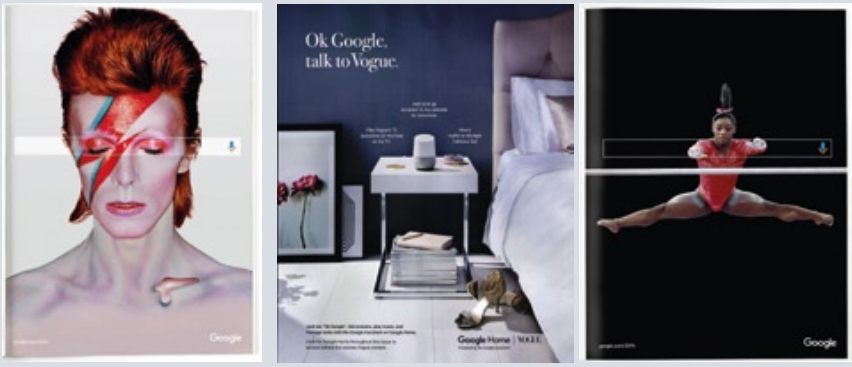
huber group
www.hubergroup.ru

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

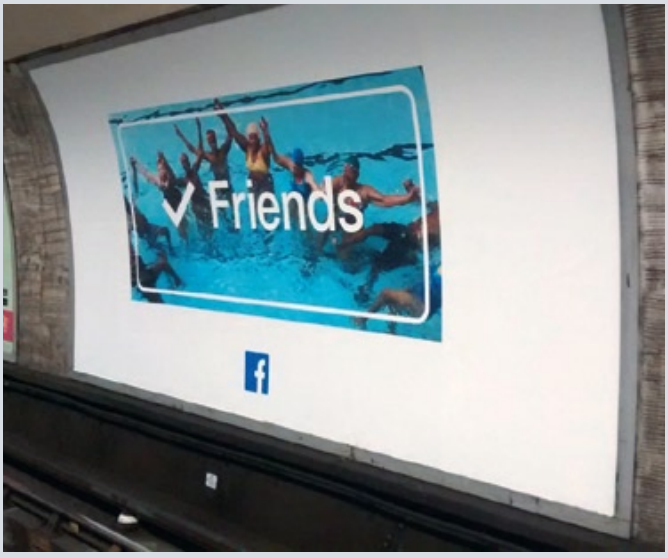
знательно пишут «сенсационные новости», не имеющие нечего общего с действительностью. Либо используют игру слов, которую можно трактовать по-разному. Эта «болезнь» присуща многим нашим новостным сайтам, но оказалось, что это международное явление, существующее в первую очередь в странах, где интернет хорошо развит. Одно из исследований, проведенных в Англии на предмет доверия к информации (и рекламе в частности), дало любопытные результаты. Многие опрошенные респонденты на вопрос: «Какой информации они больше доверяют?», — ответили, что «не доверяют вообще никакой информации». Еще больше людей «не доверяют информации от производителя товаров», а более 70% опрошенных сообщило, что «не доверяют информации в интернете».

Такие интернет-гиганты, как Google, стараются активно продвигать мысль, что реклама в интернете — самая точная, самая направленная, при этом самая дешевая и самая эффективная. Многие не очень дальновидные компании им верят и переводят максимальные рекламные бюджеты в интернет. Одной из причин точного попадания рекламы адресату интернет-компании называют «рекламу по интересам». Если в поисковом запросе Google или Yandex (или любого другого поисковика) ввести запрос, например «купить зимние шины для автомобиля», то поисковик этот запрос запомнит и дальше будет повсеместно подсовывать рекламу компаний, торгующих колесами. Клиент уже десять раз купил ко-



Компания Google на протяжении многих лет размещает свою рекламу в различных бумажных периодических изданиях. Означает ли это, что «цифровые» гиганты сами признают, что бумажные носители оказывают гораздо более сильное влияние на умы потребителей, нежели цифровые каналы рекламы?

Любопытная рекламная кампания, призванная убедить аудиторию, что цифровые медиаресурсы — это не новомодное увлечение, а проверенное годами солидное медиасредство. Шутка, конечно, но «в каждой шутке есть доля истины»



Реклама Facebook в «наружке», в данном случае на станции метро

Обложка и разворот журнала, который издает Facebook. Справа — рекламная полоса Facebook в другом журнале. Получается, что и эта компания решила воспользоваться услугами бумажной периодики

леса, а поисковик все старается и подает все ту же рекламу, причем, как правило, одних и тех же компаний, которые этот контекст оплатили. Зачастую бывает так: пройдя по предложенной ссылке, выясняется, что у компании, активно рекламирующейся в интернете, ассортимент не очень хороший, нужных позиций нет в наличии, цена выше, чем в другом аналогичном магазине и т. д. Многих это раздражает, и хочется с этим уже что-то сделать (например, купить программу, блокирующую рекламу в интернете, или учиться рекламу совсем не замечать).

Эффективная реклама

Еще более глубокое и интересное исследование провел американский исследовательский институт MarketingSherpa в 2017 г., которое позднее повторила компания Radiocentre в Европе. В опросе участвовало несколько тысяч обычных посетителей магазинов разного возраста, пола и национальности. Им было предложено ответить на вопрос: «На какую рекламу вы больше всего обращаете внимание?» Затем был задан вопрос профессионалам от рекламы (сотрудникам рекламных агентств, руководителям отделов маркетинга и рекламы крупных компаний и другим рекламным специалистам): «Реклама на каких носителях самая эффективная?» Когда собрали и обработали результаты двух опросов, даже организаторы исследования были озадачены. Оказалось, что профессионалы от рекламы ничего не знают о том, чем они на самом деле занимаются *(см. таблицу на с. 3)*. Профессионалы «задвинули» традиционную бумажную рекламу в самый низ списка, «вытащив» наверх все модные цифровые виды рекламы, а потребители при этом проголосовали практически в обратном порядке, поставив «цифровую» рекламу в самый низ предпочтений. Реклама на бумаге потребителям до сих пор важна и интересна, и на нее они активно обращают внимание. Разве что реклама на телевидении бесспорна для обеих групп опрашиваемых. После опубликования результатов исследования возникли скандалы и разбирательства, даже обвинения в предвзятости, но наиболее дальновидные владельцы торговых марок приняли это как факт. В частности, руководитель продвижения торговой марки Procter&Gamble Марк Притчард сократил расходы на «цифровую» рекламу на 20%, и сообщил о скором сокращении на нее до 50% рекламного бюджета.

В результате в прошлом году стали происходить любопытные изменения в рекламных предпочтениях владельцев торговых марок. Они начали вспоминать о классических рекламных носителях (газетах, журналах). Серьезное внимание обратили на печатную продукцию, отправляемую по почте (директ-мейл). Некоторые даже стали говорить о ренессансе печатных видов рекламы. Впрочем, никакого ренессанса нет: печатные средства никуда не девались, а соответственно, возрождаться им не нужно. Выяснилось, что те возможности, которыми обладает печатная реклама, оказываются более эффективными, чем возможности «цифровой» рекламы, которая к тому же почти всех раздражает.

Любопытно, что не так давно Facebook начал выпускать собственный бумажный журнал (!), а Google это делает уже давно. Более того, и Facebook, и Google и многие другие «цифровые» гиганты стали активно рекламировать себя в бумажных средствах массовой информации. Что же получается? Они сами осознали, что реклама на «бумаге» работает лучше, чем в интернете или социальных сетях? Получается, что от «бумаги» все же есть польза, если на нее обратили внимание «цифровые» гиганты?

TOYO INK
Visible Science for Life

ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ ФЛЕКСОПЕЧАТИ
ВЫСОКОРЕАКТИВНЫЕ УФ КРАСКИ

- СДЕЛАНО В ЯПОНИИ
- ЯРКИЕ ЦВЕТА
- БЫСТРОЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ
- ВЫСОКИЙ ГЛЯНЕЦ
- ХОРОШИЕ ЦЕНЫ

TOYO INK YOUR GREEN PARTNER
ECO-FRIENDLY VEGETABLE OIL BASED INK TOYO INK

VMG trade
Тел./факс: +7 (495) 780 01 83
www.toyoink.ru
www.vmg-trade.ru

Печать в черно-белых тонах, или Функциональный продукт от Canon

Ольга Белостоцкая,
начальник отдела
«Профессиональная печать»,
Canon Russia
[Москва]

В конце октября на площадке DI Telegraph в Москве прошла «Выставка и Форум Integrity». В качестве генерального digital-партнера выступила компания Canon, стенд которой Digital-Bar эффектно расположился в центре выставочной площадки. Здесь подавали не только угощения для посетителей мероприятия, но и делились полезной информацией в области цифровых технологий. Воспользовавшись новой интегрированной платформой для общения, мы попросили руководителя отдела профессиональной печати ООО «Канон Ру» Ольгу Белостоцкую рассказать о новых решениях компании в области промышленной цифровой печати. Оказалось, что у Canon есть «вкусный» продукт как для производителей книжных изданий, так и для тех компаний, которые заняты в области изготовления упаковки.

Ф: Ольга, сегодня на рынке представлены решения для работы в цифровом печатном бизнесе самых разных производителей, и у каждого есть свои преимущества. В чем уникальность решений Canon?

ОБ: На сегодняшний день среди всех производителей цифровых печатных устройств, известных на полиграфическом рынке и имеющих в своем ассортименте оборудование для черно-белой печати, только в линейке оборудования Canon представлены устройства с иной технологией печати — DirectPress. Главная особенность этой технологии в том, что закрепление тонера на бумажном носителе осуществляется при температуре почти в два раза ниже, чем при электрографическом способе печати. Это моментально дает ряд преимуществ, которые наши клиенты могут использовать для ведения своего цифрового бизнеса.

Ф: Могли бы вы озвучить, что это за преимущества?

ОБ: Машины, в которых реализована технология DirectPress, интересны прежде всего тем, что предлагают «офсетное» качество цифровой печати. При запекании тонер не блестит, как при электрографии, и это позволяет предлагать такое оборудование типографиям, которые видят себя в нише книжного производства малыми тиражами. Кроме того, более низкая температура закрепления тонера позволяет разнообразить ассортимент бумаг, которые могут потребоваться для изготовления печатной продукции. Это открывает возможности использования цифровых машин Canon в сегменте производства информационно-деловой продукции. Благодаря особенностям технологии DirectPress удается также избегать перегрева оборудования, что обеспечивает непрерывную работу машины на протяжении 24 ч. Это становится важно, например, для предприятий, имеющих дело со срочными заказами, которые нужно пропустить в узкий временной коридор. В качестве примера могу привести компании, чья

Монохромная цифровая печатная машина varioPrint 140 для промышленной печати малыми и средними тиражами от компании Canon

Одна из самых производительных и многофункциональных цифровых машин в сегменте черно-белой печати — VarioPrint 6000 Titan

БОЛЬШЕ СКОРОСТЬ, ЛУЧШЕ КАЧЕСТВО, ВЫШЕ ПРИБЫЛЬ

VarioPrint — листовые печатные машины, которые обеспечивают лидирующую на рынке скорость монохромной печати, создают отпечатки впечатляющего качества и используют инновационные технологии, минимально воздействующие на окружающую среду.

- Стабильная скорость печати от 117 до 330 стр/мин*
- Межсервисный интервал — от 1,5 млн оттисков
- Идентичные оттиски во всем тираже
- Точное совмещение изображения при двухсторонней печати
- Плавные градиенты
- Качественная печать на мелованных и текстурных носителях
- Печать без выделения озона
- Отсутствие потерь в виде отработанного тонера

Canon

* Скорость печати зависит от модели.

www.canon.ru/varioprint
8 800 700 28 19

деятельность связана с транзакционной, биллинговой печатью.

Ф: В каких сериях машин реализована данная технология магнитографической печати?

ОБ: Прежде всего речь идет о серии цифровых машин VarioPrint 6000 Titan. Она появилась в линейке оборудования Canon в прошлом году и сменила серию Ultra. Машины имеют новый промышленный дизайн. Но главное — оборудование получило новые лицензии скорости. Максимальная производительность составляет 328 листов/мин. Однако здесь важно учитывать не только фактическую скорость, с которой происходит печать, а совокупное время выполнения заданий. Оборудование может печатать быстро, но при этом требовать существенных технологических пауз или же специальных настроек для того, чтобы 30-й, 300-й, 3000-й отпечаток не отличался от первого по качеству. В машинах Titan таких проблем нет, поскольку в них реализована другая технология. Другая модель, которая работает по технологии DirectPress, — varioPrint 140, приспособленная для монохромной печати малых и средних тиражей.

Общим в устройствах этих двух серий является также контроллер PRISMAsync. Сейчас им стали оснащаться и полноцветные машины Canon. Мы прекрасно понимаем, что полиграфисты, которые выполняют сложные полноцветные работы, экспериментируют с фактурными материалами, привыкли к хорошему контроллеру, который, как правило, требует высокой квалификации печатника. Контроллер PRISMAsync при всех своих многочисленных возможностях такой квалификации не требует, это не «сакральный» продукт, для которого нужен гуру. И с этой точки зрения для владельца цифрового бизнеса такой продукт, безусловно, выгоднее использовать, поскольку он позволяет в меньшей степени зависеть от технолога или оператора. Тем более что в монохромной печати вариативность настроек меньше.

Ф: В каком сегменте, на ваш взгляд, будет наиболее востребована новая линейка машин VarioPrint 6000 Titan?

ОБ: Вы знаете, самое приятное — это продавать функциональные вещи. Еще приятнее продавать вещи с уникальными возможностями. Вот машины серии Titan — это как раз про них. Когда мы говорим о линейке этих устройств, то прежде всего подразумеваем сегмент производства черно-белых книг (это и малотиражные издания, и учебная литература, и мануалы и т. д.). Надо сказать, что цифровые машины Titan — единственные на рынке с возможностью реальной дуплексной печати. Благодаря технологии Océ Gemini лист запечатывается сразу с двух сторон, и это решает проблему точного совмещения лица и оборота, что для печати книг очень важно. В сочетании с технологией DirectPress, обеспечивающей низкую температуру «вплавления» тонера в бумагу и равномерный прогрев листа с двух сторон, на выходе получается ровная стопа запечатанных листов без деформации и коробления. Это принципиально важно для постпечатной обработки.

Книжный рынок монохромной печати — неравномерный с точки зрения выпускаемых изданий. Большую его часть составляет учебная литература. И она может потребовать печати не только текста, но и изображений, где важна проработка черно-белых тонов. Машины Titan позволяют это делать идеально: качественно воспроизводить полутона, создавать плавные переходы в оттенках серого, пропечатывать тончайшие линии.

В линейке цифрового оборудования компании Canon представлены машины для магнитографической печати, которые дают целый ряд преимуществ как для производителей книжной продукции, так и типографиям, занятым в упаковочном сегменте

Для книжных типографий немаловажной окажется и возможность широкого выбора форматов печати, что актуально при работе в сегменте самиздата.

Ф: Одним из направлений использования цифровых машин рассматривается их применение в сегменте упаковки. Может ли серия машин Titan быть полезной типографиям, занятым в упаковочном производстве?

ОБ: Это еще одна ниша, в которой использование данного оборудования будет эффективным. Машины серии Titan могут печатать на очень тонких бумагах от 44 г/м². На такой бумаге обычно изготавливают инструкции-вкладыши для фармацевтических препаратов. При этом безупречно воспроизводится мелкий шрифт, «читаются» штрих-коды, прорисовываются мелкие линии на изображениях и т. д. И в рамках выставки Integrity мы показываем упаковщикам именно эту возможность нашего оборудования.

Ф: Насколько легко оборудование Canon встраивается в уже существующий производственный процесс типографий?

ОБ: Очевидно, что для любого полноценного производства одной лишь монохромной печати недостаточно. При оснащении цифровой типографии обычно приобретается и оборудование для цветной печати. Конечно, нам бы хотелось, чтобы решения для полноцветной печати у типографии были также от Canon, которые к тому же хорошо приспособлены для работы на тяжелых текстурированных, фактурных, дизайнерских бумагах (если речь идет о печати обложек или цветных вкладок). Впрочем, это не обязательно. На любую имеющуюся на предприятии цифровую машину другого производителя можно установить софт с фамильным именем PRISMA, который даст возможность унифицировать рабочий процесс со всеми печатными устройствами. Данный пользовательский интерфейс позволит распределять задания между машинами и планировать производство на 8 ч вперед.

Ф: Как можно было бы обрисовать круг клиентов, на которых ориентированы новые машины Canon?

ОБ: Серии машин VarioPrint 6000 Titan и varioPrint 140 разработаны для тех, кто стремится получать высокое качество печатной продукции и дорос до такого подхода к бизнесу, когда приятно вести его цивилизованно и не все время быть погруженным с головой и руками в машину. Наличие такого оборудования позволит типографии обходиться одним оператором на несколько печатных устройств, причем таким, от которого не зависит судьба предприятия и с его уходом не исчезнет все благополучие компании. Современное печатное оборудование должно позволять надежно и уверенно строить полиграфический бизнес, и все в меньшей степени погружаться в технические аспекты или зависеть от каких-либо факторов. Мы придерживаемся такого мнения, что лучшая поддержка — это отсутствие необходимости в поддержке. И если машина исправно работает, не переключая на себя основное внимание, значит, это правильное оборудование.

ROLAND 700 *EVOLUTION*
Уникальный и непревзойденный

Ему присуща стремительность, точность, надежность, сила. При этом он изящен и грациозен... Хорошо принятая рынком печатная машина ROLAND 700 *EVOLUTION* содержит целый ряд инновационных технологий и решений, обеспечивающих беспрецедентный уровень производительности, эффективности и качества печати. Продуктивность типографии увеличивается благодаря технологическому совершенству.

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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

VIP VISION IMAGE PRINT

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
www.vipsys.ru

manroland sheetfed

WE ARE PRINT.®

Бумажный стаканчик:
одноразовая емкость или экологичная упаковка?

Светлана Сторожева,
компания «ВИП-Системы»
[Москва]

Одной из актуальных тенденций упаковочной отрасли сегодня является стремление к экологичной упаковке. В этой связи крупные торговые площадки предлагают покупателям использовать бумажные пакеты вместо пластиковых для складывания купленных товаров или даже картонные коробки. Рестораны быстрого питания вместо пластиковой посуды уже давно используют бумажную. И в контексте этого тренда становится вполне востребованным направление производства бумажной посуды, в частности бумажных стаканчиков. Мы попросили специалиста компании «ВИП-Системы» Светлану Сторожеву рассказать о тонкостях производства этой на первый взгляд незатейливой продукции, поскольку именно в линейке «ВИП-Систем» представлено оборудование немецкой компании Hörauf, которая является лидером в области проектирования и производства специализированных линий для изготовления бумажных стаканчиков.

Ф: Покупая кофе в автомате или перекусывая в точках быстрого питания, вряд ли кто-то задумывается о происхождении такой продукции как бумажный стаканчик, из которого обычно в таких случаях приходится пить горячие напитки, соки, газированную воду и т. д. Каковы сегодня требования к изготовлению этой продукции?

СС: В производстве бумажных стаканчиков существуют высокие требования как к геометрии самого изделия, так и к герметизации и запайки швов. Согласитесь, будет не очень приятно, если горячий напиток начнет протекать в местах стыка боковых стенок со дном стаканчика. Если говорить о рынке бумажной посуды для вендинговых автоматов, то главным требованием к стаканчикам является возможность их расстепеллирования, которая во многом зависит от конусности изделий. Они должны легко вкладываться друг в друга и легко разъединяться. Чтобы стаканчик хорошо вел себя в трубе, он должен иметь идеальный ободок — плотный, завернутый на 360°. В Италии, например, есть три производителя вендинговых автоматов, и, как отметили в компании Horauf, нет такого стакана, который на все 100% подошел бы ко всем трем автоматам. Поэтому одна из сложностей состоит в том, чтобы создать универсальный стакан.

Одной из современных задач упаковочного рынка является производство экологичной и быстро утилизируемой упаковки. В этом случае использование бумажной тары может стать одним из эффективных решений. Бумажные стаканчики сегодня используют не только как емкость для напитков, но и в качестве упаковки для многих продуктов питания. И рынок этот растет

Ф: Кажется, что это изделие с точки зрения производства, совсем простое. Так ли это на самом деле?

СС: Почти 90% запросов, поступающих в наш офис, происходят от небольших кафе и ресторанов, которые хотят изготавливать бумажные стаканчики для своих сетей собственными силами. Как правило, клиентам, не связанным с полиграфией, почему-то кажется, что бумажный стаканчик можно изготовить из любого картона, который нетрудно приобрести, скажем, в ближайшем канцелярском магазине, купить для его производства недорогое оборудование азиатского происхождения, разместить заказ на печать по стаканчикам в типографии и изделие готово. Боюсь разочаровать, но производство такой продукции — далеко не самое легкое. Более того, оно требует инвестиций гораздо более серьезных, нежели бизнес любой коммерческой типографии.

Ф: С какими особенностями производства стаканчиков сталкиваются компании, специализирующиеся на изготовлении бумажной посуды?

СС: Самое дорогое в производстве стаканчика — это стоимость материала, из которого он изготавливается. Вариантов здесь немного — финский картон стоимостью более 1500 евро за тонну. Аналогов, к сожалению, на рынке мало. А эксперименты с другими производителями материалов заканчивались, как правило, неудачно. Сложность также в том, что закупить данный материал малыми партиями не получится. При этом бумага и картон должны быть сертифицированными, а при печати важно использовать специальные краски с низкой миграцией, предназначенные для прямого контакта с пищевой продукцией. Это важно, поскольку стаканы стапеллируются один в другой, и краска с внешнего слоя может переходить на внутренний.

Если мы говорим о массовом производстве бумажной посуды, то речь идет о крупных специализированных предприятиях, оснащенных десятками производственных линий. Среди них не только оборудование Horauf (компания уверенно занимает нишу по разработке линейки машин для изготовления бумажных стаканчиков разной степени сложности и конфигурации), но и низкопроизводительное оборудование азиатских компаний-поставщиков. Даже на площадках таких гигантов, специализирующихся на

История бренда

Компания Hörauf была основана в Германии в 1938 г. и носит имя своего основателя, ставшее символом в полиграфии. Компания начинала с производства различных видов машин для изготовления изделий из бумаги. Кроме выпуска машин для упаковки батареек и изготовления спичечных коробков, она стала специализироваться на оборудовании для производства скоросшивателей с арочным зажимом, а также бумажных стаканчиков. С тех пор эти два направления бизнеса стали основными в деятельности компании Hörauf, которые постоянно совершенствуются в соответствии с современными требованиями и техническими стандартами.

производстве бумажной посуды, как Paperskopp и Huhtamaki Russia, представлено оборудование разных производителей. Сделано это по причине большой номенклатуры стаканов и высоких объемов производства. Например, линии Horauf предназначены в основном для объемов не менее 5–7 млн стаканов в месяц. Если речь идет о меньшем количестве, то приходится задействовать оборудование менее производительное – китайское или корейское.

Ф: Если требуется изменить высоту стакана, его форму, то как решается вопрос с переналадкой оборудования?

СС: Прежде всего хочу отметить, что когда покупается оборудование для изготовления стаканчиков, производитель изначально должен понимать, какой именно стакан будет производиться на данном конкретном оборудовании. Если впоследствии потребуется другая оснастка, то ее изготовление занимает в среднем около 3 месяцев. Процесс самой переналадки оборудования тоже довольно длительный – машину нужно разобрать, собрать, потратить картон на регулировки (если речь идет об оборудовании азиатского происхождения). В компании Horauf оснастка отлаживается на заводе, и производителю бумажной посуды уже не требуется дополнительных регулировок. Тем не менее процесс смены остастки занимает 8–10 ч, в то время как владельцы корейских машин говорят о 20 ч. При этом на нормальную работу машина выходит еще через несколько часов, поскольку ей нужно достичь оптимального температурного режима производства.

Ф: Бумажные стаканчики обычно требуют красочного оформления. Как их запечатывают?

СС: Крупные производители используют для запечатки флексографское оборудование. Например, у Huhtamaki Russia установлена флексографская печатная машина Uteco, которая поставляется нашей компанией «ВИП-Системы». Машина обеспечивает печать стаканов для всех производственных линий, установленных на этом предприятии. Рулон запечатывается и затем заготовки вырубаются. На высокопроизводительных линиях есть целесообразность использовать рулонную зарядку.

Ф: Какую оценку можно сегодня дать рынку бумажных стаканчиков?

СС: Этот рынок несомненно растет. Постоянно увеличивается количество кафе, которые предлагают напитки на вынос. Можно даже говорить о моде на бумажные стаканы. Многие компании, следуя за лидерами в области быстрого питания, все чаще используют бумажную посуду, вытесняя пластик. Стаканчики к тому же можно брендировать, что позволяет их использовать как дополнительный маркетинговый инструмент.

Мы привыкли к тому, что воспринимаем бумажный стакан только как емкость для напитков, а ведь в странах, где повсеместно развита культура быстрого питания, это еще и экологичная упаковка для многих продуктов питания – лапши, молочной продукции, сухариков, чипсов, сока, алкогольных напитков и т. д. Правда, для каждого вида продукции существуют свои требования к бумажному стакану. Например, для упаковки йогуртов, сметаны и других молочных продуктов необходима дополнительная герметизация бокового шва стакана, чтобы торец картона защитить от разбухания. Однако такая упаковка подходит только для тех молочных продуктов, которые имеют короткий срок хранения. Для упаковки продукции, содержащей масло (те же сухарики), важна герметизация, иначе масло станет прогорклым и срок хранения продукта резко сократится.

Для товаропроизводителей, которые выбирают такую упаковку, возможности современного оборудования Horauf предоставляют широкий выбор и форм, и размеров бумажного стакана. Дело в том, что у компании – запатентованная станция запайки дна, которая позволяет придавать дну стакана любую форму: многоугольную, овальную и даже форму собачьей косточки. Оборудование Horauf позволяет в том числе делать бумажный стакан с ручкой. Таким образом, за счет разнообразия формы и размеров бумажный стакан может быть неплохим вариантом экологичной упаковки, что позволит производителям продуктов питания выделиться. Из новых веяний на рынке можно отметить стремление изготавливать не только бумажные стаканы, но и бумажные крышки и даже бумажные трубочки.

Бумажные стаканчики используют в качестве упаковки для самых разных продуктов: лапши, сухариков, чипсов, молочных продуктов, соков, сыпучих смесей и т. д. Для каждого вида продукции требуется свой подход к изготовлению бумажной тары

Традиционные бумажные стаканчики для холодных и горячих напитков

Внимание на «цифру», или Технологии для творческих личностей

Александр Климашевский,
генеральный директор,
типография «Роликс»
[Москва]

Роман Лунев,
коммерческий директор,
типография «Роликс»
[Москва]

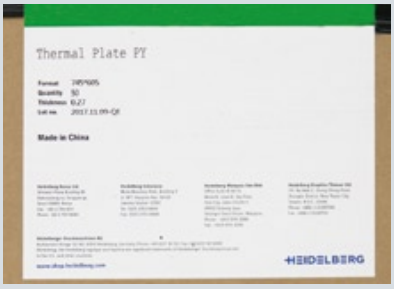
Парк печатного оборудования московской типографии «Роликс» пополнился в этом году двумя топовыми цифровыми машинами в линейке Konica Minolta: полноцветной AccurioPress C6085 и монохромной AccurioPress 6120. Для предприятия, которое с 2000 г. профессионально работает в области традиционной офсетной печати, данный шаг стал началом развития цифрового направления бизнеса типографии, связанного с изготовлением многополосной продукции.

Увлечение полиграфией

Название типографии «Роликс» — это аббревиатура фамилии и имени двух ее создателей — Романа Лунева и Климашевского Александра, выпускников Московского государственного горного университета. Еще будучи студентами, они трудоустроились в вузовское издательство, где впервые столкнулись с процессом создания и производства печатной продукции. Это оказалось настолько увлекательным, что после окончания университета было решено развивать профессиональные навыки в области полиграфии.

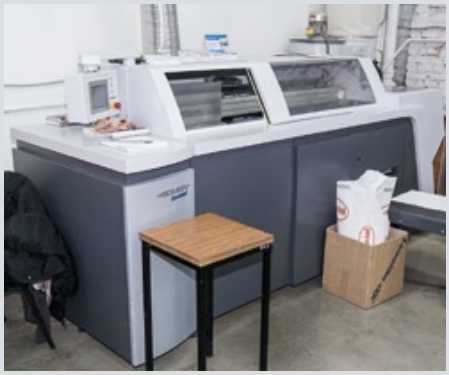
«В 2000 г. мы организовали небольшой печатный салон на базе ризографа, — рассказывает Александр Климашевский, генеральный директор типографии «Роликс». — А уже в конце следующего года купили свою первую печатную машину Romayor. Технологию офсетной печати нам приходилось изучать методом проб и ошибок, многое пропуская через себя. Отработав на этой машине основы полиграфического производства, мы перешли на промышленное оборудование Ryobi 520. Это была однокрасочная машина, которая позволила нам выиграть в производительности, но при этом потребовала увеличения штата специалистов и, к сожалению, не предусматривала возможность изготовления полноцветной продукции, в то время как требования к цветности и качеству исполнения со стороны заказчиков повышались».

Следующим шагом типографии стала установка в 2008 г. полноцветной



На допечатном участке используются устройство вывода форм и пластины Heidelberg

Московская типография «Роликс» до недавнего времени работала исключительно в сегменте офсетной печати, предлагая изготовление многополосной продукции и рекламной полиграфии



Комплекс оборудования для изготовления книг с клеевым бесшвейным скреплением и в твердом переплете с шитьем нитками

печатной машины Heidelberg Speedmaster 52-4, что казалось прорывом, по сравнению с однокрасочной техникой. Параллельно приобреталось послепечатное оборудование, появился собственный участок вывода форм на базе CtP-устройства Heidelberg Suprasetter A 75. Переоснащение парка оборудования позволило выйти на хорошую производительность. В то время в типографии «Роликс» уже наработали пул заказчиков на печать многополосной полиграфии — журналов, каталогов, много выполняли заказов на печать различной рекламной продукции. В 2011 г. возникла потребность в покупке еще одной печатной машины, которая бы обеспечила не только увеличение производственных мощностей, но и печать красочных обложек, а также коротких тиражей, которые требуют срочной послепечатной обработки. Такой машиной стала вторая Heidelberg Speedmaster 52-4, но уже с секцией лакирования.

«У нас довольно много заказов, которые «требовалось сдать еще вчера, а макет будет только завтра», — отмечает Роман Лунев, коммерческий директор типографии «Роликс». — Такие работы мы берем и справляемся, зачастую выступая для клиентов в роли волшебной палочки, делая, казалось бы, невозможное. И заказчики это ценят и сотрудничают с нашей типографией много лет, что, в свою очередь, очень приятно и знаково для нас».

Книжное направление

Около пяти лет назад типография вышла во второй печатный формат, заменив одну из своих машин на Heidelberg Speedmaster 74-4. «Новое оборудование позволило нам плотнее заниматься печатью книжной продукции. На тот момент заказы на книги достигли такого объема, что мы всерьез задумались развивать данное направление. Под этот проект мы приобрели резальную машину под листы второго формата, листоподборочную линию. А в 2015 г. купили итальянское оборудование для производства книг в твердом переплете и ниткошвейную машину. За год мы добились на этом оборудовании очень хороших результатов — освоили все виды переплетов и сегодня можем предложить клиентам большое разнообразие. С выходом во второй формат у нас стали получаться интересные цены на многополосную печать, притом что качество самой печати у нас давно уже отлажено на самом высоком уровне. Благодаря сочетанию всех этих составляющих нам удалось начать сотрудничество с музеями, галереями, художниками и скульпторами. Это характеризует нас как типографию, которая может обеспечить необходимое полиграфическое качество и печати, и переплета. Но мы не только хорошо печатаем, но и дружелюбно относимся к нашим заказчикам, среди которых теперь много людей искусства — очень ранимые, чувствительные клиенты, но им с нами комфортно работать, поскольку мы стараемся всегда

Для изготовления твердого переплета в типографии приобрели итальянское оборудование: полуавтоматическую машину для изготовления переплетных крышек (вверху справа), книговставочную машину, а также машину для опрессовки и штриховки книг (внизу)

Благодаря установке двух цифровых машин Konica Minolta — полноцветной AccurioPress C6085 и монохромной AccurioPress 6120 — типография «Роликс» смогла предложить заказчикам печать книг малыми тиражами

Книжные издания частных авторов — стихи, сказки, мемуары

помогать, подсказывать. В итоге получается красивая книга, которую приятно держать в руках, рассматривать качественные иллюстрации, получать эстетическое удовольствие».

«Цифровая» книга

Развитие книжного производства в типографии «Роликс» послужило началом нового для компании бизнеса цифровой печати. Как отметил Александр, позиционирование типографии в сегменте изготовления книг привлекло заказы от частных клиентов (пенсионеров, молодых мам, творческих пишущих людей). Тиражи требуемых для такой категории заказчиков книг варьируются в пределах от 20 до 50 экз. «Мы всегда работали только в офсетной печати и выполняли заказы тиражом не менее 300 экз. Когда к нам стали поступать обращения, причем довольно много, с целью отпечатать десяток экземпляров, то мы не могли предложить заказчикам адекватную цену при условии печати на нашем офсетном оборудовании. Цифровое устройство, которое у нас было установлено, использовалось в основном для изготовления визиток, открыток, корпоративной продукции и совсем не подходило для многополосной продукции. Все это заставило нас обратить внимание на цифровую печать», — поясняет Роман Лунев.

Как отмечают в типографии, при выборе оборудования велись переговоры со всеми основными поставщиками цифровых печатных устройств — Xerox, Ricoh, Konica Minolta. «Мы исходили из того, что цифровая машина должна позволять работать с большим спектром материалов — от дизайнерской до тонкой мелованной, — рассказывает о критериях выбора оборудования Александр Климашевский. — Нам бы не хотелось каждый раз задумываться о том, «пойдет» ли данная бумага на машине или нет. Проведя тестовую печать на оборудовании всех трех производителей, мы остановили свой выбор на Konica Minolta. В феврале этого года на нашем предприятии была установлена полноцветная машина AccurioPress C6085. Мы считаем, что это одна из самых современных машин, которая по совокупным показателям — стабильности и качеству печати, стоимости покопийного контракта, сервисному обслуживанию — подходит для решения наших задач. Кроме того, она позволяет осуществлять баннерную печать, что требуется для изготовления сложных книжных обложек. За 4 месяца работы на новом оборудовании мы отпечатали около 700 тыс. отпечатков. И уже через полгода приняли решение о покупке еще одной топовой модели — монохромной машины AccurioPress 6120 — уже целенаправленно под печать книжных блоков, так как заказы в сегменте так называемого самиздата росли. За неделю после установки оборудования счетчик показывал 200 тыс. отпечатков».

Новые страницы развития

Сегодня типография «Роликс» сотрудничает с разными категориями клиентов — рекламными агентствами, издательствами, частными авторами — имея теперь возможность предложить для выполнения каждого конкретного заказа наиболее эффективные варианты его изготовления. «Серия топовых машин Konica Minolta успешно справляется с поставленной задачей и притянула заказы, с которыми раньше в нашу типографию не обращались. Речь не только о самиздате, но и, например, об объемных технических брошюрах, а также тиражах, пограничных с офсетом. Мы очень довольны, что благодаря цифровым печатным решениям можем предложить удобные варианты сотрудничества. Ведь типография создавалась и работает для заказчиков, у которых есть потребность в полиграфии, и наша задача эту потребность решить», — отмечает Александр.

Высокое качество переплета и печати позволяют типографии «Роликс» изготавливать высокохудожественные издания для музеев, галерей, художников, скульпторов и т. д.

«Развитие нашей компании всегда шло поступательно, мы продумывали каждый свой шаг, — говорит Роман. — Все наши решения мы стараемся проанализировать — насколько эффективными они окажутся. С 2013 г. мы приобретаем только новое и современное оборудование, которое позволяет стабильно печатать с минимальными простоями, работать со срочными тиражами в очень плотном режиме. Сегодня мы стремимся повысить прохождение заказов за счет автоматизации производства. На каждом участке вводим штрих-сканирование, систему отслеживания заказов, прописываем должностные инструкции. Это позволяет планировать производство, что становится важно, когда увеличивается объем заказов».

«Книжное производство — это то, что нам всегда нравилось. Мы начинали с книг, и не только любим читать книги, но и умеем их печатать. Технические возможности современной печати позволили нам открыть для себя направление работы с частными авторами. Нам нравится работать с конечными заказчиками, среди них довольно много интересных людей. Как правило, это всегда живое общение, и это очень ценно. Заказчики книг — люди, которые живут в другом ритме, они имеют возможность приехать в типографию, обсудить производственные моменты. И такой подход к созданию Книги кажется нам правильным», — отмечает Александр.

www.roliksprint.ru

ЗАЧЕМ ЖДАТЬ?

ПЕРЕНАЛАДКА НИКОГДА ЕЩЕ НЕ БЫЛА ТАКОЙ БЫСТРОЙ И УДОБНОЙ, КАК С МАШИНОЙ

EXPERTFOLD

Сегодня, когда конкуренция в производстве картонной упаковки особенно высока, большое значение имеет возможность максимально быстрой смены тиража.

В EXPERTFOLD воплощен ряд конструктивных решений и «умных» функций, позволяющих совершать переналадку тиражей быстрее и проще, чем на какой-либо другой фальцевально-склеивающей машине. Навесная фальцевальная оснастка, которая не требует съема при каждой переналадке, эргономичный самонаклад и модульная конструкция машины, которые дают возможность расположить производственную линию в наиболее подходящей именно вам конфигурации, – все это в разы сокращает затраты времени на смену тиража. А с интегрированными вспомогательными системами для выполнения дополнительных операций, таких как
- загрузка сырья и упаковка готовой продукции,
- тиснение шрифта Брайля,
- контроль нанесения клея, штрих-кода, качества печати и высечки на каждом бланке

EXPERTFOLD становится идеальным решением для любого предприятия с большими объемами производства картонной упаковки.

www.bobst.com

BOBST

Универсальная «цифра», или Печать на плотных материалах

Андрей Мартынов,
генеральный директор,
ППК «Куранты»
[Татарстан, Казань]

Поволжский полиграфкомбинат «Куранты» является одним из крупнейших полиграфических предприятий республики Татарстан. С момента своего выхода на рынок в 2000 г. компания постоянно работает над расширением пакета услуг. В настоящее время на предприятии представлены все основные технологии производства печатной продукции — листовая и рулонная офсетная печать, флексография, основаны направления широкоформатной печати и изготовления сувенирной продукции, идет расширение участка цифровой печати. Являясь универсальным производственным комбинатом, «Куранты» делают ставку на высокопроизводительное и современное оборудование с целью иметь возможность предоставлять заказчикам высокий сервис полиграфических услуг. В этом году парк оборудования типографии пополнился новыми единицами техники. В частности, ППК «Куранты» стал первой полиграфической компанией, установившей топовую модель цифровой печатной машины Ricoh Pro C9200.

Всесторонний сервис

«Наше предприятие работает в разных сегментах отраслевого рынка, стремясь отвечать на запросы клиентов и включать в ассортимент выпускаемой нами продукции те виды, которые востребованы на текущий момент заказчиками, — отмечает генеральный директор ППК «Куранты» Андрей Мартынов. — Мы обладаем оборудованием, позволяющим выполнить любой вид продукции — это и многостраничные листовые издания, и рекламно-представительская полиграфия. Для заказчиков упаковки у нас есть возможности производства как картонных коробок офсетным способом, так и флексографский способ изготовления гибкой полимерной упаковки, самоклеящихся этикеток для маркировки товаров самых разных отраслей — от пищевой до стройматериалов и автохимии. Для корпоративного сегмента мы в состоянии обеспечить потребности заказчиков не только в части полиграфии, но и сувенирной продукции, в том числе брендированной. Это позволяет нам всесторонне подходить к обслуживанию запросов клиентов, направленных на реализацию их бизнес проектов (подготовка к выставочным мероприятиям, встреча деловых партнеров, обеспечение представительской и рекламной продукцией и т. д.). Для удобства наших клиентов мы максимально используем любые виды печатного оборудования, чтобы гарантировать и оперативность, и качество выполнения заказов. Ведь только типография полного цикла может контролировать все этапы печатного процесса и отвечать за сроки и надлежащее исполнение заказа».

Новые направления

В этом году на ППК «Куранты» был организован собственный отдел широкоформатной интерьерной печати и сувенирной продукции. Как рассказал Андрей Мартынов, на предприятии давно работали в этих направлениях, но выступали в

ППК «Куранты» оснащен полноцветными офсетными машинами Heidelberg и Ryobi для печати многополосной и рекламной полиграфической продукции

этом случае посредниками, размещая заказы в типографиях-партнерах: «Объемы заказов на интерьерную печать и брендирование сувениров у нас были весьма существенные, но, к сожалению, мы не могли влиять ни на сроки, ни на качество исполнения, поскольку вынуждены были переразмещать такие работы. В результате мы пришли к решению о необходимости приобретения собственного оборудования. С установкой двух широкоформатных принтеров Mimaki мы стали предлагать печать рекламы на различных носителях — баннерной ткани, пленке, холсте, самоклейке и других материалах. В изготовлении сувенирной продукции наши возможности позволяют создавать продукт, используя такие технологии, как УФ-печать, тиснение, печать на текстиле, кружках и т. д.».

«Куранты» изготавливают гибкую упаковку и самоклеящуюся этикетку. Для этого на предприятии установлено флексографское оборудование

Участок допечатной подготовки для вывода офсетных форм

«Цифра» с расширенными возможностями

Текущий год для ППК «Куранты» ознаменовался установкой еще одной единицы оборудования. Главным приобретением стала цифровая печатная машина Ricoh Pro C9200. «Рассматривая предложения разных поставщиков оборудования, мы исходили из принципа универсальности нашего предприятия, — рассказывает Андрей. — Конечно, мы покупали цифровую машину для решения конкретной задачи — обеспечить рентабельное изготовление небольших тиражей продукции в короткие сроки. Но при этом нам было важно, чтобы

В рамках развития цифрового направления ППК «Куранты» одни из первых установили топовую модель цифровой печатной машины Ricoh Pro C9200

оборудование обладало максимальной универсальностью. Это высокопроизводительная полноцветная печатная машина, которая обеспечивает дуплексную печать на скорости до 115 страниц А4 в минуту. Однако одним из главных достоинств Ricoh PRO C9200 является возможность работы на очень плотных материалах, в том числе текстурированных, дизайнерских, и при этом сохранять показатели производительности. Это весьма существенная особенность оборудования, которая необходима нам, например, для изготовления дизайнерских коробок ограниченным тиражом, обложек каталогов или журналов, рекламных носителей и т. д.».

Помимо возможности использования самых разных запечатываемых материалов (с покрытием и без, самокопирки, со сложной фактурой), Ricoh Pro C9200 оснащена новой системой автоматической диагностики цвета (Auto Colour Diagnosis), которая без участия оператора выявляет и корректирует даже мельчайшие отклонения цветовых оттенков на отпечатке от первоначального файла в режиме онлайн. Благодаря этому достигается равномерная насыщенность и стабильность цвета.

«Надо сказать, что качество цифрового отпечатка не уступает оттискам, получаемым с помощью офсетной технологии, а это означает, что мы можем равноценно использовать эти два способа печати в рамках изготовления одного тиража и быть уверенными, что это не отразится на снижении качества продукции. Это позволяет предоставить заказчикам еще более выгодные условия сотрудничества с нами. Кроме того, Ricoh Pro C9200 предусматривает персонализацию данных и индивидуальные настройки, отсутствующие в офсетной печати. А это, в свою очередь, открывает перед нами перспективы работы с целым рядом других заказов, которыми раньше мы не имели возможности заниматься. На протяжении двух месяцев с момента запуска оборудования, у нас выстроились профессиональные взаимоотношения с компанией Ricoh. Четкая и отлаженная система сервиса позволяет нам сосредоточиться на поиске и изготовлении полиграфической продукции, развивая наше цифровое направление. Надеемся, что и в дальнейшем эта высокая планка в отношении сервисного обслуживания будет поддерживаться компанией-поставщиком. Мы хорошо пониманием, что означает сервис в глобальном смысле этого слова и насколько это важно, чтобы обозначенные услуги оказывались в полном объеме. Вся наша полиграфическая деятельность это, по сути, тоже сервис для клиента. И мы многое делаем для того, чтобы наша инфраструктура обслуживания заказчиков работала слаженно, начиная от быстрого и профессионального расчета стоимости заказа нашим отделом продаж, стабильного качества выпускаемой продукции и оперативной доставки по России. Главным же нашим преимуществом мы считаем способность чутко реагировать на рыночные изменения и потребности заказчиков, стараясь меняться и переориентироваться на выпуск продукции, которая актуальна на данный момент, и предлагать современные технологии ее производства».

Образцы печатной продукции, выпускаемой ППК «Куранты» в разных сегментах полиграфии

RICOH
imagine. change.

ФЛАГМАН ЛИСТОВОЙ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ RICOH PRO C9200

Универсальное решение для цифровой и гибридной типографий

Эффективная печать тиражей разной длины
•••
Качество печати близкое к офсетному
•••
Поддержка мелованных и офсетных материалов

Высокое качество и производительность

Печать до 135 стр\мин на всех материалах
•••
Система автоматического контроля цвета
•••
Высокая точность приводки

Широкий ассортимент производимой продукции

Печать баннеров до 1260 мм
•••
Печать на материалах плотностью до 470 г/м2
•••
Новая система настройки материалов

ricoh.ru

Переход на LED-UV: результат инсталляций в Европе

Конрад Кибурц,
владелец,
типография Kyburz
[Цюрих, Швейцария]

Осенью этого года компания «Терра Системы» провела ставшую уже ежегодной «Отраслевую конференцию Print UV», которая на этот раз состоялась в Швейцарии. Выбор именно этой европейской страны был сделан по двум причинам. Во-первых, именно со Швейцарии в свое время началось распространение в странах Европы офсетной печати с использованием полупроводниковых сушильных устройств. Во-вторых, соорганизатором этого мероприятия выступила швейцарская компания Chromos, которая, как и «Терра Системы», является дилером компаний RMGT и AMS Spectral UV в своей стране. В поездке приняли участие представители полиграфических предприятий из России и Прибалтики («Терра Системы» является дилером RMGT в бывших советских прибалтийских республиках), а также руководители компании Ricoh Rus, с которой «Терра Системы» летом заключила договор о партнерстве. В рамках мероприятия полиграфисты посетили ряд типографий в Швейцарии, среди которых была компания Kyburz, активно использующая технологии LED-UV.

Смена технологии

Швейцарской типографии Kyburz уже более 45 лет, но она стабильно развивается, осваивая все новые технологии. На производстве применяются три вида печати: листовая офсетная, рулонная офсетная и цифровая. Как отметил основатель и владелец типографии Kyburz Конрад Кибурц (Konrad Kyburz), в 2010 г. компания стала первым полиграфическим предприятием Западной Европы, которая установила пятикрасочную машину Ryobi 925 формата А1 (920x625 мм). Опыт типографии Kyburz доказал эффективность применения машины этого формата для печати продукции А4. В 2014 г. Ryobi 925 была дооснащена сушильным LED-UV устройством от компании AMS, что позволило работать по технологии LED-UV. В 2018 г. она была заменена на новую девятикрасочную (5+4) машину RMGT 920 серии, разумеется, с сушками AMS LED-UV. Конрад отметил, что формат у этой машины оптимально подходит для тех работ, которые печатает типография, а технология LED-UV дает свои преимущества — отличное качество оттисков, которые можно сразу подвергать послепечатным операциям, а за счет этого повышается скорость прохождения заказов и общая производительность предприятия.

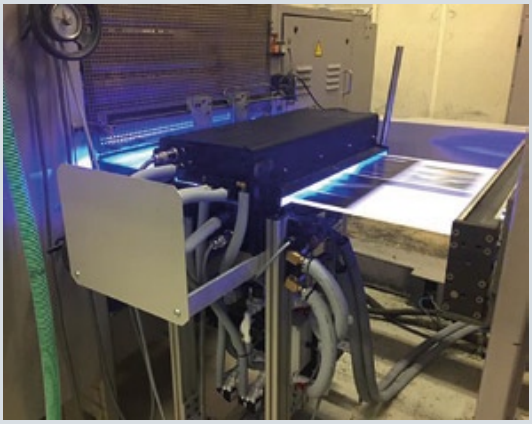
В 2014 г. в типографии Kyburz переоборудовали офсетную машину Ryobi 525 под печать высокореактивными красками, установив сушку AMS

AMS: в рулонном офсете

Надо сказать, что листовая печать — это далеко не весь бизнес типографии Kyburz. На предприятии также работают три рулонных машины компании manroland. Основная выпускаемая продукция типографии — рекламные

Новое приобретение типографии Kyburz: офсетная девятикрасочная печатная машина с переворотом листа RMGT серии 9. В машине установлены две сушки AMS Spectral UV (на фото справа): одна — перед устройством переворота листа, вторая — на выводном транспортере

На одной из рулонных машин типографии Kyburz установлена полупроводниковая сушка LED-UV от компании AMS Spectral UV (на фото справа)



каталоги и материалы для прямой почтовой рассылки, причем весьма сложные: со «встроенными» купонами, отрывными карточками, свернутыми в виде бесконвертного почтового отправления. И тиражи такой продукции весьма серьезные. Более того, существенная часть таких отправлений в типографии еще и персонализируется. Для этого используется цифровое печатное оборудование (впрочем, иногда на нем полностью печатают продукцию вместе с персонализацией). При производстве крупнотиражной персонализированной продукции применяется рулонная офсетная печать с довольно необычным финишингом в линию, который сразу при печати формирует почтовое отправление определенной конструкции. Причем на этой же машине установлены впечатывающие

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

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

17 микрон – глянцевая: 4,21 ₽ за м²; матовая: 4,26 ₽ за м²
20 микрон – глянцевая: 5,06 ₽ за м²; матовая: 5,17 ₽ за м²
24 микрон – глянцевая: 5,74 ₽ за м² матовая: 5,86 ₽ за м²
28 микрон – глянцевая: 7,39 ₽ за м² матовая: 7,68 ₽ за м²
75 микрон – глянцевая: 28,43 ₽ за м² матовая: 54,01 ₽ за м²
125 микрон – глянцевая: 32,98 ₽ за м²
А так же: софт тач - 30,02 ₽ м²; черн. софт тач - 45,03 ₽ м²
голографические пленки - 11,37 ₽ м².
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 - 8,53 ₽ за м² Форматы от 0 до 1,88, сроки – в течение дня.

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ
0,15 мм - 181,93 ₽; 0,30 мм - 233,10 ₽ цена указана за м²
Оптовым покупателям - скидки.

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ
1979,08 ₽ за пачку (35 м); 1549,26 ₽ за пачку (24,5 метра)

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ
от 256,55 ₽ цена за 1кг.

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)
от 10 ₽/шт. в наличии 4 и 5,5 мм

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА
Цвет - белый – 2927,97 ₽ Цвет - серебро – 3745,12 ₽

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

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

метро Пражская, ул.Подольских Курсантов, 3 | ул. Гагарина д.55, офис 310 | ул. Химиков 18 | р-н Первомайский, ул. Ухтомского, 24 +7-3412-601014 | ул. Ленина д. 50/115, +7-8422-303711

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

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

На рулонной машине manroland Rotoman печатают продукцию для почтовой рассылки. Ее персонализация проводится в процессе печати, для чего используются впечатывающие струйные головки Kodak Prosper (на фото справа)

головки Kodak Prosper для нанесения переменной информации на отпечатанную офсетным способом заготовку. Любопытно, что на одну из рулонных машин в типографии Kyburz решили установить полупроводниковую сушку от AMS. Конрад пояснил, что подобный опыт был

первым в Европе. До недавнего времени в Швейцарии и соседних странах не было ни одного прецедента, когда на рулонной машине меняли газовую сушку на полупроводниковую. Для подстраховки переоборудование проводили постепенно. Сначала поменяли валы и резину на печатных

Комментарий специалиста

Стив Меткалф,
президент,
компания AMS Spectral UV

В своем выступлении на отраслевой конференции, посвященной вопросам УФ-печати, Стив Меткалф, президент компании AMS Spectral UV, отметил, что компания продолжит развиваться в области мощных полупроводниковых УФ-сушильных устройств для разных видов печати. Выбор в пользу этой технологии сделали более 1000 предприятий по всему миру, в первую очередь в развитых в полиграфическом отношении регионах: США, Западной Европе, Японии. Он также пояснил, что причиной популярности сушильных систем от компании AMS являются их уникальные возможности, которые не в состоянии обеспечить какие-либо другие технологии сушки оттисков:

- эффективное использование одного сушильного устройства для всех печатных красок, в том числе и УФ-лака;
- низкое потребление энергии (существенно ниже, чем используют любые другие технологии сушки);
- отсутствие нагрева запечатываемого материала;
- длительный жизненный цикл до первого ремонта;
- отсутствие озона или ртути;
- повышение производительности печатной техники;
- легкость установки как на новые, так и на уже работающие в типографии машины.

Если говорить про листовые офсетные печатные машины, то решения от AMS гарантированно обеспечивают: надежную сушку оттисков; отсутствие противоотмарочного порошка; отсутствие перетискивания или смазывания; насыщенные цвета на любых бумагах; отсутствие необходимости в защитном лакировании; выборочное, сплошное и твин-лакирование за один прогон, причем вместе с основным процессом печати. В дополнение к этому можно отметить возможность печати на любых материалах (в том числе на невпитывающих), и радикальное ускорение послепечатных процессов (оттиски можно обрабатывать сразу после печати).

Конрад — большой любитель футбола (а в прошлом игрок) был очень рад подарку из России (Санкт-Петербурга) — атрибутике футбольного клуба «Зенит»

секциях на гибридный вариант, позволяющий печатать как обычными, так и УФ-красками. Это дало возможность продолжать эксплуатацию машины в обычном режиме и не останавливать ее надолго. Затем рядом с газовой сушкой смонтировали полупроводниковую (она очень компактная и легко уместилась) и начали пробовать печатать высокореактивными красками. Конрад отметил, что на предприятии специально использовали поэтапный подход при переходе на новую технологию, поскольку он позволил бы при необходимости вернуться к исходной газовой технологии. Через некоторое время, после того, как на предприятии убедились в том, что все получается, газовую сушку решили полностью демонтировать.

В итоге опыт перехода на новую технологию сушки оттисков на рулонном печатном оборудовании оказался успешным, однако на других рулонных машинах пока замена газовой сушки на полупроводниковую не планируется. Все-таки разница в цене на краску еще велика, а при необходимости выполнять большие тиражи недорогой продукции их печатают с использованием стандартной газовой сушки. Таким образом, наличие двух технологий позволяет швейцарской типографии гибко управлять себестоимостью и скоростью производства.

Персонализированную рекламную продукцию в типографии печатают на «традиционных» цифровых машинах

Делегация из России и стран Прибалтики в типографии Kyburz

5 причин купить светодиоды

Совершенно сухой оттиск

Полное отсутствие порошка

Немедленная постпечатная обработка

Яркие насыщенные цвета

Печать по невпитывающим материалам

TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин
led@terrasystems.ru

ams SPECTRAL UV
A BALDWIN Technology Company

Польза от УФ-технологии, или Притягательные эффекты в упаковке

Миркамол Мирзамахмудов,
генеральный директор,
АО «ВМС-Принт»
[Подольск]

Компания «ВМС-Принт» начала свою работу на полиграфическом рынке 17 лет назад с производства флексографской продукции (самоклеящихся этикеток и т. д.). Сегодня АО «ВМС-Принт» — многопрофильный полиграфический комплекс, обладающий возможностями как офсетной, так и флексографской печати и предлагающий полный ассортимент услуг по производству упаковки из картона и микрогофрокартона, самоклеящейся этикетки и печати на тубном материале. Современное оснащение и высочайшая культура производства позволяют компании оставаться в числе лидеров отрасли и входить в пятерку крупнейших производителей фармацевтической упаковки в России. В этом году на предприятии реализованы крупные инвестиции в расширение производственной площадки, а также приобретение нового печатного оборудования компании Koenig&Bauer — шестикрасочной машины Rapida 75 PRO с секцией УФ-лакирования, благодаря которой у АО «ВМС-Принт» появилась возможность обеспечивать потребности заказчиков практически в любом виде упаковочных решений.

Экспресс-экскурсия

Наш визит в АО «ВМС-Принт» начался с экспресс-экскурсии по производству, которая при всей интенсивности заняла около часа. Это неудивительно. Производственные площади предприятия в промзоне «Северная» в Подольске увеличились в этом году более чем вдвое (с 5500 м^2 до 12000 м^2). На новой площадке в 6500 м^2 разместился цех послепечатного оборудования для производства упаковки из картона хром-эрзац и микрогофрокартона. Здесь представлены гофро- агрегаты для изготовления многослойного картона, кашировальные линии, фальцевально-склеивающие машины, вырубные пресса, машина для УФ-лакирования, оборудование для тиснения и другое. Для обеспечения полного цикла бесперебойной послепечатной обработки все основное оборудование продублировано и выстроено в логически-законченную цепочку.

Что особенно впечатлило, так это чистота производственных помещений и самого оборудования, при том что работа с картоном считается достаточно «пыльной». Большая часть палет с отпечатанной продукцией накрыта специальными чехлами, защищающими заготовки от оседания пыли. Такую образцовую чистоту редко встретишь на полиграфических производствах. Генеральный директор АО «ВМС-Принт» Миркамол Мирзамахмудов отмечает: «Все это результат высокой культуры производства и внутренней дисциплины, которые внедрены на нашем предприятии. Чистоте производственных цехов и оборудования мы уделяем повышенное внимание. И даже если бы мы специализировались не на изготовлении упаковки, а любого другого вида полиграфической продукции, в наших цехах был бы такой же порядок».

В отдельном производственном помещении разместилось и новое приобретение — шестикрасочная офсетная машина Rapida 75 PRO, оснащенная для УФ-печати. При всем многолетнем опыте работы АО «ВМС-Принт» на упаковочном рынке, технология печати по невпитывающим материалам является для предприятия новым направлением, для успешного освоения которого специально подбиралась команда профессиональных печатников и технологов, разбирающихся в особенностях УФ-технологии.

Расширение в УФ-сегмент

На вопрос о целесообразности расширения печатной линейки в сторону УФ-сегмента Миркамол Бахтиёрович пояснил: «Каждый идет к успеху своей дорогой. Если кто-то из моих коллег-полиграфистов считает, что нужно оставаться в выбранном сегменте рынка, двигаться вглубь и не распыляться, то он будет в определенном смысле прав. А другие посчитают, что необходимо диверсифицироваться в условиях современной глобальной

Новое приобретение АО «ВМС-Принт» — шестикрасочная офсетная машина Koenig&Bauer Rapida 75 PRO с секцией УФ-лакирования

экономики, и тоже окажутся по-своему правы. Бесспорно одно — рынок диктует свои правила, и мы как часть огромной производственной экономической составляющей рефлекторно реагируем на требования наших заказчиков. Мы неоднократно сталкивались с запросами клиентов выполнить печать по невпитывающим материалам. По причине отсутствия у нас необходимого оборудования мы вынуждены были переразмещать такие работы на других предприятиях, выполняя лишь постпечатную обработку. Но нужно понимать, что когда размещаешь заказ на стороне, всегда есть определенные риски и по качеству, и по срокам выполнения договоренностей, и даже потери клиента. В результате мы пришли к необходимости приобрести собственную машину, приспособленную для изготовления упаковки из металлизированного картона, пластика и других невпитывающих материалов. Зачастую клиенты размещают у нас целый пакет заказов, в структуру которого может не только входить тираж этикетки, требующий печати на флексографском оборудовании, но и сопровождаться продукцией, выполняемой на офсетном производстве. И в

Производственные площади предприятия увеличились на 6500 м². На новой площадке разместился цех послепечатного оборудования для изготовления упаковки из картона и микрогофрокартона

Торжественное вручение диплома от компании Koenig&Bauer

Для обеспечения бесперебойной работы на предприятии продублировано все пооперационное оборудование: гофроагрегаты для изготовления многослойного картона, кашировальные линии, фальцевально-склеивающие машины, вырубные прессы

При производстве косметической упаковки зачастую используется металлизированный картон, а также визуальные эффекты, которые достигаются различными видами отделки – тиснением фольгой, конгревом или УФ-лакированием

Комментарий специалиста

Антон Милованов,
технолог,
АО «ВМС-Принт»
[Подольск]

Работая с заказчиками фармацевтической, пищевой, парфюмерно-косметической упаковки, мы сталкиваемся с требованиями клиентов воспроизвести различные визуальные эффекты. На традиционных машинах офсетной печати это невозможно сделать. Реализовать визуальные и тактильные эффекты помогают УФ-технологии за счет сочетания различных лаков при отделке печатной продукции. И мы готовы продвигаться в этом направлении, изучать и максимально применять возможности этой технологии.

Наша новая шестикрасочная машина Rapida 75 PRO специально оснащена под УФ-технологию и имеет ряд опций, помогающих осуществлять контроль качества печатного процесса. Камера QualiTroniC позволяет проводить измерения цвета на каждом листе в режиме inline и при необходимости выполнять корректировку красочных зон. В дополнение к этому изображение каждого печатного листа выводится на большой монитор на пульте управления, где с помощью измерительного инструмента ErgoTroniC производятся дополнительные замеры контрольных листов как на шкалах оперативного контроля, так и в отдельно взятой точке оттиска.

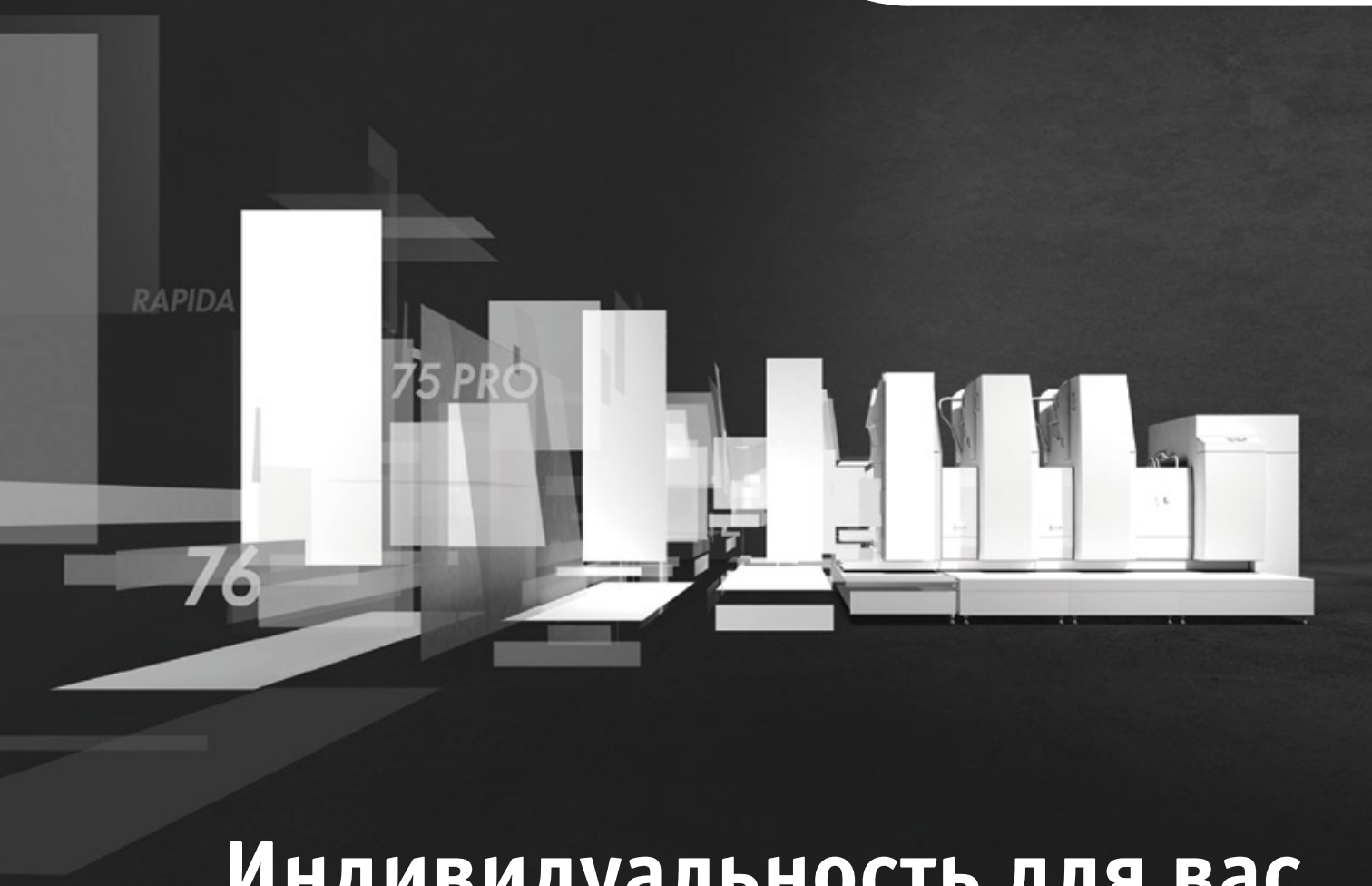
При печати на невпитывающих материалах требуется предварительное нанесение белил. В машине предусмотрена отдельная опция для измерения толщины слоя белил, благодаря которой выдерживается его равномерное нанесение на протяжении всего тиража. Что для нас важно, так это высокая точность приводки при выборочном УФ-лакировании. Устройство лаковой секции печатной машины позволяет исключить несовмещение отделки и печатного изображения.

Сокращение времени приладки тиражей остается одним из современных требований к печатному оборудованию. В Rapida 75 PRO это реализуется за счет одновременной смывки валиков, резины и печатных цилиндров. А благодаря второму формату мы также можем минимизировать технические отходы материалов, более рационально используя площадь запечатываемого листа.

этом случае крайне важна идентичность цветовых решений, что довольно сложно добиться, если заказ распределяется по нескольким предприятиям».

Аргументированный выбор

До недавнего времени полиграфический комплекс «ВМС-Принт» в офсетном сегменте являлся приверженцем технологий Heidelberg, причем на всех этапах технологического процесса – от экспонирования пластин до традиционной печати и отделки (компания первой в России и СНГ приобрела машину для тиснения и вырубки Dymatrix 106 CSB). В этом году печатный парк полиграфического комплекса дополнила машина другого немецкого производителя – Koenig&Bauer. Важно также, что новое оборудование Rapida 75 PRO – полуформатное, несмотря на то, что предприятие работает в первом листовом формате. О критериях выбора генеральный директор АО «ВМС-Принт» рассказал так: «Выбирая оборудование, мы оценивали его исключительно по рыночным параметрам – цена, качество, сервис. На текущий момент машины Koenig&Bauer в нужной нам комплектации обладают оптимальным сочетанием этих параметров. Таково сегодня сложившееся мнение на рынке, и я с ним соглашусь. Для нас важным аспектом и, пожалуй, решающим, явился сервис. Можно купить «золотую» машину, но если она без людей, без сопровождения, то так и останется на приколе. В адрес поставщика я четко сформулировал требование – мы не должны остаться один на один с машиной, нам необходима поддержка специалистов. Тем более что речь шла о выходе на новый для нас рынок, освоении новой для предприятия технологии. И хотя со своей стороны мы сформировали штат опытных специалистов, но технической и технологической поддержкой со стороны поставщика печатного решения нам было необходимо заручиться. У компании Koenig&Bauer оказалась хорошо



Индивидуальность для вас.

Машины формата B2 от Koenig & Bauer

Надежно, удобно и эффективно: наши машины в формате B2 полностью соответствуют Вашим потребностям. Убедитесь в универсальности применения машин Rapida половинного формата и получите свое уникальное решение для эффективного производства.

Посмотреть сейчас: b2.kba.com

ООО «Кениг унд Бауэр РУС»
+7 495 782 13 77, kba@kba-print.ru
www.kba-print.ru

KOENIG & BAUER

Возможности АО «ВМС-Принт» по декоративной отделке — оборудование для тиснения и вырубки, а также линия для УФ-лакирования

представлена сервисная служба. И в рамках нашего сотрудничества была достигнута договоренность о том, что по первому же нашему запросу поставщик обеспечивает сопровождение инструктором-печатником. Сейчас при поддержке специалистов Koenig&Bauer мы нарабатываем опыт в УФ-печати и постепенно загружаем оборудование заказами».

Что же касается выбора машины именно второго формата, Миркамол Мирзамахмудов пояснил: «Прежде всего мы учли наш опыт работы в полном формате, где сталкиваемся с двумя задачами. Во-первых, листы картона дают определенную усадку. И при выполнении заказов, требующих отделочных операций (конгрев, тиснение, лакирование), существует риск несовмещения отпечатанного изображения с элементами отделки. Мы научились с этим справляться, но на втором формате будет легче обеспечивать высокую точность попадания. Во-вторых, машины большого формата меньше дают возможностей для экономии на материале и сокращения отходов. Тенденция на рынке упаковки тяготеет к уменьшению тиражей. Заказчики теперь не работают на склад, а заказывают строго необходимое количество продукции. При сокращении тиражей отходы на приладку составляют заметную часть в структуре ценообразования. При печати на оборудовании второго формата мы сможем формировать спуск таким образом, чтобы минимизировать количество отходов».

Эволюционное развитие

«На сегодняшний день, я считаю, мы эволюционно подошли к необходимости развить наши печатные технологии, — говорит генеральный директор АО «ВМС-Принт» Миркамол Мирзамахмудов. — Мы предлагаем нашим клиентам сотрудничество, упирая на приверженность высоким технологиям. И компания Koenig&Bauer предоставила нам такую возможность. Мы позиционируем нашу компанию как многофункциональное предприятие и предлагаем заказчикам комплексные решения при производстве упаковочной продукции. С появлением новой машины мы полностью закрыли потребности наших заказчиков, добавив в пакет услуг изготовление упаковки из невпитывающих материалов. Наряду с покупкой машины нами также принято решение об организации собственной станции смешения красок. Рынок не стоит на месте. И мы тоже развиваемся вместе с ним, модернизируем производственные участки, расширяем технологические возможности не только офсетного, но и флексографского производства. Нами приобретены устройства для считывания этикеток, оборудование для горячего тиснения и конгрева одного из лидеров оборудования Cartes. Несколько лет назад инсталлирована новая 10-красочная флексографская машина и в ближайшей перспективе будет установлена еще одна аналогичная линия. Несмотря на то, что мы поддерживаем машины в очень хорошем состоянии, существует моральное устаревание техники. И не исключено, что в скором времени нам придется задуматься об обновлении парка традиционных офсетных машин».

Полиграфический комплекс «ВМС-Принт» работает с косметическими и фармацевтическими брендами. Заказчики такой упаковки предъявляют высокие эстетические требования к полиграфической продукции

KONICA MINOLTA

ВЫ

ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ ОТ ПЕЧАТИ МАКСИМАЛЬНУЮ ОТДАЧУ?

МЫ

ДЕЛАЕМ ПРОИЗВОДСТВО ЭФФЕКТИВНЫМ

ПРОСТО. БЫСТРО. ЭФФЕКТИВНО.

Серия AccurioPress C3080

Для успешного перехода на цифровую печать необходимо соответствие определённым стандартам, абсолютное постоянство цвета в тираже и отличное качество печати. Новые ЦПМ серии AccurioPress C3080 превосходно отвечают всем этим требованиям:

– высокая производительность печати — до 81 отпечатка A4 в минуту
– улучшенный сканер — автоподатчик на 300 листов, скорость сканирования до 240 цветных изображений в минуту
– печать баннеров до 1300 × 330 мм, в дуплексе — до 762 × 330 мм
– поддержка самых различных носителей, включая синтетические
– интегрированный модуль управления цветом IQ-501 (для AccurioPress C3070/C3080)
– разнообразие финишных модулей — от простых до профессиональных.

AccurioPress
C3070/C3080/C3080P

Giving Shape to Ideas

«Правильные» расходники, или Как достичь стабильности печати

Игорь Вяткин,
директор,
типография «Руссервис»
[Оренбург]

Совсем недавно оренбургская типография «Руссервис» приобрела собственное большое и уютное здание. Для обеспечения сквозного сервиса полиграфических услуг это весьма важно. Типография, работая на региональном рынке, является надежным партнером для многих местных заказчиков разного уровня, обеспечивая потребности в полиграфической продукции любой сложности. Чтобы соответствовать ожиданиям клиентов, требуются не только новейшее современное оборудование, но и отрегулированные печатные процессы.

Ответственный партнер

История типографии «Руссервис» начиналась около 20 лет назад с печати черно-белых бланков на ризографе в маленьком помещении. Согласно классическому сценарию развития полиграфических компаний того времени первой офсетной машиной типографии стала двухкрасочная Ryobi. «Это были веселые времена, — вспоминает учредитель и директор типографии «Руссервис» Игорь Вяткин. — Машину нам привезли, установили, а профессиональных печатников, да еще и безработных профессиональных печатников, в Оренбурге не было. Мы нарабатывали опыт на собственных ошибках, обучались сами и обучали печатников».

Со временем типография перешла на полнокрасочную печатную машину Heidelberg GTO, а в 2010 г. ее сменила не молодая, но надежная печатная машина Heidelberg Speedmaster SM 52. «Мы сумели с ней договориться (как известно, у каждой машины свой характер), и она нас за все время нашей работы не подводила. Это позволяет нам печатать качественную полиграфическую продукцию, которая нравится нашим заказчикам. Помимо этого, сегодня мы предлагаем широкие возможности по послепечатной обработке — фальцовку, биговку, резку, кругление углов, перфорирование, скрепление, ламинацию, тиснение и т. д., что позволяет работать не только с простыми заказами (листовками и визитками), но и браться за сложную продукцию (рекламные, журнальные издания, упаковку и многое другое). За весь период нашей профессиональной деятельности мы получили уважение наших заказчиков и заслужили репутацию надежной типографии, которая изготавливает продукцию точно в договорные сроки, отличного качества и по приемлемым ценам, что тоже немаловажно».

Компетентная поддержка

Одним из главных своих преимуществ в типографии считают качественный сервис полиграфических услуг, собственно и название типографии «Руссервис» указывает именно на этот основной принцип компании. «Наша целевая аудитория — это все, кому нужна полиграфическая продукция. Мы работаем со всеми клиентами — от государственных структур до индивидуальных предпринимателей и частных клиентов. Как правило, не все заказчики компетентны в тонкостях полиграфического производства, и задача наших профессиональных менеджеров — помочь в изготовлении печатной продукции вне зависимости от объема и сложности тиража. Именно поэтому у нас очень много постоянных клиентов, которые начинали с заказов коротких тиражей, а впоследствии доверили нам выполнение и других заказов, в том числе крупных», — отмечает Игорь Вяткин.

Типография «Руссервис» является универсальной типографией и изготавливает практически все виды листовой полиграфической продукции. Чтобы поддерживать интерес клиентов, в компании постоянно следят за обновлением ассортиментных позиций, включают дополнительные возможности, например, сейчас появилась услуга полноцветной печати на сувенирной продукции.

Стабильный результат

«Работая на малоформатной печатной машине, мы можем рентабельно выполнять короткие тиражи наравне

Недавно в типографии провели профилирование печатного оборудования Heidelberg Speedmaster SM 52 силами специалистов «ЯМ Интернешнл»

с цифровыми печатными салонами, но при этом гарантировать общепризнанное высокое качество офсетной технологии, — отмечает директор типографии «Руссервис». — Стабильность печатного процесса на нашем оборудовании позволяют поддерживать качественные расходные материалы, которые мы приобретаем в последнее время у компании «ЯМ Интернешнл». Речь идет об офсетных красках, CtP-пластинах и проявочной химии. К примеру, краски VanSon Ultimate за счет своих отличных свойств высыхания позволяют добиваться стабильной цветопередачи, получать высоконасыщенные оттиски, а также избавиться от проблем отмарывания и растискивания. При выборе офсетных пластин для нас самой главной характеристикой было их качество. Мы работаем сейчас на пластинах Fujifilm и можем наблюдать, что комплект форм получается с едиными характеристиками и надежной повторяемостью результата. Кроме того, для экспонирования этих пластин требуется минимальное количество химии, которая не загрязняет проявочную машину и обеспечивает легкость ее очистки. С расходными материалами высокого европейского качества очень приятно работать и можно быть уверенными в хорошем результате. В дополнение к этому недавно специалисты «ЯМ Интернешнл» провели профилирование на нашем предприятии, благодаря чему уменьшился расход краски, мы лучше стали попадать в цветовые профили, которые задаем. С помощью специалистов «ЯМ Интернешнл» был проведен также полный анализ машины по увлажнению. Все это позволило настроить наше оборудование для достижения высококачественной печати в соответствии с выбранными стандартами. В этой связи мы высоко оцениваем работу специалистов «ЯМ Интернешнл», настоящих профессионалов своего дела, которые с радостью делятся с нами своим опытом», — заключил директор типографии «Руссервис».

Типография «Руссервис» перешла на использование красок VanSon Ultimate, которые отличаются быстрой схватываемостью и обеспечивают получение оттисков с высокой насыщенностью

Для вывода офсетных форм используются малохимические пластины Fujifilm

«Руссервис» является универсальным предприятием, изготавливающим многополосную, рекламно-представительскую, сувенирную и деловую продукцию

Холодное тиснение, или Как формировать рынок под себя?

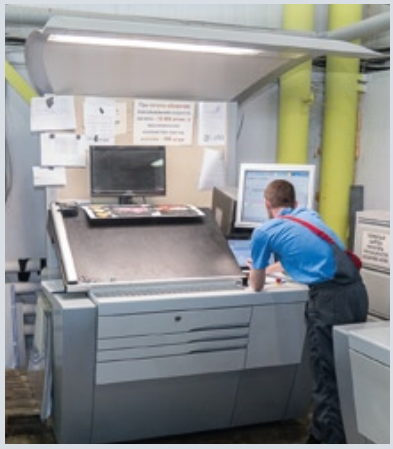
Павел Баранов,
директор по производству,
типография «Кварц»
[Нижний Новгород]

Нижегородская типография «Кварц» известна на российском рынке как производитель премиальной упаковки. Уникальной эту упаковку делает использование серьезных отделочных технологий, часть из которых является собственными ноу-хау компании. Недавно на предприятии была установлена еще одна единица оборудования в интересной комплектации — новая печатная машина Heidelberg Speedmaster XL 75-7+L-C, приспособленная для печати УФ-отверждаемыми красками и оснащенная секцией холодного тиснения фольгой FoilStar. В беседе с директором по производству типографии «Кварц» Павлом Барановым мы затронули вопросы не только выбора полиграфических технологий, но и понимания направления развития компании, а также причин, послуживших толчком к переменам.

Внимание на полиграфию

«На сегодняшний день «Кварц» — это серьезная группа компаний, у которой полиграфический бизнес далеко не единственный, — поясняет Павел, рассказывая об истории предприятия. — Наши учредители еще в 1990-е гг. активно развивали строительный бизнес и достигли в нем немалых успехов. Они строили жилые дома в нашем городе и, надо сказать, строили добротно и качественно. Ряд сотрудников типографии впоследствии приобрели в них квартиры и ничуть об этом не пожалели. Такой подход как обеспечение максимального качества применяется во всех бизнесах, которыми занимаются учредители группы компаний "Кварц"».

Как рассказал Павел, свое внимание на полиграфический бизнес владельцы типографии обратили в конце 1990-х — начале 2000-х гг. Тогда он считался одним из самых прибыльных и быстроокупаемых. В те годы по случаю была приобретена печатная машина



Печатный парк типографии «Кварц» основан на машинах Heidelberg Speedmaster XL 75

Romayor. В Нижнем Новгороде тогда работало несколько кондитерских комбинатов, и к одному из них учредители типографии решили обратиться с предложением о сотрудничестве. Но оказалось, что возможности предприятия были слишком скромны для того, чтобы вызвать интерес у «кондитеров». Однако руки не опустили и решили развивать типографию, постепенно оснащая ее необходимым оборудованием. На смену Romayor была приобретена вполне серьезная пятикрасочная машина Koenig&Bauer с секцией лакирования, на которой стали печатать разнообразную продукцию: рекламу, этикетку, упаковку и т. д.

Все вырубные прессы в типографии — от компании Bobst. Прессы для тиснения фольгой — компании Gietz. Оба производителя — мировые лидеры в своих направлениях работы

Недавно в типографии «Кварц» было установлено оборудование, автоматизирующее процесс удаления облоя

Специализация

Довольно быстро руководители компании «Кварц» поняли, что такой подход не принесет больших успехов, нужно на чем-то сосредоточиться и добиться лидирующих позиций в

Во многих видах сложной упаковки в настоящее время активно используются прозрачные пластиковые окна. В типографии для этого есть специализированное оборудование

Смарт

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

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

Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества

Расфроловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

В типографии «Кварц» продолжительное время работают линии для фальцовки и склейки коробок от компании Bobst. Недавно к ним добавилась линия Masterwork Diana

этом направлении. В середине 2000-х гг. было принято первое ключевое решение — типография будет специализироваться на качественной упаковке. «Инвестиции в оборудование шли постоянно, однако, к сожалению, не всегда успешно, — говорит Павел. — Финансовые возможности не всегда позволяли покупать новое оборудование, поэтому у нас побывало немало техники, бывшей в употреблении. Впрочем, и с новым не все получалось. В те годы мы приобрели новую машину Polly (как раз незадолго до этого компанию купил концерн Koenig&Bauer), но добиться от этой машины того, что нам бы хотелось, никак не получалось. И надо отдать должное руководству «КБА Рус», что они приняли решение забрать у нас эту машину, поставив вместо нее печатное оборудование более высокого класса Rapida 74, появление которой оказалось еще одним ключевым событием, определившим дальнейшее развитие нашего предприятия».

Эта машина была гибридной, то есть позволяющей печатать как масляными красками, так и УФ-отверждаемыми. Как пояснил Павел, это позволило типографии выйти на принципиально иной рынок упаковки — с элементами сложного лакирования в линию, печатью на металлизированных и других невпитывающих материалах, возможностью создания интересных и необычных визуальных и тактильных эффектов на оттиске. Можно сказать, что типография в хорошем смысле «заболела» УФ-технологиями.

Маркетинговая стратегия

Примерно в это время в типографии начала формироваться маркетинговая стратегия, которая успешно реализуется и по сей день. «Мы понимали, что желающих работать на рынке упаковки много, и у заказчика всегда есть выбор. Как «привязать» его к себе, как привлечь? Разумеется, для многих заказчиков ключевым фактором выбора является цена. Однако не всегда именно цена является определяющей. Мы начали предлагать клиентам примерно за те же деньги изготовить более привлекательный, более статусный продукт. Мы не просто считаем заказ и выдаем цену, а пытаемся совместно с заказчиком придумать интересные варианты исполнения упаковки, сделать ее более привлекательной. Имея серьезные возможности по печати и отделке, нам это не очень сложно и затратно, а клиент при этом получает продукт другого уровня. Помимо этого, мы обеспечиваем высочайшее качество продукции. Эти два фактора успешно заработали. Причем зачастую получалось так, что сделав для заказчика привлекательную упаковку, мы помогали ему увеличить объем продаж, что, в свою очередь, приводило к тому, что клиент возвращался с новыми увеличенными тиражами продукции».

Обновление техники

Перейдя постепенно в премиальный сегмент упаковки, типография начала перестраивать и свое

В типографии используется допечатное оборудование и расходные материалы Heidelberg Saphira

Собственный ламинатор для изготовления металлизированного картона, а также флаторезальное устройство, благодаря которому для каждого заказа готовится листовой картон строго заданного размера

Специализация типографии «Кварц» в настоящее время — это сложная картонная упаковка с большим объемом отделки. Преимущественно — коробки для чая и кофе, парфюмерно-косметическая упаковка, а также другие премиальные товары

производство. Здесь стали избавляться от бывшего в употреблении оборудования, от машин азиатского производства и переходить на продукцию мировых лидеров. В типографии появилось несколько вырубных прессов и фальцевально-склеивающих линий Bobst, прессов для тиснения Gietz. Недавно в типографии установили фальцесклейку Masterwork Diana.

Состоялось обновление и печатной техники. Все новые машины в типографии «Кварц» — от компании Heidelberg. «Когда настало время приобретать новое оборудование, мы целенаправленно выбирали серьезную «тяжелую» печатную машину половинного формата, которую нам смогли предложили в компании Heidelberg. В результате мы приобрели наш первый Speedmaster XL 75 и оказались в итоге более чем довольны», — рассказывает Павел. На этом этапе типография приобретала машины уже с высоким уровнем автоматизации, в частности с системами автоматического контроля наката краски и обеспечения стабильности печати. «В настоящее время типографи-

Делаем будущее проще.
Одним нажатием кнопки.

Простое и быстрое использование нашей продукции. Простой и эффективный контроль основных процессов и дополнительных возможностей. Все интегрировано в единую интеллектуальную систему.
Мы называем это **«Simply Smart»***.
heidelberg.ru

* «Просто. Умно»

Реклама

HEIDELBERG

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

Еще одна специализация типографии «Кварц» — упаковка премиальных продуктов питания

ям, которые хотят гарантировать 100%-е качество продукции, такие системы необходимы, — уверен Павел. — Ни один самый расторопный печатник не сможет следить за оттисками на скорости печати 15 тыс. И как бы он ни старался поддерживать качество печати, что-то все равно может «уйти». Только полная автоматика в состоянии справиться с этой задачей. Гарантированное качество нам обеспечивают системы Prinect Inpress Control и Prinect Inspection Control. Мы предлагаем сомневающимся клиентам выбрать наугад несколько листов из любого места любого тиража, и, я уверен, что никакого разнотона или брака он там не обнаружит».

Сервисная политика

В области сервисного и технологического обслуживания типография «Кварц» придерживается следующей политики: «Многие типографии стараются экономить на сервисном обслуживании, на расходных материалах, но при этом содержат у себя штат инженеров, электронщиков, технологов и т. д., — отмечает Павел. — Я считаю, что каждый должен заниматься своим делом. Мы заключаем сервисные договора с нашими поставщиками (Koenig&Bauer и Heidelbeg), и я имею полное право требовать быстрого и гарантированного устранения любых проблем с оборудованием. Да, это не дешево, но простои еще дороже. Штат инженеров тоже стоит денег... Так что мы, используя сервисные службы поставщиков, однозначно в выигрыше. Аналогичным образом подходим и к расходным материалам. Если мы приобретаем печатные машины и расходные материалы у Heidelberg, то вправе надеяться, что у нас все должно работать, как часы. И если возникают какие-то проблемы, то они должны быть устранены сервисными и технологическими службами поставщиков. Мы должны печатать, а они — устранять проблемы или делать так, чтобы их вообще не было. Такие сервисные договора мы заключаем уже несколько лет, и пока нас все устраивает».

Интересная комплектация

Особенностью новой печатной машины Heidelberg Speedmaster XL 75-7+L-C, установленной в типографии «Кварц», является наличие секции холодного тиснения фольгой FoilStar. Машин с такими возможностями в России — единицы. Отвечая на вопрос о необходимости приобретения оборудования в данной комплектации, Павел сказал: «Мы стараемся использовать большое количество самых разных видов отделки в нашей продукции, и заказчики это ценят. Теоретически тиснение холодной фольгой может предоставить как новые возможности, так и новые решения существующих задач. Однако узнать, насколько это реально, можно только испытав на себе. То есть, с одной стороны, мы брали эту секцию «на пробу», но оказалось, что ее возможности весьма любопытны и укладываются в концепцию нашего развития. Так что о приобретении нисколько не жалеем».

Многие руководители типографий не готовы инвестировать в сложные перспективные технологии, поскольку спрос на них не такой высокий и заказов немного. Но рынок так не работает. Сначала нужно технологию отладить на своем предприятии, грамотно ее презентовать заказчику и тогда, возможно, появятся и заказы. Пример типографии «Кварц» в этой связи очень показателен!

ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ МЫ

VIVASTAR ТИПОГРАФИЯ EXPRESS

Типография ООО «Вива-Стар»
www.vivastar.ru

Москва, Электрозаводская, 20
(495) 780 67 05