

11

11 [262] ноябрь 2023

publish

Eurasia



ДИАНА ТЕРЕНТЬЕВА,

WHITE MEDIA:

«У НАС 90% СЛОЖНЫХ ЗАКАЗОВ»



Шах и Мат

ASIA PRINT



Xerox Iridesse
на шесть шагов (цветов)
впереди!



ТОО «Азия Принт Сервис и КК»
г. Алматы, ул. Шевченко 165 Б, 502
тел.: +7 (727) 392-02-77, 392-06-55
тел.: +7 (777) 795-20-86

instagram: asiaprint.kz
e-mail: manager@asiaprint.kz



Оно само. Или нет?

Дмитрий Старцев



В прошлом номере журнала часть полос должна была быть отпечатана на специализированной книжной бумаге KomiStory. Но что-то пошло не так... Процесс был непростой: согласовать использование бумаги с поставщиком, сверстать номер так, чтобы подчеркнуть применение KomiStory, доставить в типографию нарезанную на листы бумагу, получить подтверждение из типографии. Все этапы пройдены, почти всё получилось, но «почти» — не считается. Во время доставки пачки с листами оказались замяты, новую партию нарезать и доставить в Нижний Новгород (а именно там печатается Publish) по срокам не успевали. Пошли на компромисс: бумагу положили под пресс, чтобы листы могли отлежаться и разгладиться. Казалось, что сейчас-то точно всё будет хорошо. Но случилось то, что предположить никто не смог, — в типографии кто-то решил сделать нам «как лучше»: «Печатать Publish на новой неизвестной бумаге да ещё на мятых листах? Давайте просто поставим другую бумагу без покрытия, тоже тонированную, на которой мы уже раньше печатали, — результат будет гарантированно отличный».

И то верно: журнал получился просто отличным, но бумага была не та — не KomiStory. И это тот самый случай, про который в курсе все полиграфисты: когда множество людей, каждый на своём этапе, сделали свою работу на хорошем уровне, но одна ошибка (или неправильно понятое задание) сводит весь результат к нулю: продукция совсем не такая, какая задумывалась на старте. Вместо презентации продукта СЛПК мы получили недоразумение в стиле «Так вот ты какая — северный олень KomiStory». Почему это произошло? Как я понимаю,

проблемы всегда возникают в момент передачи информации по цепочке «заказчик — производство». Если в её начале была ясно видна задача (печать на конкретной бумаге), то в какой-то момент она была подменена на похожую, но абсолютно неверную (печать на какой-либо бумаге без покрытия).

В какой момент произошла подмена? Думаю, можно найти эту точку довольно легко. Если сам заказчик не передал эту информацию — это одна история. Про непрофессионализм клиентов слагают легенды. Но в случае с нашим журналом это вряд ли возможно было. С большей долей вероятности это произошло на производстве: несколько уровней управления, много сотрудников, работающих по сменам, что-то ещё, — и информация легко могла «потеряться» в процессе. А дальше — вы знаете. Отсутствие в информационном поле предприятия одного значимого факта по конкретному заказу превратило ситуацию в проигрышную. А ведь все хотели «как лучше», но не получилось. И это ещё один пример того, как 99 раз прокатывало, а на сотый — не прокатило, не фартануло.

В этом номере мы исправляемся: часть полос будет отпечатана на KomiStory (я искренне в это верю). Так вы получите возможность сравнить настоящий продукт СЛПК с другими видами бумаги. И все мы получили урок (в который раз!), что всё, что может пойти не так, именно не так и пойдёт. И что информация — это то, что отличает хорошо сделанный заказ от почти хорошо сделанного. Не пренебрегайте этим. ▣

Мой телеграм: t.me/dmitrostartsev



1 **ОТ РЕДАКТОРА**

3 **НОВОСТИ**

4 **ДЕТАЛИ 2.0
FLORA PHENIX 440C**
юрий захаржевский

46 6 **ФОРУМ
ТИПОГРАФИЯ И ЛЮДИ**

Участникам группы в Телеграм-канале «Клуб директоров цифровых типографий» хорошо знакомо слово «принтинг». Павел Адольфович Капель (типография «ИРМ-1») принёс его в «наши массы» и довёл практически до всех идею о том, что автоматизация в полиграфии способна творить чудеса. Правда, не все с этим согласны и не все готовы использовать эту информационную разработку для своих нужд, да и сам владелец не спешит внедрять её повсеместно, объясняя это спецификой заказов.

александр иванов

53 8 **ОБЗОРЫ
SPRINTER DPP A1E**
юрий захаржевский

13 **ЖУРНАЛУС
МЕДИА О ДИЗАЙНЕ: КРУТЫЕ
ПРОЕКТЫ ДЛЯ ВДОХНОВЕНИЯ**

14 **ОБЗОРЫ
PRESTIGE R2 DTF**
юрий захаржевский

19 **ЭТИКЕТКИ ИЗ РАЗНЫХ
УГОЛКОВ МИРА
ЭТИКЕТОЧНЫЙ ТУРИЗМ**

22 **ТЕМА НОМЕРА
ДИЗАЙНЕРСКАЯ БУМАГА:
РЫНОЧНЫЕ ВЫЗОВЫ И ТРЕНДЫ**

Фактически два года российская экономика находится в условиях беспрецедентно жёстких экономических санкций, которые затронули каждую сферу производства, в том числе такую, казалось бы, малозначимую область, как печать рекламной продукции на дизайнерской бумаге. Для некоторого числа типографий сокращение объёмов импорта материалов вызвало определённые проблемы, но прошёл значительный отрезок времени, и ситуация стала проясняться.

владимир сорокин

27 **СОБЫТИЕ
ЭНЕРГИЧНО И МОЛОДЁЖНО**
9 ноября 2023 года в петербургской гостинице «Россия» состоялся семинар для полиграфистов, организованный компаниями «ОктоПринт Сервис», «Европапир» и Koenig & Bauer, которые в этом году отмечают своё 20-летие на российском рынке, и производителями картона и бумаги с ещё более богатой историей — компанией «КАМА» и Сыктывкарским ЛПК.

елена никонова

31 **ФОРУМ
АВТОРСКАЯ КНИГА,
ИЛИ КНИГА ХУДОЖНИКА**
Википедия даёт такое определение: «Книга художника, или artist's book, — это произведение искусства, в котором автор прорабатывает не только содержание и иллюстрации, но и все остальные элементы книги. Книга художника может быть сделана автором-художником вручную в единственном экземпляре (уникат) или выпускаться тиражом до 150–200 экз., с использованием техник авторской печатной графики, принтера, цифровой печати, иных малотиражных техник».

ирина паялина



33 **ВЫСТАВКИ
«РЕКЛАМА-2023»:
ЮБИЛЕЙ УДАЛСЯ**
С 23 по 26 октября в Москве прошла очередная выставка «Реклама» — для тех, кто ищет оборудование, технологии и материалы для изготовления рекламной продукции. Или пока не ищет, но хочет быть в курсе современных тенденций на этом рынке.

юрий захаржевский

46 **ФОРУМ
40 ЛЕТ ТОМУ НАЗАД**
О выставке «Инполиграфмаш-83» и не только.

вячеслав румянцев, сурен вартанян



52 **PUBLISH EURASIA | СОБЫТИЕ
ЦЕНТР ПРИТЯЖЕНИЯ
ПОЛИГРАФИСТОВ**
20 сентября 2023 г. в Алматы в присутствии более 100 гостей был открыт Центр индустриальной печати Konica Minolta.

дмитрий старцев

53 **PUBLISH EURASIA | ДЕТАЛИ
KONICA MINOLTA
ACCURIOPRESS C12000**

54 **PUBLISH EURASIA | ДЕТАЛИ
KONICA MINOLTA
ACCURIOLABEL 230**

55 **PUBLISH EURASIA | ДЕТАЛИ
KONICA MINOLTA
ACCURIOSHINE 3600
С МОДУЛЕМ IFOILONE**



56 **PUBLISH EURASIA | НАПРИМЕР
WHITE MEDIA: ТИПОГРАФИЯ
С ВАРИАНТАМИ**
Диану Терентьеву, директора казахстанской типографии White Media, мы застали буквально на стройке. Компания расширяется и переезжает в новое просторное здание, параллельно заканчивая там ремонт. Уже через несколько дней состоится новоселье, но это не единственное, с чем можно поздравить White Media. Типография обновляет и расширяет парк оборудования: сейчас проходит монтаж ЦПМ Konica Minolta C12000 и системы финишной отделки AccurioShine 3600.

беседовала елена никонова

60 **PUBLISH EURASIA | ВЫСТАВКИ
ДОВОЛЬНО ИНТЕРЕСНЫЙ QAZPASC
«НИССА Дистрибуция»** занимается поставками печатного и послепечатного полиграфического оборудования уже более 30 лет. Она представляет широкий ассортимент оборудования, предназначенного в первую очередь для малого и среднего бизнеса. С этого года «НИССА Дистрибуция» работает также в Казахстане в лице компании PrintConsulting.kz. О том, как продвигается это направление, рассказывает руководитель проектов Олег Полькин.

**расспрашивала
елизавета мишанова**

61 **PUBLISH EURASIA | ФОРУМ
КАРАВАН — СНОВА В ХОДУ**
Представительство Xerox в Казахстане существует с 1992 года. За более чем 30 лет своего существования была проведена огромная работа по созданию рынка и его расширению, организовано большое количество мероприятий и встреч. Казалось бы, что ещё нового можно предложить при такой активной работе? «Автокараван»! Об итогах года и о новом формате работы рассказал руководитель направления по работе с партнёрами представительства компании «Ксерокс Лимитед» Владислав Молчанов.

беседовала ирина паялина

63 **PUBLISH EURASIA | ВЫСТАВКИ
ГАЛЕРЕЯ QAZPASC**
1–3 ноября 2023 года в Алматы в рамках «Недели событий пищевой индустрии» прошла международная выставка «Упаковка, Тара, Этикетка» QazPasc 2023. Выставка проводится в двадцатый раз, в ней приняли участие 65 компаний-экспонентов из Германии, Ирана, Италии, Казахстана, Кыргызстана, Китая, Нидерландов, Польши, России, США, Турции, Узбекистана. Некоторые из них вы увидите прямо сейчас, а большой материал с выставки будет опубликован в следующем номере Publish Eurasia.

ДВЕ НОВОСТИ

Расширенные версии статей и самые свежие новости читайте на нашем сайте

Новый год — время драконов

Дракон, знак наступающего года, символ силы, энергии и мудрости и главный герой новогодней капсулы **Radical Chic**. Ему поклонялись и его боялись представители всевозможных религий, жители разных стран и континентов: от древних инков и майя до японцев, китайцев, американцев и скандинавов.

В коллекционном платке «Лазурный дракон», рисунок которого стал основой коллекции, художники показали сразу 20 разных персонажей. В ходе работы был изучен огромный объём материала, начиная от древних легенд и заканчивая современным фэнтези и игровыми вселенными.

«Каждое время рождает собственных драконов. Это одно из самых известных существ, созданных человеческим воображением. Во времена социальных потрясений и стремительного технического прогресса драконы становятся нашими друзьями и противостоят реальному миру. Они повсюду: драконы стихий из Майнкрафт, в популярных фэнтези-мирах Джорджа Мартина и Джоан Роулинг. Заметьте, драконы всегда обитают в самых



неизученных местах: недрах земли или в толще океана. Так и дизайн нашего платка — всего лишь попытка изучить глубины собственной фантазии», — рассказывает о создании коллекции **Александра Калюшина**, основатель бренда **Radical Chic**.

В составе новогодней капсулы одежда и аксессуары:

- коллекционные платки из натурального шёлка в двух цветовых решениях;
- шёлковые комплекты, рубашка и юбка, в белом и чёрном цвете;
- кимоно из плотной и пластичной вискозы;
- шёлковые вечерние сумочки;
- фартук, косметичка, шоппер.

Все предметы коллекции были отпечатаны цифровым способом на российском предприятии «Фабрика печати Solstudio Industry», которая, как и **Radical Chic**, входит в группу текстильных компаний **Solstudio**.

Некоторые зарубежные издатели возвращаются в Россию

Немецкое и испанское подразделения одного из крупнейших в мире издателей книг **Penguin Random House** вернулись к работе в России.

Об этом сообщает «Коммерсантъ» со ссылкой на гендиректора издательской группы **«Альпина» Алексея Ильина**. Участники рынка рассчитывают возобновить деловые отношения с иностранными партнёрами.

Источник «Коммерсанта» на медиарынке отметил, что возвращение подразделений **Penguin Random House** «дало надежду российским издательствам», которые ожидают, что вновь смогут покупать права у иностранных книгоиздателей.

При этом технический директор **Freedom Letters** Владимир Харитонов напомнил, что вернувшееся подразделение распоряжается правами только локальных авторов, а в 2021 году в России доля испанских и немецких писателей в произведениях и тиражах составляла лишь 8% от всех переводов.

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ СТРУЙНЫЕ СИСТЕМЫ

ЛИДЕР КИТАЙСКОГО РЫНКА ЦИФРОВЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН



PHENIX 330

- Компания **ТЕРРА ПРИНТ** — эксклюзивный поставщик оборудования **Flora**
- Выгодные предложения в 2023 году на ЦПМ **Flora**
- Более 20 лет работы с лучшими производителями Китая
- Техническая поддержка 24/7, склад расходных материалов
- Обеспечение безостановочного производства у клиентов

РЕШЕНИЯ FLORA ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА КОММЕРЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ

Печать роль-в-лист каталогов и книжно-журнальной продукции
— Цветная и ч/б печать
— Богатая базовая комплектация

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО

Более 20 лет эффективной работы на струйном рынке
— Индустриальные печатные головки **Epson PrecisionCore**

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Инвестиции и себестоимость на 30% ниже конкурентов
— Компактность и надёжность конструкции



terra Print

ОСНАЩЕНИЕ ТИПОГРАФИЙ
С 1997 ГОДА

Москва, Электродный проезд, д. 6
Тел.: +7 (495) 363 00 78
www.terraprint.ru

Листовая рулонная ЦПМ

Не так давно мы уже рассказывали о рулонной ЦПМ китайского производителя **Flora** (см. *Захаржевский Ю.* Цифровая богиня цветов // Publish № 7, 2023), которую предлагает компания «ТЕРРА ПРИНТ». В тот раз речь шла о струйной этикеточной машине. И вот теперь этот поставщик начинает продажи ЦПМ **Flora Phenix 440C**, которая была официально представлена на выставке All-in-Print China 2023.

Семейство Flora Phenix предназначено для печати книжно-журнальной и транспромопродукции. Отличительной особенностью машин этого семейства является компактность конструкции, достигнутая благодаря продуманной компоновке узлов — например, применением вертикальной сушки. ЦПМ этого семейства печатают из рулона в лист, что также упрощает конструкцию машины и, разумеется, позволяет поль-

зователю экономить на бумаге. В комплект поставки входит послепечатный модуль для резки и подбора, а также система кондиционирования и антистатические планки.

Модель Flora Phenix 440C производит цветную двухстороннюю печать по специальной цифровой бумаге (в том числе с покрытием), а также офсетной и газетной.

Печатающие головки **Epson i3200A1HD** имеют несколько режимов работы с различным размером капли. На разных режимах печати можно достичь либо достаточно высокой скорости, либо высокого качества печати, которое вполне можно сравнить с журнальным.

В сочетании с отечественной рулонной бумагой Flora Phenix 440C может заинтересовать те российские типографии, которые ищут замену как офсетным печатным машинам, так и листовым ЦПМ покинувших нас производителей.

Числа и возможности Phenix 440C

Плотность бумаги — **45–165 г/м²**

Макс. диаметр рулона — **1270 мм**

Ширина рулона — **140–465 мм**

Макс. ширина печати — **432 мм**

Цифровая конфигурация — **СМУК + СМУК**, двусторонняя

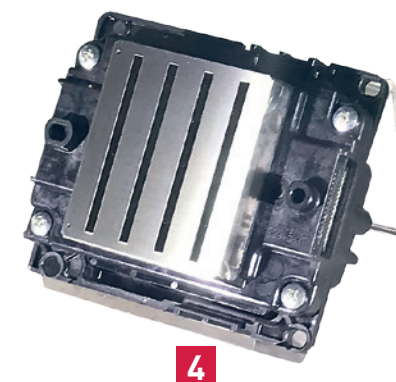
Размер капли — **3,8, 6,1, 9,4 пл**

Разрешение печати — **1200×600** или **1200×1200 dpi**

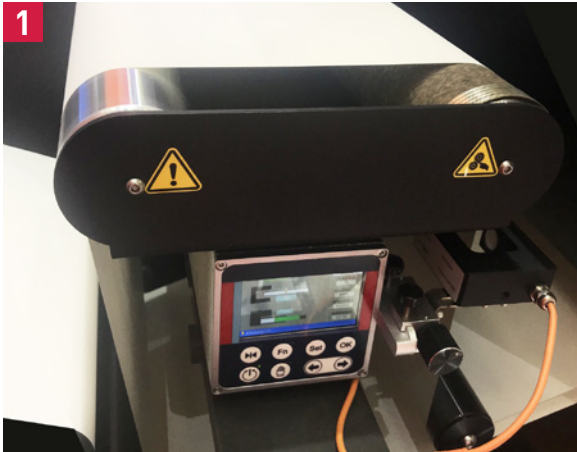
Скорость печати — до **100 м/мин** (в 2-bit режиме при разрешении 1200×600 dpi), **25 м/мин** (в 1-bit режиме при разрешении 1200×1200 dpi)

Масса — **8000 кг**

Габариты — **8910×2200×2320 мм**



Печатающая головка Epson i3200A1HD



1
Модуль выравнивания и натяжения бумажного полотна



2
Устройство очистки бумажного полотна



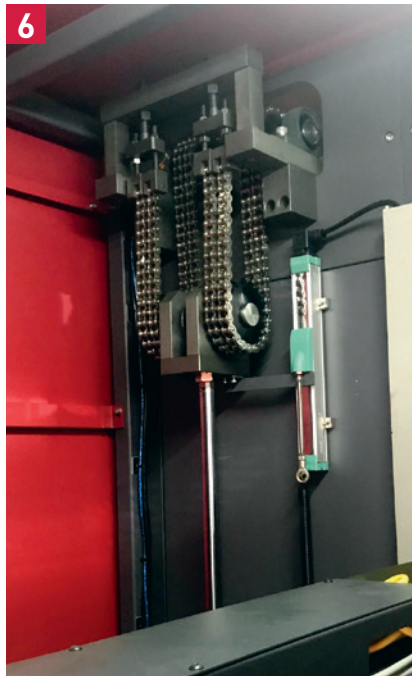
3
Пылесос для удаления пыли необходим при работе с офсетной и газетной бумагой



4
Блок из 13 печатающих головок для печати лицевой стороны, с парковочными местами. Каждая головка печатает сразу 2 цвета



5
Комбинированная сушка водных чернил производится с помощью ИК-излучателей и обдува отпечатков горячим воздухом. Затем вытяжка отправляет горячий воздух в систему вентиляции типографии



6
Буфер с антистатическими планками служит для согласования скоростей работы печатного и финишного модулей



7
Дисковый нож для продольной резки бумажного полотна



8
Под жёлтым кожухом находится ротационное устройство для поперечного реза. Может нарезать листы длиной от 190 до 590 мм



9
Транспортные ремни на выходе из модуля. Максимальная высота стопы на выкладе — 180 мм

Типография и люди

Участникам группы в Телеграм-канале «Клуб директоров цифровых типографий» хорошо знакомо слово «принтинг». Павел Адольфович Капель (типография «ИРМ-1») принёс его в «наши массы» и довёл практически до всех идею о том, что автоматизация в полиграфии способна творить чудеса. Правда, не все с этим согласны и не все готовы использовать эту информационную разработку для своих нужд, да и сам владелец не спешит внедрять её повсеместно, объясняя это спецификой заказов.

Александр Иванов



Интерес к столь деятельному человеку, который, живя под Москвой, уже дважды организовал в Питере теннисные турниры среди полиграфистов, посещал все очные заседания Клуба и имеет свои взгляды не только в полиграфии, но и в обычной жизни, заставил меня не полениться и доехать до подмосковных Люберец. Доехать, чтобы воочию посмотреть: что там такое и почему?

Одноэтажное здание в 1100 квадратных метров, без вывески, внешне скорее похожее на бывшую конюшню, чем на типографию, открыло свои двери. Директор и владелец встречает лично и вежливо спрашивает, что хотелось бы увидеть в первую очередь. Как всегда, идём сначала по цехам.

Напряжённые лица препрессников и менеджеров, цифровая печать с корейской женщиной Ниной, которая, по словам Капель, «трудится день и ночь», печатный участок с тремя офсетными машинами, постпечатка с трудягами. Всего 45 сотрудников. Обслуживает типография не только свой регион — заказ можно сделать из любого места нашей страны и получить в точках выдачи Voxbergу.

Оборудование не новое, но ухоженное. Видно, что хозяин рачительный, и я с удивлением нашёл там и старенький Ромайор, и ротатор, и даже некий полиграфический антиквариат. Это уже культура, и это мне импонирует. В наши непростые времена санкций технологическое будущее страны может принять самые (не)затейливые очертания.

Пока мы осматриваем логически выстроенные производственные участки, Павел Адольфович успевает заняться фехтованием на линейках с активной дамой-менеджером, сделать замечание, пошутить и побалагурить. Это не формальные отношения, это ценности, которые вырабатываются десятилетиями. Относиться к людям как к людям, а не как к производственным единицам, — особый дар руководителя...

Постоянных клиентов, размещающих минимум один заказ в год, в «ИРМ-1» насчитывает около 15000. Более 70000 клиентов пользовались услугами типографии за время её существования с начала 90-х годов прошлого века. Устойчивости бизнеса способствует тот факт, что земля и здание находятся в собственности и, в отличие от многих конкурентов, тут не опасают-

ся, что завтра на месте производства будут строить жилой дом.

Ещё до искусственного пандемического локдауна 2020 года Павел Адольфович начал создавать систему онлайн-заказа полиграфических услуг (printing.ru), хорошо понимая, что вручную обрабатывать мелкие заказы (визитки, флаеры, календари) весьма накладно. Было потрачено несколько лет, и не впустую. Когда в пандемию начался производственный спад во всей отрасли, «Принтинг» позволил типографии выжить, и сегодня эта система обеспечивает 30% оборота «ИРМ-1».

Мы удобно располагаемся в кабинете хозяина. К нам присоединяется один из активнейших помощников Капля — Арсений Девдариани. Кофе, печенье, неторопливая беседа, просмотр показателей оборота на мониторе по сравнению с другими годами.

Спрашиваю Павла Адольфовича:

— Так в чём секрет успеха?

— В людях. За всё время существования типографии не было сокращено ни одного сотрудника. У нас это не столько производство, сколько одна большая семья...

— Но ведь люди приходят и уходят?

— Конечно, но костяк остаётся. Есть такое понятие «старая гвардия». Именно они задают тональность всему коллективу!

— Такие, как Арсений?

— Арсений у нас относительно новый человек. Он сражается со мной и не позволяет уснуть во благости...

Именно первое лицо, ежечасно и ежедневно управляющее процессом, определяет вектор развития. В «ИРМ-1» с вектором всё в порядке, и именно тут понимаешь справедливость половицы «Дьявол кроется в мелочах!». Особенно, когда видишь, как Павел Адольфович на экране разбирает ошибки в оформлении интерфейса сайтов конкурентов. Казалось бы, что в этом странного, что у кого-то нет опции выбора размера трио-календаря? Однако и этот нюанс уже учтён!

Эту типографию нельзя назвать успешной, эта типография стабильна, и в этом её преимущество. Всё движется планомерно и по восходящей. Повидав множество новейших производств, возникших быстро и также быстро закончивших своё существование, хочу заметить, что любая бизнес-идея будет загублена, если её будет реализовывать человек без души. В «ИРМ-1» не зарабатывают деньги, там все вовлечены в процесс, который эти деньги приносит! ▣

Об авторе: **Александр Иванов**,

д-р техн. наук, председатель

«Клуба директоров цифровых типографий»

ПЛАНШЕТНЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ

SMART-T

www.smart-t.ru

SPRINTER



TC-CF2513

до **8** печатающих головок

скорость печати до **66** м²

2500 x 1300 мм

максимальный размер рабочего поля

600 x 900 мм

3 печатающих головки

максимальный размер рабочего поля

3600 dpi

скорость печати до **6** м²

максимальное разрешение



DPP A1E

ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ И СУВЕНИРНОЙ ПЕЧАТИ

Sprinter DPP A1E

Юрий Захаржевский



DPP A1E

Разработчик: Sprinter

Оценка: ★★★★★

Цена в Москве: 19 900 долл.

(с печатающими головками Epson i3200).

Заключение: сравнительно недорогой планшетный УФ-принтер «сувенирного» формата с достаточно высокой производительностью. Будет интересен для изготовителей как сувенирной, так и рекламной продукции — как для внутреннего, так и для внешнего применения. Также с помощью этого принтера можно делать и многие другие изделия, соответствующие его формату: POS-материалы, картины, упаковку, детали мебели и витражей.

Числа и возможности

Скорость печати — до 9 м²/ч (4 прохода)

Макс. разрешение печати — 720×3600 dpi

Объем капли — 3,8–9,3 пл

Цветовая схема — CMYKVV

Макс. формат печати — 600×900 мм

Макс. формат запечатываемого материала — 660×1000 мм

Макс. толщина запечатываемого материала — 200 мм (не более 15 кг)

Электропитание — 220 В

Макс. потребляемая мощность — 800 Вт

Масса — 260 кг

Планшетный УФ-принтер **Sprinter DPP A1E** появился на нашем рынке совсем недавно: в сентябре этого года. Вскоре этот принтер был продемонстрирован на публике: «Смарт-Т» показала его на выставке «Реклама 2023». Естественно, говорить о количестве инсталляций ещё преждевременно, но они уже начались.

Конструкция

В статье о широкоформатном планшетном принтере Sprinter TC-CF2513 (см. *Захаржевский Ю. Sprinter TC-CF2513 // Publish № 8, 2023*) мы уже рассказывали, что линейка принтеров Sprinter делается в Китае производителем, который является OEM-поставщиком для таких известных производителей полиграфического оборудования, как Ricoh и Roland. Линейка Sprinter делается по тем же стандартам качества, с использованием высококачественных комплектующих: например, в модели Sprinter DPP A1E используются гибкие кабель-каналы Igus, подшипники и ШВП TBI Motion, пневматика AirTAC. Линейные направляющие Hiwin с низким уровнем шума и высокоточные сервомоторы Leadshine обеспечивают тихое и плавное перемещение каретки. Несмотря на компактные размеры, DPP A1E имеет тяжёлую и прочную станину, что предотвра-

щает колебания при высокой скорости движения каретки.

Высокая надёжность электроники и прочих узлов принтера обеспечивает как высокие технические характеристики, так и возможность работы с высокой загрузкой, в круглосуточном режиме. В свою очередь, простая, но продуманная конструкция обеспечивает удобство обслуживания, настройки и ремонта DPP A1E.

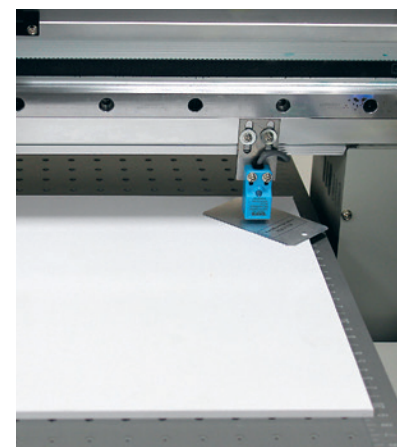
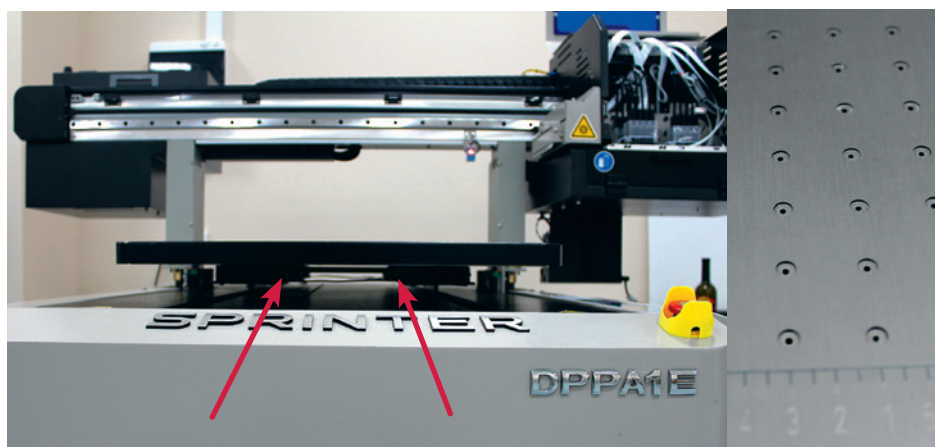
В отличие от широкоформатных «планшетников» и некоторых УФ-принтеров сувенирного формата, у SPprinter DPP A1E движется не портал с кареткой, а выполненный из высокопрочного авиационного алюминия рабочий стол, на котором располагается запечатываемый предмет. Преимущество такой конструкции заключается в том, что стол обычно легче, чем портал с кареткой, поэтому его можно передвигать быстрее.

На принтерах DPP A1E устанавливается три печатающих головки. В демозале установлен вариант с головками **EPSON i3200**. Есть также вариант с головками EPSON i1600: он дешевле, но производительность его значительно ниже. Оба варианта поддерживают технологию печати с переменной каплей, что позволяет сочетать производительность с высоким качеством печати полутонов и мелких деталей изображения.



к содержанию

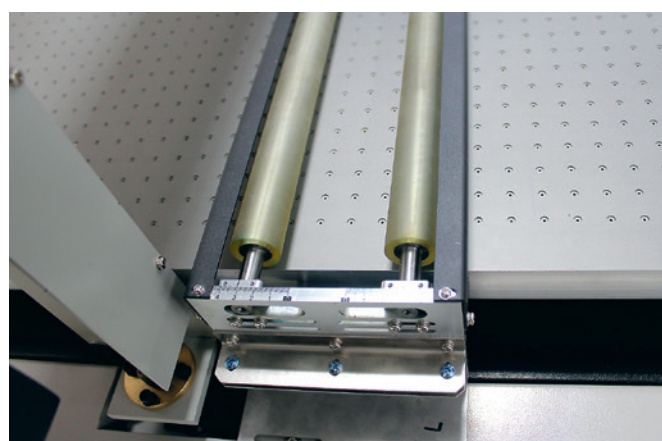
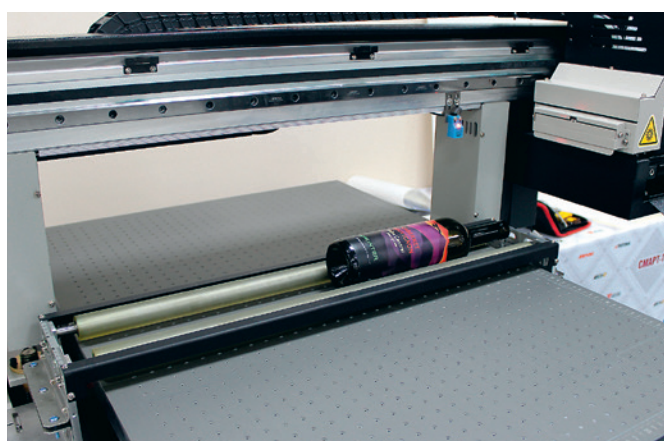




Рабочий стол имеет единственную зону вакуумного прижима. За создание вакуума отвечает не компрессор, как у больших принтеров и некоторых «сувенирников», а шесть расположенных непосредственно под столом турбовентиляторов (на фото показаны стрелками).

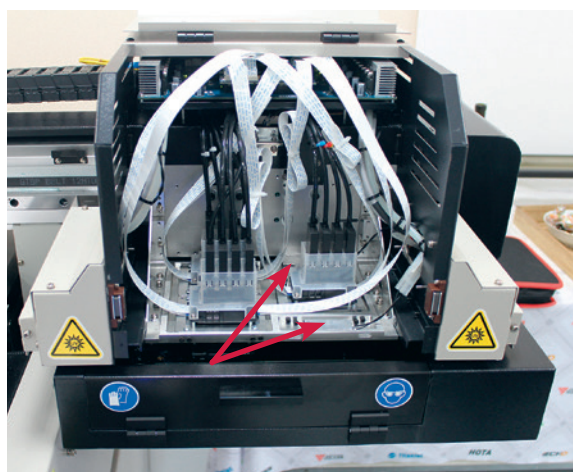
Замер высоты запечатываемого изделия производится с помощью индуктивного датчика (синего цвета) и металлического щупа (виден под датчиком). В результате зазор между соплами и запечатываемым материалом должен составить 1,5 мм

Отверстия для вакуумного прижима на рабочем столе DPP A1E выглядят несколько иначе, чем на большинстве планшетных принтеров: они расположены на дне круглого углубления. Видимо, это улучшает прижим запечатываемых материалов (по крайней мере, некоторых)

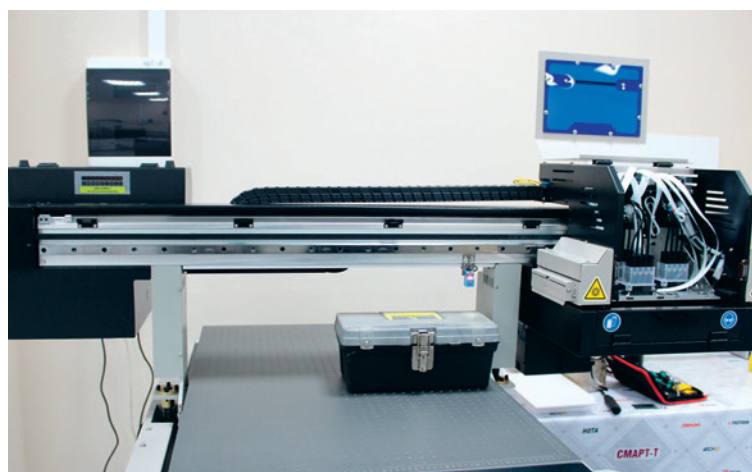


В комплект поставки входит приспособление для печати на цилиндрических предметах. Вращение валиков, на которых располагается запечатываемый предмет, осуществляется интересным способом: они приходят в движение благодаря соприкосновению с рабочим столом, который движется под ними. Это решение позволяет легко монтировать валики без сложных настроек.

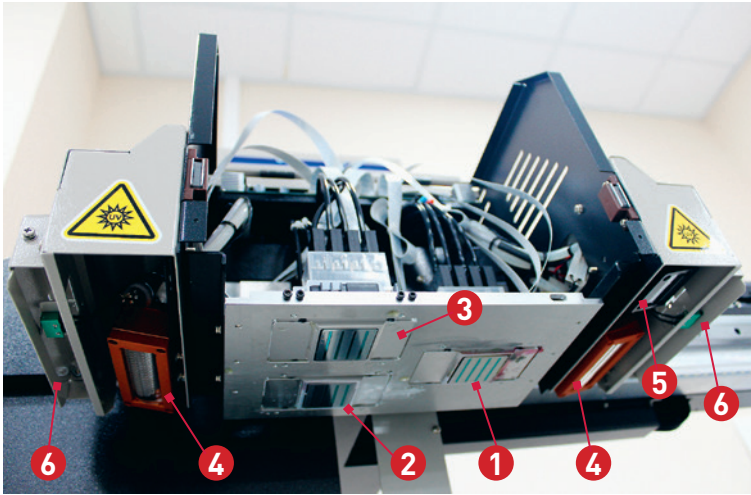
В зависимости от диаметра запечатываемого предмета валики нужно сдвигать или раздвигать. Положение валиков относительно центра легко контролируется боковыми линейками. Можно даже немного перекашивать их друг относительно друга, чтобы печатать на предметах с небольшой конусностью



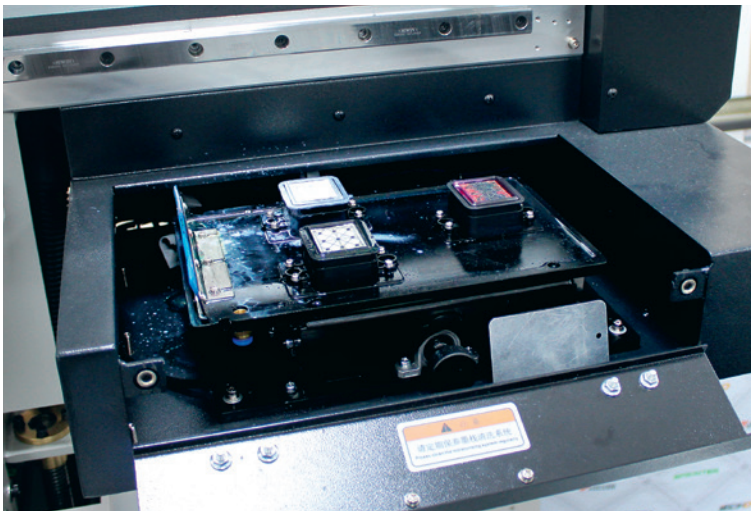
Картридж с нагревом для термостабилизации чернил (нагревательные элементы показаны стрелками)



Максимальная высота запечатываемого предмета — 200 мм, что позволяет наносить изображения на довольно объёмные предметы



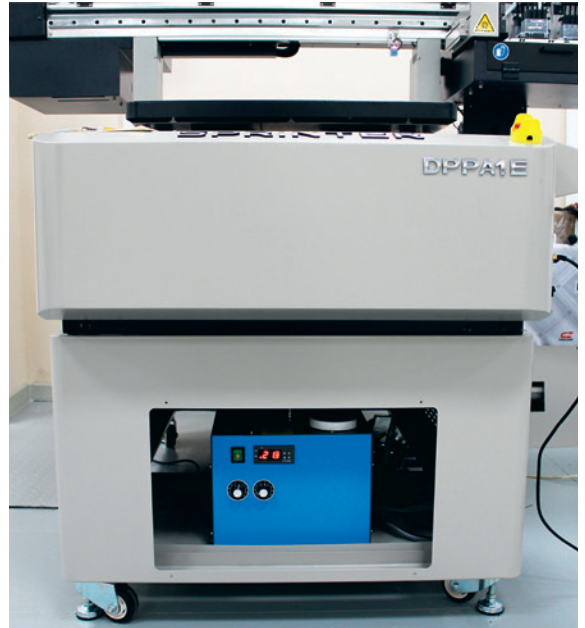
- 1 — Печатающая головка с чернилами СМУК
- 2 — Печатающая головка с белилами
- 3 — Печатающая головка с лаком
- 4 — Светодиодные УФ-модули для закрепления цветных и белых чернил с ресурсом до 10 000 часов
- 5 — Светодиодный УФ-модуль для лакирования. Если сдвинуть его относительно печатающей головки с лаком, то лак отверждается не сразу, успевает растечься и выровняться на поверхности — в итоге получается гладкая глянцевая поверхность
- 6 — Контактные шторки для предотвращения столкновения печатающих головок с запечатываемыми предметами



После завершения печати каретка автоматически встаёт на парковочную станцию, которая герметизирует дюзы головок, предотвращая засыхание чернил в них.

Система чистки печатающих головок при необходимости запускается нажатием одной кнопки

Доступны три варианта расположения печатающих головок. В базовом варианте, который представлен в демозале «Смарт-Т», принтер имеет три печатающие головки, расположенные в три ряда: одна головка на белый цвет, одна — на СМУК и ещё одна — на лак. Это позволяет в рамках одного задания наносить белую подложку, цветное изображение, а также полное или выборочное лаковое покрытие — и всё это без потери скорости.



Система жидкостного охлаждения и управления светодиодами лампами, в отличие от многих других принтеров с УФ-технологией печати, у принтера Sprinter DPP A1E расположена внутри корпуса, а не снаружи. Регулировка мощности УФ-модуля, который нужен для работы с лаком, производится отдельно

Чернила

Для работы на данной модели принтера компания «Смарт-Т» предлагает чернила **Artix UV EP-H**, которые специально разработаны для печатающих головок Epson i3200. Производятся они на одном из самых крупных в Юго-Восточной Азии предприятий, которое выпускает широкий ассортимент OEM-продукции для разных брендов. Современное автоматизированное оборудование позволяет делать до 600 т продукции каждый месяц. При выборе чернил специалисты «Смарт-Т» тестировали их в реальных условиях эксплуатации.

На принтере Sprinter DPP A1E чернила Artix UV EP-H хорошо работают как в наиболее производительном режиме, так и в режиме высококачественной многопроходной печати с высоким разрешением благодаря оптимальным характеристикам текучести и быстрому отверждению под УФ-излучением. Отсутствие склонности к пылению и образованию капель-спутников повышает качество изображения.

Благодаря этим чернилам с мелкодисперсным пигментом (размер частиц не более 300 нм) печатающие головки стабильно работают в течение длительного времени.

Почти полное отсутствие у чернил Artix UV EP-H запаха делает готовый продукт более приемлемым для клиентов. Запах отсутствует и при печати, что облегчает работу оператора, а также позволяет установить принтер не только в промышленном помещении, но и в офисе.



В СНПЧ установлены чернильные ёмкости по 0,3 л, за исключением более крупной ёмкости для белил, вмещающей 0,5 л. Поставки чернил производятся в одинаковых литровых бутылках. Никаких чипов на ёмкостях с чернилами и бутылках не устанавливается.

На ёмкости для чернил установлена мешалка (показана стрелкой), которая работает всё время, пока принтер включён. Циркуляции по всему тракту с белыми чернилами не производится, но по окончании работы белила из него можно просто слить

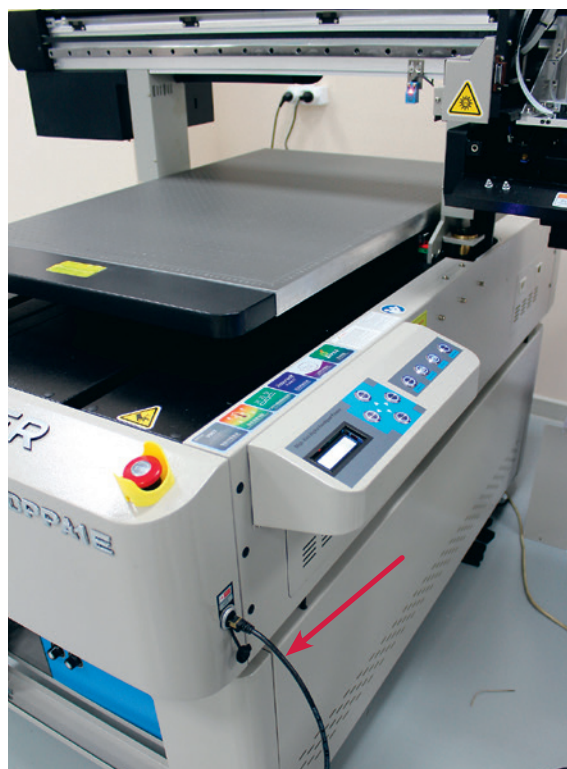
Высокая адгезия и стойкость изображений к влаге и солнечным лучам позволяют применять чернила Artix UV EP-H в производстве наружной рекламы.

Благодаря высокой адгезии этих чернил к широкому спектру веществ, для печати могут использоваться многие жёсткие листовые материалы: стекло, пластик (включая акрил), картон и пенокартон, металлы, дерево, керамика, камень и т. д.

Белила дают хорошую плотность даже при нанесении в один слой. Но при необходимости за один прогон можно нанести до восьми слоёв белил и лака. Таким образом можно получить, например, шрифт Брайля толщиной 0,8 мм. Закруглённую поверхность точек при печати шрифта Брайля можно получить за счёт лака.

Программно-компьютерное обеспечение

В комплект поставки принтера входит РИП **SAI FlexiPRINT UV Edition** (ранее называемый Photoprint). Это профессиональное ПО производства компании **SA International** отличается высокой скоростью обработки файлов, наличием множества полезных функций (управление очередностью печати, предварительный просмотр, масштабирование, копирование, поворот, цветокоррекция, построение и подключение цветовых профилей и т. д.) и при этом имеет интуитивно понятный интерфейс. Поддерживаются форматы данных JPG, TIFF, EPS, PDF и т. д. Управление настройками принтера (точка старта, режим печати и т. п.) осуществляется из управляющей программы производства **Hosonsoft**.



Интуитивно понятная панель управления и высокоскоростной Ethernet-интерфейс (кабель показан стрелкой) ускоряют выполнение заданий оператором. Все настройки печати находятся в принтере, поэтому управлять принтером можно с любого компьютера или ноутбука с установленной управляющей программой. Никаких дополнительных настроек для этого не требуется. Также, благодаря подключению к принтеру по Ethernet, отсутствует необходимость устанавливать драйвера устройства. Достаточно просто настроить IP-адрес

Скорость печати

Благодаря расположению печатающих головок (см. выше) скорость работы принтера не снижается при использовании белил и лака. Это очень важно при работе с прозрачными и цветными материалами, которые часто приходится запечатывать на планшетных УФ-принтерах.

При тестировании принтера в демозале мы печатали с разрешением 720×1800 dpi (6 проходов). Номинальная скорость в таком режиме печати — 4 м²/ч.

Более дешёвый вариант принтера Sprinter DPP A1E оснащается печатающими головками Epson i1600. Цена «железа» в этом случае будет ниже, но и скорость работы снизится очень значительно: практически втрое.

Отпечатки

Максимально возможное разрешение печати на Sprinter DPP A1E — 720×3600 dpi (12 проходов). Но такой режим печати для большинства практических задач является избыточным. Хотя некото-





В одном и том же режиме мы запечатали два образца формата А4: первый — вдоль длинной стороны, второй — вдоль короткой. Естественно, первый образец был запечатан быстрее — за 1 мин 43 с, а второй — за две с половиной минуты

рым, возможно, и пригодится: для перфекционистов можно ещё и задать печать в одну сторону.

Мы же проводили тест в нормальном режиме: печать в обе стороны, с разрешением 720×1800 dpi (6 проходов). Напечатано было два изображения. На белом пенокартоне — сюжет в цветах СМΥК, на куске ДСП (толщиной полтора сантиметра) со светлым покрытием — сюжет в цветах СМΥК с белилами и лаком.

В обоих случаях были получены отпечатки высокого качества: яркие, контрастные, с плавными градиентами, с хорошей проработкой деталей. Рубленый шрифт и шрифт с засечками читаются даже при величине 2 пт. Вывороткой, конечно, хуже.

Слой чернил на запечатанной поверхности достаточно сложно повредить даже с помощью твёрдого предмета.

При печати на ДСП использовались, как было указано выше, белила и лак. При этом белила были нужны не для получения белого цвета (поверхность ДСП и так почти белая), а для создания рельефного изображения. Сначала на поверхность наносятся белые чернила в один слой. И этого уже хватает, чтобы изображение стало достаточно текстурным и на взгляд, и на ощупь. По белилам нанесли цветное изображение, а сверху — лак, который также добавил картинке фактуры и привлекательности.

Экономика

Цена Sprinter DPP A1E в комплектации, протестированной нами в демозале «Смарт-Т» (то есть

с печатающими головками Epson i3200), — 19900 долл. Этот вариант, как сказано выше, дороже, но значительно быстрее, чем такой же принтер с печатающими головками Epson i1600.

При тестовой печати СМΥК-сюжета (720×1800 dpi, 6 проходов) на изображение формата А4 было потрачено в сумме 0,3 мл цветных чернил (в ПО есть модуль расхода чернил). Разумеется, расход этот сильно зависит от дизайна. Широкий цветовой охват и высокая оптическая плотность чернил Artix UV EP-H уменьшают их расход.

При печати в таком же режиме изображения формата А4 с белилами и лаком было израсходовано 0,45 мл цветных чернил, 0,33 мл белил и столько же лака. Белых чернил и лака расходуется сравнительно много, зато даже один слой этих чернил создаёт видимый эффект при печати.

Цена чернил СМΥК составляет 7500 руб. за литр, белила и лак немного дороже: 7900 руб. за литр.

Заключение

Sprinter DPP A1E пригодится многим типографиям и рекламно-полиграфическим компаниям. Плюсы этого выбора — цена, скорость, качество печати и чернил.

Возможность печати на разнообразных материалах и довольно объёмных предметах обеспечивает широкий спектр готовой продукции, в том числе возможна печать по ноутбукам, деталям мебели, готовым коробкам, обложкам и т. д. Запечатывать можно и цилиндрические предметы: бутылки, флаконы, свечи и т. д. ■

**Sprinter DPP A1E
пригодится многим
типографиям
и рекламно-
полиграфическим
компаниям. Плюсы
этого выбора — цена,
скорость, качество
печати и чернил.**



369



Тёплая ностальгическая
айдентика линейки травяных
чаёв «Рябина» с винтажными
иллюстрациями и утилитарным
оформлением в стиле советской
упаковки.

ARTLOBEDEV

«Журналус» —
проект Студии Лебедева
Совместно с журналом Publish

DTF-КОМПЛЕКСЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС И КОШЕЛЕК ОТ КОМПАНИИ РУССКОМ

ГРУППА КОМПАНИЙ
**РУССКОМ
& ГРАФИКС**

- высокая производительность
- низкая себестоимость, как больших, так и малых тиражей, в отличие от шелкографии
- подходит для абсолютно любых тканей
- печать на материалах любого цвета
- износостойкость
- эластичность изображения
- отсутствие плоттерной резки
- отсутствие необходимости готовить поверхность материала



Не требуется предварительная обработка

- Простота в эксплуатации
- Перенос дизайна прямо на пленку
- Эффект яркой передачи



Легкий и мягкий на ощупь

- Идеальная посадка на материал
- Отсутствие трещин при растягивании
- Мягкий, гладкий и тонкий на ощупь



Без ограничений по цвету

- Точная настройка цвета ICC
- Яркие цвета сохраняются долго
- Идеально для создания градиентов и растушевки



Prestige R2 DTF

Юрий Захаржевский



Prestige R2 DTF

Разработчик: ГК «РУССКОМ»

Заключение: доступный, простой в обслуживании комплекс DTF-печати для компаний, которым необходимы небольшие тиражи. Работает как с натуральными (хлопок), так и синтетическими тканями, в том числе чёрными и цветными. Такой комплекс очень пригодится при декорировании разнообразных элементов одежды, сумок и т. п. изделий.

Числа и возможности

Скорость печати — **2–4 м²/ч**
(8 проходов), **1,5–3 м²/ч**
(12 проходов)

Макс. разрешение печати —
2880×1440 dpi

Цветовая схема — **СМΥΚWW**

Макс. ширина печати — **330 мм**

Электропитание — **220 В**

Масса принтера — **37 кг**

Prestige R2 DTF поступил в продажу на нашем рынке в октябре этого года. Подобную систему можно было приобрести у нас и раньше, но данная модель является вторым поколением DTF-систем, которые китайская **Lopo** производит для **ГК «РУССКОМ»**. Хотя Prestige R2 DTF продаётся лишь с октября, мы уже успели кратко рассказать про это устройство (см. статью «Престижный DTF» // Publish № 9, 2023). Теперь пришло время написать о нём несколько подробнее.



Конструкция и рабочий процесс

Prestige R2 DTF оснащён двумя печатающими головками **Epson XP600**.

Одна печатающая голова для цветных чернил, вторая для белых. Головы XP600 обеспечивают высокое разрешение печати при достаточно высокой производительности для аппарата, который предназначен в основном для малых и средних тиражей. После того как изображение нанесено на плёнку, происходит её подогрев вместе с нанесёнными чернилами. Нагрев при этом не очень сильный, его цель — не высушить чернила окончательно, а лишь закрепить изображение, чтобы чернила не растекались. Температуру подогрева оператор контролирует, ориентируясь на показатели на панели принтера.

Постпечатная обработка

После печати и первоначального закрепления чернил запечатанная плёнка отправляется

в так называемый шейкер — устройство, которое должно покрыть изображение специальным клеевым порошком.

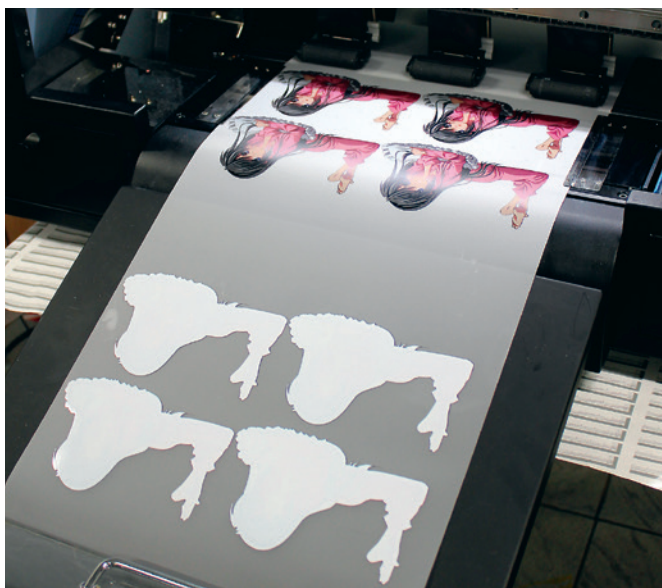
Чернила в принтере, как сказано выше, не высохли окончательно, поэтому их поверхность остаётся достаточно липкой, благодаря этому прилипает клеевой порошок. Лишний порошок, не прилипший к изображению, под действием вибрации ссыпается вниз, в специальный лоток, откуда его можно снова пустить в работу.

Затем наступает этап окончательного закрепления изображения на плёнке. Для этого в том же самом постпечатном модуле происходит нагрев запечатанного материала примерно до 120 °С. При этом чернила высыхают, а клеевой порошок плавится и после охлаждения образует твёрдую плёнку на изображении.

В DTF-комплексе, который мы описываем, для постпечатной обработки используется новый шейкер/сушка **Miro 13**, разработанный для работы с DTF-устройствами формата А3 и А4. Среди его преимуществ по сравнению со старым вариантом — более равномерный нагрев материала и снижение потребляемой мощности с 1500 до 1100 Вт.

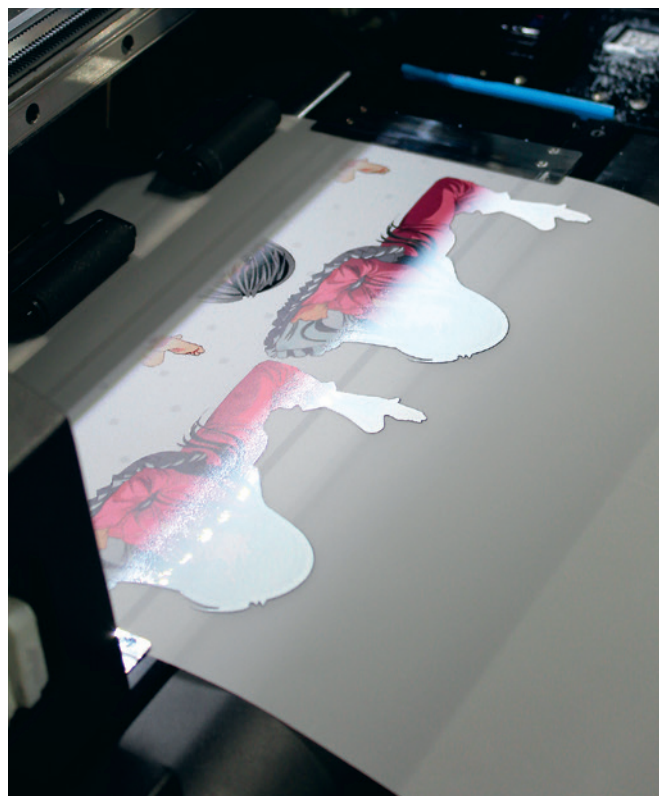
Как упомянуто выше, Prestige R2 DTF может работать и с листовыми материалами, но в большинстве случаев клиенты работают с рулонной плёнкой. После закрепления изображения и клея она автоматически сматывается в рулон.





На фото один и тот же сюжет, напечатанный с белой подложкой и без.

Для печати на тёмных тканях обязательно нужна белая подложка. Для печати на белых тканях подложка не обязательна, но само изображение получается более равномерное при наличии белой подложки. Также благодаря белой подложке клей ложится равномерно на напечатанный макет



При печати на плёнку наносится сначала цветное изображение, затем белая подложка



Плёнка для DTF-печати подаётся, как правило, из рулона. Однако при печати на Prestige R2 DTF можно пользоваться и листовой плёнкой, подавая её на печать вручную. На фото видны рулон на размотке и ёмкости с чернилами



Лаконичный пульт управления позволяет, при необходимости, промыть печатающие головки одним нажатием кнопки. Дверка под пультом открывает оператору доступ к «парковке» печатающих головок. Благодаря большой дверке справа оператор имеет удобный доступ для обслуживания механизмов принтера

Перенос изображения на ткань

Полученный рулон плёнки с изображениями можно отложить для хранения: при подходящих температурных условиях он может храниться несколько лет, причём без слипания и потери качества изображений.

Разумеется, можно и сразу отправить отпечатки на финишную операцию, то есть нанесение изображения на ткань. Для этого каждое изображение вырезается и с помощью термо-

пресса переносится на материал — либо натуральный, либо синтетический. Температура переноса составляет около 150 °С. При этой процедуре следует использовать многоразовые тефлоновые подложки между плёнкой с изображением и плитой нагрева.

Через несколько минут изображение переносится на ткань, а ПЭТ-плёнку, на которой печаталось изображение, можно удалить либо сразу, либо после того, как она остынет.



к содержанию





Благодаря расположенному в шейкере датчику автоматический намотчик получает информацию о движении плёнки, поэтому при работе она не провисает, но и не слишком натянута

Полученное изображение получается ярким, но мягким, эластичным и не раздражает тело. Картинки устойчивы к растяжению и другим воздействиям: например, выдерживают не менее 40–50 стирок. Также у полученного с помощью DTF-печати изображения нет проблем с запахом. Таким способом можно печатать даже на детской одежде.

Чернила, клей, плёнка

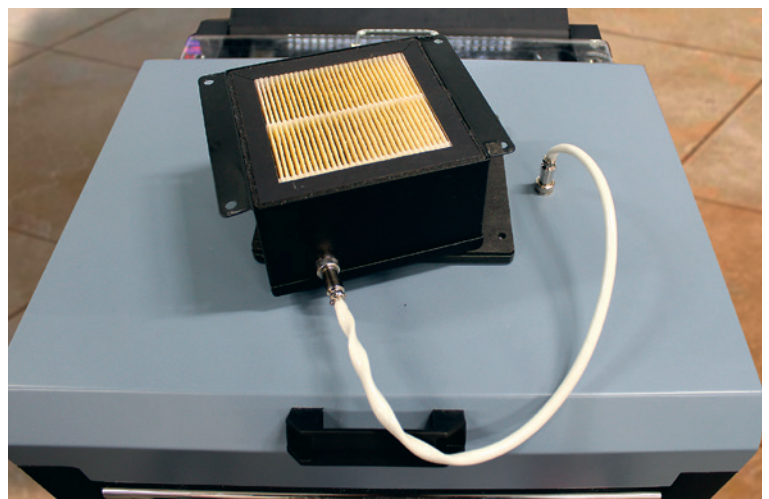
Для работы на данной модели принтера компания ГК «РУССКОМ» поставляет чернила своего бренда — **SuperNOVA**. Они экологически безопасны и имеют хорошую цветопередачу.

Кроме чернил, для DTF-печати необходимы и другие расходные материалы. Поставляемый ГК «РУССКОМ» клеевой порошок белого цвета является универсальным и годится как для светлых, так и для тёмных текстильных материалов и изображений. Универсальность достигается за счёт того, что этот клей при плавлении становится прозрачным. Некоторые другие поставщики предлагают специальные порошки для светлых и тёмных материалов. Но в этом случае оператор периодически тратит время на замену клея и, соответственно, чистку машины.

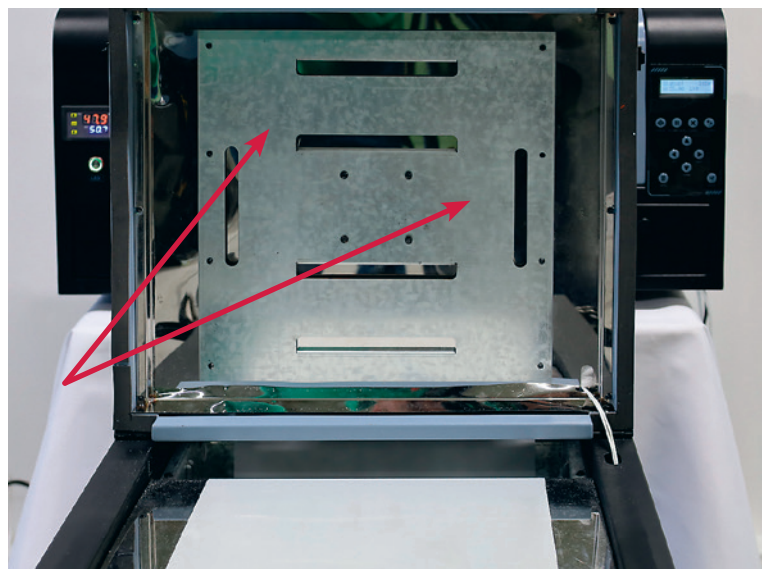
Что касается специальной ПЭТ-плёнки для печати, то клиенты могут выбирать между глянцевой, матовой и двусторонней. Но самой ходовой является матовая — видимо, потому что при этом изображение получается тоже матовым, не бли-



Запечатанная плёнка подаётся в устройство справа. Температура и скорость подачи плёнки регулируются на панели управления. Выдвижной лоток (показан стрелкой) служит для сбора клеевого порошка, который затем снова идёт в работу



Послепечатный модуль Migo 13 снабжён встроенной вытяжкой со сменным фильтром для минимизации запаха и испарений в процессе нагрева клеевого порошка



Нагрев запечатанного материала происходит сверху. В новой модели имеется единая плита, под которой скрыты нагревательные элементы. Единая плита обеспечивает равномерный нагрев материала по всей поверхности плёнки

На перспективу

Тем, кто хорошо освоится в этой нише бизнеса, можно будет подумать и о следующей, более производительной модели того же производителя, которая уже имеется на складе ГК «РУССКОМ». Это **Prestige XL2 DTF**, главное отличие которой от описанной выше модели — ширина печати до 600 мм. Количество печатающих головок не изменилось — их тоже две, но это уже другие, более продвинутые печатающие головки: **Epson i3200**.



Prestige XL2 DTF поставляется в комплекте со стойкой и кронштейном для установки компьютера



Для послепечатной обработки в комплекте с принтером Prestige XL2 DTF поставляется модуль Seismo L24

За счёт новых печатающих головок и большей ширины печати производительность увеличена до 9,5 м²/ч.

Это устройство позиционируется как решение для промышленного использования, так как сочетает в себе как производительность и качество, так и конкурентную себестоимость продукции.

Ну а для тех, кому и этой производительности окажется мало, имеется возможность заказать вариант с 4 печатающими головками Epson i3200.



Запечатанный рулон плёнки разрезают на части, которые затем удобно поместить в термопресс. На фото — примеры заготовок (слева вверху) и готовой продукции



к содержанию



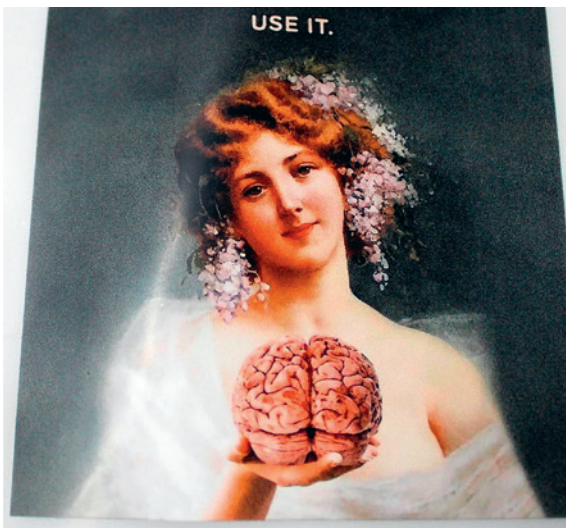


После извлечения изделия из термопресса запечатанная поверхность получается, как правило, гладкой и даже несколько глянцевитой — на фото слева так выглядит жёлтая поверхность в кружках.

Но поверхность готового изделия можно модифицировать. Для этого его надо повторно нагреть в термопрессе — теперь уже без тефлоновой подложки. После второго прогрева характер изображения меняется: оно становится мягче, приятнее в носке, гораздо лучше видна текстура ткани (см. фото справа)



Чернила поставляются в литровых бутылках — как цветные и белые, так и жидкость для промывки, которая необходима при смене чернил. Также она нужна при транспортировке принтера: в этом случае чернильный тракт надо заполнить именно этой жидкостью. На принтере в СНПЧ установлены чернильные ёмкости по 1 л. Циркуляция белых чернил происходит, когда принтер включён. Расход чернил составляет в большинстве случаев 5–10 мл/м²



С помощью DTF-технологии сделать изображение с эффектом размытия, как на этом фото, не совсем просто. Но Prestige R2 DTF справляется и с такими задачами

кует. А именно такое изображение чаще всего нравится клиентам.

Как отмечено выше, при необходимости (то есть при совсем коротких тиражах) можно покупать плёнку не только в рулонах, но и в листах.

Заключение

Prestige R2 DTF пригодится как небольшим предпринятиям, так и тем, кто только начинает осваивать технологию DTF-печати, то есть многим типографиям и рекламно-полиграфическим компаниям. Тем, кто хорошо освоится в этой нише бизнеса, можно будет подумать и о следующей, более производительной модели того же производителя — с шириной печати 600 мм. Эта модель также поставляется на склад ГК «РУССКОМ»

ЭТИКЕТОЧНЫЙ ТУРИЗМ



ДИЗАЙН, ОСНОВАННЫЙ НА ТИСНЕНИИ

Яркий многоуровневый рельеф с фольгой обращает на себя внимание. Дизайнерские винные материалы стали встречаться реже, но могут так эффектно принимать на себя тиснение. Удачный приём с фоновой фактурой и деликатными тенями.



Вместе с командой арт-технологов WizarT Polygraphic побывали в Калуге, в фирменном магазине Калужского ликеро-водочного завода «Кристалл» — искали не сувениры, а интересные полиграфические приёмы. Делимся с вами!

ВИРТУОЗНАЯ РАБОТА С КОНГРЕВОМ



Хотим обратить внимание на технологичность: по краям этикетки на фоне конгрева нет — чтобы этикетка не отклеивалась от бутылки и не подвергалась негативному воздействию конденсата. Но конгрев не просто обрезан, а плавно уведён в ноль. Грамотная работа и очень качественное латунное многоуровневое конгревное клише.



РЕАЛИСТИЧНЫЙ ЛАК

Попроси 5 технологов отрисовать лаковую сепарацию для клубники — все сделают по-разному. Здесь лак с вывороткой в семенах — получилось очень натурально.



к содержанию





Контраст глянца и матового

Фактура по металлизированному матовому фону выполнена глянцевым лаком. На гранях лак начинает искриться — используя этот эффект, можно создать видимость использования перламутровых пигментов там, где их нет.



t.me/wizartpolygraphic
wizart.studio



ЛИЦЕВАЯ ЭТИКЕТКА ИЗ 5 ЧАСТЕЙ

Не можешь сделать незаметно — сделай броско! Иначе чем объяснить матовый фон под золотыми буквами и деревом? Но, на удивление, выглядит хорошо. А вот прозрачные отступы от края на нижней этикетке с абрикосом немного портят вид.



ФИГУРНАЯ ВЫСЕЧКА

Для этикетки использован голографический материал. Вообще везде, где есть намёк на магию, голография уместна. Если материал ламинированный, можно ещё больше усложнить форму — со снятием обложки проблем не будет.

Если хотите, чтобы мы разобрали найденные вами этикетки, удачные или, наоборот, странные — присылайте, будем вместе анализировать детали.

Книжная бумага для увлекательных историй

- ◆ Бумага в кремовом оттенке, белизна 66–68%
- ◆ Ее теплый оттенок комфортен для чтения, а шероховатая поверхность придает благородный внешний вид
- ◆ Высокая пухлость позволяет сделать книгу легкой

Преимущества

- ◆ Высокая белизна
- ◆ Стабильный оттенок
- ◆ Высокая пухлость 2,4–2,8 (пухлая), высокая гладкость (каландрированная)
- ◆ Отличная непрозрачность
- ◆ Гарантированно подходит для полноцветной листовой и ролевой офсетной печати
- ◆ Гарантированно подходит для ролевой офсетной печати с горячей сушкой

Ассортимент

- ◆ Плотности 50, 55 и 60 г/м²
- ◆ Пухлая и каландрированная



Технические характеристики	пухлая			каландрированная
	50,0 ± 5,0 г/м ²	55,0 ± 5,0 г/м ²	60,0 ± 5,0 г/м ²	50,0*/55,0/60,0 ± 5,0 г/м ²
Толщина, мкм (ГОСТ Р ИСО 534)	127,0 ± 6,0	148,0 ± 6,0	160,0 ± 7,0	-
Влажность, % (ГОСТ ИСО 287)	7,0–9,0	7,0–9,0	7,0–9,0	7,0–9,0
Яркость D65/10, % (ИСО 2470-2)	≥ 66	≥ 66	≥ 66	≥ 66
Плотность, г/см ³ , (ГОСТ Р ИСО 534)	-	-	-	0,55–0,75
Шероховатость, мл/мин (ИСО 8791-2)	-	-	-	≤ 100
Непрозрачность, % (ИСО 2471)	≥ 89	≥ 91	≥ 92	≥ 89/91/92
Сорность 0,1–0,5 мм ² (ГОСТ 13525.4)	≤ 200	≤ 200	≤ 200	≤ 200
Оттенок b	8,8–10,2	8,8–10,2	8,8–10,2	8,8–10,2

* Может поставляться под заказ

Дизайнерская бумага: рыночные вызовы и тренды

Фактически два года российская экономика находится в условиях беспрецедентно жёстких экономических санкций, которые затронули каждую сферу производства, в числе такую, казалось бы, малозначимую область, как печать рекламной продукции на дизайнерской бумаге.

Для некоторого числа типографий сокращение объёмов импорта материалов вызвало определённые проблемы, но прошёл значительный отрезок времени, и ситуация стала проясняться.

Владимир Сорокин

тема ! номера

Дизайнерская бумага

№ 11 2023

22



к содержанию



Дизайнерская бумага привлекает к себе внимание в силу целого ряда потребительских свойств. В зависимости от сорта или вида материал имитирует металлическую поверхность, кожу, фактуру ткани. Разнообразие поверхностей дополняется большим спектром цветов и оттенков. Важной особенностью дизайнерской бумаги, в отличие от прочих полиграфических материалов, является технология окрашивания: листы окрашены не только по поверхностному слою, а по всей толщине — тонирование в массе, благодаря этому на срезах бумаги также видно окрашивание.

В настоящее время на рынке наиболее распространены и популярны несколько видов дизайнерской бумаги, затрагивающие особые чувства человеческого восприятия:

- **тактильный эффект.** Предлагаются самые различные виды, способные воспроизвести соприкосновение на ощупь с кожей, дотканым холстом, нежным велюром или шёлком, полимерным пластиком. С точки зрения потребительской привлекательности печатная продукция остаётся запоминающейся именно благодаря памяти «на кончиках пальцев»;
- **тиснение.** При помощи объёмных выдавленных узоров удаётся имитировать ткань, орнамент и другие фактуры;
- **тонирование.** Дизайнерская бумага выпускается в цветах всего спектра радуги;
- **металлизация.** Материалы либо покрываются лаком с эффектом искрящихся отблесков, либо при изготовлении они смешиваются с частицами слюды и глиттеров. Получается эффект «бумажного металла»;
- **прочая обработка.** Для продукции специального назначения выпускаются различные бумаги с ламинацией, вставками природных элементов (травы, молотого кофе, и т. п.), материалы на основе полимеров и т. д.

С технологической точки зрения дизайнерская бумага различается плотностью. Самую «лёгкую» — обычно в пределах 100 ± 15 г/м² — используют в личных целях для творческого хобби. Кроме того, для дорогих покупок — luxury-сегмент — её обоснованно применять в качестве упаковочного материала. Более плотная используется для создания различных видов упаковки, обложек брошюр и книжной продукции, визитных карточек и пр.

На рынке представлены глянцевые, матовые, гладкие, шероховатые материалы. По уровню светопропускания дизайнерская бумага может быть зеркальной, прозрачной, полупрозрачной. Листы могут быть тиснеными и рифлёнными.

Впечатлительные материалы

В полиграфии дизайнерская бумага применяется для производства различного вида продукции — от визитных карточек до издания супердорогих книг. Каждый сегмент издательской деятельности имеет индивидуального потребителя, и необходимо выделить особо, обладает своей немалой маржинальностью. Говоря в целом о рынке печатной продукции на дизайнерской бумаге, нужно понимать, что речь идёт о VIP-клиентах, которые готовы платить за имидж. В реальных экономических условиях таких клиентов может быть и немного, а следовательно, рынок дизайнерской бумаги не такой же по объёму, как газетной или офсетной, но уровень добавленной стоимости таков, что делает бизнес в этом направлении достаточно успешным.

Наиболее распространёнными направлениями применения дизайнерской бумаги являются:

- **рекламная полиграфия.** Выпуск буклетов, бланков, для привлечения особо ценных клиентов, для продажи дорогих услуг;
- **штучная (персонализированная) печать.** Изготовление визитных карточек, грамот, дипломов, именных сертификатов, приглашений на VIP-мероприятия;
- **производство упаковки.**

Относительно дешёвые сорта используются при упаковке подарочных товаров премиум-сегмента. На дорогих сортах популярно изготовление бирок и этикеток для одежды, обуви, элитного алкоголя и пр.

Отдельной областью в части использования дизайнерской бумаги является сфера хобби. Из дизайнерской бумаги можно сделать оригами, её используют в декупаже. Этот сегмент рынка, хотя и весьма узкий и специфический, также является весьма прибыльным для продавцов данного товара.

Главное и, наверное, уникальное качество дизайнерской бумаги — это возможность создать «шедевр» — собственное эксклюзивное изделие. Даже если необходимо перепечатать старые визитные карточки или выполнить их в необычном стиле, дизайнерская бумага оказывается незаменимой.

Человек, единожды взяв в руки дизайнерскую бумагу, запоминает её на всю жизнь. Внешний вид, фактура, тактильные свойства привлекают внимание и остаются в памяти. На фоне кипы рекламных буклетов, валяющихся на столе, привлечёт внимание именно тот, который наряду с красочностью и содержанием имеет собственное обаяние чувственного превосходства.

Главным достоинством дизайнерской бумаги является возможность выделиться и продемонстрировать свои конкурентные преимуще-



ства, выражающиеся через индивидуальный стиль. Подобная практика соответствует образу действий успешной, солидной, состоявшейся компании, которая способна потратить значительные суммы расходов на гудвил (деловую репутацию) бизнеса.

Что было

В течение всего периода существования Российской Федерации условно западные производители (европейские и американские) полностью контролировали отечественный рынок: поставляли весь необходимый спектр номенклатуры продукции, обеспечивали бесперебойное наполнение, гарантировали требуемое качество. В свою очередь российские компании выстроили со своими европейскими и американскими контрагентами стабильные и прочные отношения. По словам директора по маркетингу «Дубль В» Людмилы Чекалкиной, на рынке наиболее известными марками были Favini, Fedrigoni, Gmund, Zanders, Reflex, GF Smith, Neenah Paper и др. При этом, уже начиная со второго десятилетия XXI века, начали появляться первые азиатские поставщики — Margono и CYP.

Большинство участников рынка почувствовало сбой в поставках дизайнерской бумаги в апреле 2022 года, после введения Евросоюзом пятого пакета санкций. Вместе с тем директор типографии «Четыре цвета» Анри Мелуа отмечает, что трудности с поставкой европейской продукции начались ещё в 2020 году, с началом пандемии COVID-19. Уже тогда стали проявляться первые трудности в поставках европейской продукции, выросли цены. «Доковидный» рынок, который был плотно насыщен, жёстко регулировал конкурентные цены — среднегодовой рост цен не превышал 1%. После введения известных ограничений в самой Европе цены выросли на 20%, что также не способствовало массовым продажам в России.

Но как бы там ни было, считает директор по маркетингу «Берега» Фёдор Шлаев, проблемы, которые были у импортёров бумаги, в 2022 году давно уже решены. «Берег» продолжает поставки знакомых российским полиграфистам брендов бумаги: Shyne, Sirio Pearl, Materica, Malmero.

По словам Елены Родионовой, руководителя направления «Специальные материалы» в «Европапир», её компания выбрала свою рыночную стратегию и сосредоточилась на импорте продукции от китайского производителя TPG. Первые поставки осуществлялись небольшими партиями, которые проходили апробирование в типографиях по всей России. После выполнения проверки «Европапир» стала активно ввозить дизайнерскую бумагу, предлагая на рынке 14 новых коллекций.

Все опрошенные нами участники рынка констатируют увеличение логистических сложностей и длительности сроков поставок. Кроме того, отмечает Людмила Чекалкина, были трудности, связанные с поиском новых поставщиков, налаживанием новых партнёрских отношений. Но когда основные процессы были выстроены, рынок значительно преобразовался, а ассортимент компаний наполнился новыми коллекциями. Елена Родионова уточняет, что, учитывая длительность производственно-технологического цикла и сроков доставки, для стабильного бесперебойного снабжения полиграфических предприятий необходимо иметь значительные складские запасы.

Что стало

Брендов, торговых марок исчезло много, но технологические сегменты в ассортименте дизайнерской бумаги остались все, потому что «бурлящий котёл рынка убивает одних и поднимает других постоянно», говорит Анри Мелуа.

Несмотря на сохранение присутствия европейских марок, рынок претерпел серьёзную трансформацию. Европейская продукция стала примерно в полтора раза дороже. Причины повышения цен вполне очевидны: 20–30% повышения цены приходится на увеличение транспортно-логистических издержек, при доставке «окольными» путями. Примерно столько же оптовые поставщики берут себе в качестве обоснованной премии «за риск».

Повышение цен привело к появлению новых, прежде всего «восточных» игроков. В результате, по мнению Анри Мелуа, если до введения санкций европейские бренды занимали по разным оценкам от 90 до 95% рынка, то сегодня по тоннажу свыше половины рынка занято азиатской продукцией, произведённой в Китае (включая Гонконг), Индии, Индонезии, Турции.

Более осторожна в своих оценках Людмила Чекалкина: если ранее в структуре «Дубль В» на закупки дизайнерских бумаг в азиатском регионе приходилось не более 5% (95% — Европа и США), то за 9 месяцев 2023 года доля азиатских поставок возросла до 40%. Фёдор Шлаев констатирует, что все «западные» бренды по-прежнему присутствуют на российском рынке дизайнерской бумаги, но вдобавок появились новые.

Анри Мелуа уточняет, что ушли «наиболее упёртые», например, те, у которых в акционерах состоят крупные американские фонды. Малые и средние предприятия готовы продолжать сотрудничество с россиянами, хотят зарабатывать, а поэтому ищут возможные пути для сохранения поставок. Делается это различными способами, в том числе путём параллельного импорта.

Если говорить о номенклатуре (ширине линейки предлагаемой продукции), то, по мнению Анри Мелуа, доминирует Италия. По объё-



тема ! номера

Дизайнерская бумага





мам поставок, выраженных в тоннах, вероятно, Китай и Италия. Для собственных нужд типография «Четыре цвета» использует китайские, итальянские и российские сорта бумаги.

Людмила Чекалкина согласна с тем, что в структуре ассортимента дизайнерских бумаг особых изменений не произошло. Основные сегменты дизайнерских бумаг — это цветные (гладкие и с тиснением), со спецэффектами (металлизированные, латексные, кальки), одновременно предлагаются новые коллекции.

Фёдор Шлаев говорит, что действительно какие-то марки исчезли с рынка, но связано это в первую очередь с оптимизацией ассортимента самих производителей. Но в целом история с санкциями привела даже к обратному эффекту — на российском рынке ассортимент дизайнерской бумаги удвоился.

Достаточно принципиальную позицию высказала Елена Родионова, заявив, что компания «Европапир» приняла сложное, но правильное решение не заниматься параллельным импортом. Подобная стратегия базируется на миссии компании — быть надёжным партнёром для клиентов, а как следствие, гарантированно обеспечивать поставку всей линейки из ассортимента поставляемых дизайнерских бумаг. Руководствуясь подобными соображениями, компания «Европапир» выбрала в качестве

контрагента надёжного китайского поставщика — TPG, качество продукции которого было проверено в условиях российских полиграфических предприятий. В настоящее время «Европапир» предлагает на рынке 14 новых коллекций и ещё 2 в работе, в планах компании на 2024 год.

Новые поставщики

В прошлом году начался активный поиск альтернативных поставщиков, завязались новые контакты в Азии и с мелкими производителями из Европы, на которых раньше не обращали особого внимания. Новые деловые партнёры предложили аналоги привычных марок. В результате ассортиментное предложение расширилось, а взамен ушедшим брендам удалось предложить российским полиграфистам бумаги, не уступающие европейским по качеству. Конечно, первое место по-прежнему за Европой, обороты набирают дизайнерские коллекции из Китая и Кореи.

Получилось, казалось бы, невозможное, говорит Анри Мелуа: производители, «ведущие свою родословную чуть ли не от самого Гутенберга», вынуждены были потесниться перед предложением азиатских производителей.

Как говорит Елена Родионова, две марки книжных бумаг SL GRAPHICA, пухлый премиальный офсет с тремя видами поверхности,



[к содержанию](#)



и SL VOLUME, пухлая премиальная матовая мелованная бумага, заменили ушедшие с российского рынка бренды Munken, Olin и Arctic Volume. Коллекция металлизированных бумаг GALAXY METALLIC полностью заменила Majestic и Curious. Экологичный крафт американского производства Mohawk полностью заменён коллекцией Fiber Art.

Помимо отсутствия дефицита и расширения ассортимента дизайнерской бумаги, важным вопросом, волнующим профессиональное сообщество, является качество материалов.

По мнению технологов типографии «Четыре цвета», «старые европейские» марки несколько превосходят по качеству «новые азиатские и российские». В то же время большинство предприятий малого и среднего бизнеса «выбирают кошечком», поэтому «новые» бренды лидируют с большим отрывом, потому что стоят в разы дешевле. Федор Шлаев высказался предельно осторожно, заявив, что только время может показать превосходство в качестве, но пока нет значительного опыта использования новых материалов. В подобной ситуации, считает Людмила Чекалкина, важно не потерять доверие полиграфистов, которое нарабатывалось десятилетиями, следовательно, необходимо тщательно проверять качество новых брендов, выполнять различные тестирования в типографиях на предмет поведения бумаги в различных печатных и постпечатных процессах.

Кроме стоимостных преимуществ «азиатских» брендов необходимо принимать во внимание лояльность к бренду, которая выражает качественную оценку степени поддержки потребителем определённого бренда или продукта и является результатом удовлетворённости покупателей товарами выбранного ими бренда, что приводит к росту объёмов продаж этих товаров. Фёдор Шлаев считает, что, без сомнения, десятки лет работы с одними и теми же брендами играют свою роль, однако новое время вносит свои коррективы и заставляет многих менять подходы не только к своей деятельности, но и к своим взглядам.

В первую очередь остаётся большой спрос на бумаги с перламутровым эффектом, такие как Pearl Dream, Sirio Pearl, Majestic, Curious Metallics.

Большим спросом в последнее время пользуются чёрные бумаги — Sirio Ultra Black, Sirio Black/Black, Vivaldi Black. Параллельно увеличивается интерес к цветным бумагам без покрытия, таким как Materica, DALI, Notturmo, WOODSTOCK или Macedonia. Основная область применения — это акцидентная продукция и набирающая обороты упаковка.

Елена Родионова указывает на нехватку хлопковых бумаг и бумаг по типу коллекций Favini Crush, в состав которых входит не толь-

ко целлюлозное волокно, но и альтернативные материалы. На сегодняшний день — это единственные виды бумаг, которым не удаётся найти замену в Китае. Наряду с этим появилось много интересных новинок, которые вышли в лидеры продаж, — коллекции KNIGHT BLACK, SL GRAPHICA, SL VOLUME, RUBBER LIKE и GALAXY METALLIC. Данная дизайнерская бумага прекрасно подходит для упаковки, печати подарочных книг, фирменных каталогов.

Большая часть «пирога» досталась китайским маркам, однако на рынке наконец-то появилась продукция российского производства. Как рассказал Анри Мелуа, больше трети от потребляемого объёма типографии «Четыре цвета» — это изготовленные в самой типографии различные виды бумаги. Своими силами выполняется двустороннее тиснение и/или покрытие на основе российских и китайских гладких сортов. Получается продукт с ценой листа в пересчёте на стандарт 300 грамм 70×100 см меньше (иногда — сильно меньше) 100 рублей, при том, что европейские материалы стоят 200 и более рублей.

Перспективы

В целом все участники опроса, который мы провели, были единодушны во мнении: недовостатка дизайнерской бумаги на рынке не ощущается. Рынок трансформировался, но в какой-то мере это пошло на пользу, появились свежие бренды, пришли новые производители. Цены на «европейскую классику» выросли, китайская продукция значительно дешевле. Более того, «Дубль В» планирует в 2024 году предложить своим клиентам новые и интересные дизайнерские коллекции.

Как справедливо отмечает Елена Родионова, не так много времени прошло для того, чтобы рынок полностью переключился на азиатские бумаги. Но если компания правильно выстраивает работу с полиграфическими предприятиями, лояльность к китайским бумагам в скором времени сравняется с той, какой она была в отношении «ушедших» европейских брендов. Такая тенденция видна в результатах продаж, парадоксально, но 2023 год будет одним из лучших по продажам дизайнерских материалов в компании «Европапир».

Маркетологи постоянно анализируют рынок, сравниваются коммерческие предложения, идёт работа с потенциальными поставщиками, поэтому, по крайней мере, в ближайшее время, дефицита дизайнерской бумаги в стране не ожидается. Более того, российский рынок находится в стадии ожидания начала производства отечественной дизайнерской бумаги, которое сейчас кажется чем-то из области фантастики, но которое может снять неопределённость в данном вопросе. ▣



тема ! номера

Дизайнерская бумага



Энергично и молодёжно

9 ноября 2023 года в петербургской гостинице «Россия» состоялся семинар для полиграфистов, организованный компаниями «ОктоПринт Сервис», «Европапир» и Koenig & Bauer, которые в этом году отмечают своё 20-летие на российском рынке, и производителями картона и бумаги с ещё более богатой историей — компанией «КАМА» и Сыктывкарским ЛПК.

Елена Никонорова

Семинар был посвящён современным технологиям и тенденциям в полиграфии, обсуждению проблем в отрасли, выбору материалов для типографий. Последний подобный семинар в Петербурге проходил шесть лет назад, и, конечно, с тех пор в отрасли изменилось вообще всё. Как метко отметили организаторы в приветственной речи: «С нами остались только наша молодость и энергия».

«ОктоПринт Сервис»: полный ассортимент, полный склад, полный сервис

Технический директор «ОктоПринт Сервиса»

Татьяна Климова рассказала, что их команда только что приехала из Китая, где в Шанхае проходила большая полиграфическая выставка All In Print China 2023. Там они искали новых производителей и в целом съездили продуктивно. Все это время, начиная с весны 2022 года, шёл период перестройки продуктовой линейки, это процесс непростой и длительный, но сейчас он почти завершён: все привычные расходные материалы, попавшие под санкции, продублированы Китаем и Индией.

О новой линейке расходников рассказывала **Любовь Баюшкина** — главный технолог компании с 18-летним стажем. По всей стране услуги «ОктоПринт Сервиса» регулярно пользуются более 1200 типографий, это основные клиенты компании, поэтому и формат подачи материала был ориентирован на конкретные проблемы полиграфистов и варианты их решения. Важно, что «ОктоПринт» не просто занимается поставками расходников, но и предоставляет полноценную технологическую и даже техническую поддержку: в штате компании 8 технологов, трое из которых имеют опыт работы печатниками. Команда также обучает персонал в типографиях.

Основное направление деятельности «ОктоПринт Сервиса» — поставка расходников для офсетной печати. Компания сотрудничает с рос-

сийскими производителями и поставщиками бумаги и картона, поэтому в своих лабораториях тестирует абсолютно все расходники на актуальных материалах. Если качество не дотягивает до удовлетворительных показателей, команда «ОктоПринта» либо ищет новых производителей, либо договаривается о доработке продукта.

Например, столкнувшись с проблемой истирания красочного слоя, на которую жалуются упаковщики, технологи пришли к выводу, что это происходит из-за повышенной шероховатости картона: тонкий слой краски не перекрывает пики неравномерности мелованного слоя. Договорились с китайской фабрикой, чтобы они доработали свои краски. В итоге через полтора месяца на рынок выйдет улучшенная серия красок под матовую бумагу, что важно, пока без увеличения цены. И как вариант решения этой проблемы нашли турецкий офсетный лак с повышенной стойкостью к истиранию.

Вообще Любовь Баюшкина отметила, что санкции заставили всю команду «ОктоПринт Сервиса» расширить свой кругозор. Раньше не было повода оглянуться по сторонам, а теперь пришлось, и оказалось, что можно найти интересные новые продукты, полностью отвечающие высоким стандартам качества.

Участники семинара очень оживились, когда Любовь рассказала о новом виде упаковки офсетной краски из Китая. Вместо привычных банок китайцы придумали фасовать краску в дой-паки: это даёт возможность полностью использовать продукт, ведь в привычных банках по стенкам остаётся довольно много краски. Первой типографии, которая решится установить несложное оборудование под такую упаковку, обещают партию краски в подарок.

Об относительно новом для «ОктоПринт Сервиса» направлении расходников для флексопечати рассказал **Сергей Свирестелев**, директор по развитию продаж. Для развития нового направления, как водится, выбрали самое «удачное»



к содержанию



время: пандемия, карантин, СВО. Но трудности закаляют. Последний год прошёл в бесконечных разъездах: Китай, Турция, Индия, Иран — в итоге нашли аналоги для всех расходников.

За это время инсталлированы 2 станции для производства водных и сольвентных красок. Это перспективное направление: прирост объёмов за год в 2 раза. Водные краски — это салфетки, пищевая упаковка и гофра, объёмы печати на которой постоянно растут.

Ещё одно бурно развивающееся направление — краски для узкорулонной УФ-печати. Буквально каждую неделю по всей стране ставятся узкорулонные машины, поэтому спрос на расходники постоянно растёт.

Был момент, когда на складе вообще не было УФ-лаков: старые закончились, а новые ещё не начались. Теперь же на складе «ОктоПринт Сервиса» есть всё: глянцевые, матовые, термостойкие, УФ-клей, УФ-адгезив, релиз-лак для многостраничной этикетки, трафаретные лаки, высоковязкие для так называемого эффекта Брайля, причём последний вид теперь дешевле, чем раньше. В Шанхае нашли трафаретные лаки с эффектами, через 3 месяца начнётся их тестирование.

Клиенты требуют «чего-нибудь эдакого», поэтому в лабораториях постоянно что-то тестируется. Сейчас на тестировании находятся Led-лак, глянцевый лак под тиснение фольгой и 30-секундный УФ-лак для высокоскоростных машин.

Совершенно новое направление — анилоксовые валы. Производителя валов YUBO нашли в Китае в июле 2023 года и уже поставили 30 анилоксов для лаковых секций. Для офсетных печатных машин тоже нашли валы турецкой марки PELTA. С июля в Россию поставили уже 200 валков, все работают без нареканий. Валы «ОктоПринт» привозит на заказ: нужно знать марку, серию и год выпуска печатной машины.

Koenig & Bauer: как мы сейчас существуем

Алексей Журавлёв и **Вячеслав Пресняков** из **Koenig & Bauer** рассказали о том, как выживает компания, существование которой в России теперь практически парализовано санкциями, ведь поставки печатных машин и запчастей на территорию РФ запрещены. Но завод не ушёл из страны и пытается приспособиться к новым реалиям, хотя, конечно, часть сотрудников в компании больше не работает.

Что осталось: промышленный каннибализм и станки-доноры, китайские магазины запчастей, ненювые машины из других стран. Продолжает работу сервисный отдел, причём прогнозы об уменьшении объёма его работы не подтвердились: работы не убавилось. Сейчас в команде 8 сервисных инженеров и 4 офисных сотрудника.

Есть небольшой склад запчастей, принимаются заявки на подбор запчастей, аналогичных оригинальным.

На заводе КВА происходят изменения: выпускаются новые серии машин, обновляется дизайн. За рубежом много интересных инсталляций, и российские сотрудники тоже в них участвуют, набираются опыта. Представители КВА надеются, что санкции снимут и в России появится много легальных новых «Рapid».

«Европапир»: новый ассортимент и новые возможности

Российская часть компании «Европапир» сегодня представлена 10 офисами продаж по всей стране со штатом в 200 человек. Кроме России «Европапир» работает в 13 странах Европы.

Елена Родионова, менеджер по развитию дизайнерских и специальных бумаг, рассказала о направлении, которое сильнее всего пострадало от санкций. На рынке осталось несколько европейских марок дизайнерских бумаг (Munken, NAUTILUS® от Mondi), но в основном эта ниша теперь заполнена китайскими материалами.

Большая часть коллекций премиальных материалов теперь представлена продукцией китайской фабрики TPG. Команда «Европапира» только что вернулась из Китая, где побывала на производстве своих новых партнёров. Все привыкли, что европейские фабрики дизайнерской бумаги — это небольшие, камерные, почти ручные производства с узкой специализацией, но TPG отличается от привычного европейского формата. Это огромное предприятие, оборудованное 8 бумагоделательными машинами, причём сейчас они планируют расширяться и ставить девятую. Производство полностью автоматизировано, отлажен контроль всех характеристик. За последние 10 лет Китай развернулся в сторону экологии, поэтому сейчас вся продукция сертифицирована, налажен сбор макулатуры, из которой здесь же делают новые коллекции. О размахе китайского производства можно судить по одному факту: из 8 бумагоделательных машин одна круглый год делает только бумагу чёрных оттенков, а вторая — красных, очень востребованных в самом Китае.

Компания TPG на рынке уже 30 лет, её хорошо знают в мире. Среди постоянных клиентов известные бренды: IKEA, Tiffany, Swarovski, Gucci, Disney, Louis Vuitton. На фабрике есть большой демозал с упаковкой из материалов, производящихся TPG. Ассортимент, который представляет «Европапир» — лишь малая часть предлагаемого фабрикой, но в планах его постепенно расширять. На данный момент складская программа состоит из 14 коллекций. Елена Родионова рассказала об особенностях всех новых коллекций,



представленных в обновлённом ассортименте «Европапира».

Второй спикер от «Европапира» — **Павел Бокков**, руководитель направления мелованных и специальных бумаг, рассказал нам о новинках и трансформациях в нише рулонных и листовых материалов для больших печатных машин.

В свете приостановки производства илимской мелованной бумаги «Омела» в плотностях 105–115 г/м² Павел посоветовал обратить внимание на расширение линейки плотностей легкомелованной бумаги компании «КАМА»: плотности от 80 до 130 г/м² могут спасти положение.

Из новинок среди немелованных бумаг «Европапир» продвигает новый продукт Сыктывкарского ЛПК KomiStory — книжная бумага натурального оттенка с уникальными характеристиками в 3 вариантах плотностей: 50–55–60 г/м².

В области самоклейки с нами остались братья-словенцы: листовая продукция компании Muflon — складская позиция «Европапира». Добавился новый производитель из Китая Davos. В поисках новых производителей команде Павла Бокова пришлось рассмотреть множество вариантов, которые откровенно недотягивали до приемлемого качества. В принципе, качество — вопрос философский, всё зависит от того, что за продукт и какие у него задачи, но есть такое качество, которое не нужно ни за какие деньги. Летом было много дешёвых предложений, но остановились на Davos. У них же теперь берут самокопирку, т. к. индонезийский производитель ушёл.

Самым запоминающимся моментом доклада Павла стала презентация одной из новинок компании Muflon — съёмных обоев, не повреждающих поверхность, на которую они наклеиваются. Такая самоклейка может быть востребована в разных ситуациях: как временная доска на конференциях и семинарах, в качестве ситуативной навигации и проч. Главное — протереть стену от пыли. Весь остальной монтаж занимает несколько секунд.

СЛПК: новое — хорошо забытое старое

Екатерина Подобед, менеджер по развитию бизнеса **Сыктывкарского ЛПК**, начала свой доклад с интриги. Нас ждал сюрприз, о котором на тот момент ещё никто не знал. Приятно оказаться среди первых. Сыктывкарский лесопромышленный комплекс больше не принадлежит компании Mondi. Сделка прошла более месяца назад. Мы стали первыми зрителями, которым презентовали новый логотип компании, наполненный несколькими уровнями смыслов: здесь считаются и два бумажных полотна, и чистый лист бумаги, и картонная упаковка, и устремлённость вверх и вперёд. Новое название компании —



ОАО «СЛПК». Это предприятие имеет 4 бумагоделательные машины, производит целлюлозу для собственных нужд и на продажу, имеет свои леса и лесозаготовки. СЛПК производит разные типы бумаг: офсетные, офисные, газетные и типографские; занимается изготовлением топ-лайнеров для гофры и картона-основы для упаковки молочной продукции, имеет крупнейший частный лесопитомник на северо-западе.

2022 год перевернул всё с ног на голову, на Сыктывкарский ЛПК всё это повлияло как негативно, так и позитивно. Одно можно сказать наверняка: изменившаяся ситуация заставила команду комплекса действовать быстро и продуктивно. Главным стимулом к движению вперёд стало то, что нельзя просто взять и остановить крупный комбинат, где работают 4,5 тысячи человек, поэтому пришлось перестраиваться на ходу.

Минпромторг выдал заявку на производство картона-основы для упаковки молочной продукции. Теперь большинство молочной упаковки в магазинах изготавливается на базе сыктывкарского продукта.

Когда ушли европейские бренды, возникла необходимость систематизации линейки продуктов и создания локальных брендов. Так появился зонтичный бренд Komi, собравший под крылом нового логотипа-птицы основные позиции ассортимента СЛПК.

Екатерина подробно рассказала и про новую книжную бумагу KomiStory, уже зарекомендовавшую себя на рынке. Этот продукт занимает нишу бумаги для качественных книг с большим количеством текста, на которой печатают книги с иллюстрациями, такие как учебники и детские книги, и газетной, использующейся для дешёвых «одноразовых» изданий.

Впервые книжную бумагу произвели год назад, сейчас она уже стабильно выпускается каждый месяц. БДМ-15, на которой производится бумага марки KomiStory, обеспечивает ей высокую и стабильную пухлость порядка 2,6 см³/г. Стабильность пухлости равна стабильности толщины, что важно для производства качественных книг, т. к. от этого зависит точный расчёт корешка. По толщине бумага KomiStory плотностью 50 г/м² соответствует 100-граммовому офсету.

Эта бумага имеет стабильный натуральный кремовый оттенок, причём цвет тоже стабильный и не гуляет. KomiStory имеет феноменальный спрос на экспорт. Если у нас любят печатать книги на белоснежной бумаге, то в Азии и Европе уже давно тренд на натуральный оттенок слоновой кости. Но и российские клиенты оценили новую книжную бумагу: её активно использует издательство «Эксмо», все крупные полиграфические комбинаты, постепенно подтягиваются мелкие типографии, проводится тестирование на цифре.



Пока KomiStory поставляется в ролях, «Европапир» будет её флатовать при необходимости, тем более что с листа на ней уже печатают.

«Европапир»: картона хватит на всех

Самая интересная часть семинара (на мой профдеформированный взгляд конструктора упаковки) была посвящена картону. Вячеслав Брагин, руководитель направления «Упаковка» в «Европапире», с огоньком рассказал нам, что изменилось в его епархии. Правда, до картона дожили не все участники семинара, зато остались самые заинтересованные и активные. Мы взаимодействовали со спикером, поднимали руки, отвечали на вопросы, делились своим опытом. Европейские марки картона покинули Россию, Китай укрепился, но нам всем страшно повезло, что ровно перед началом небезызвестных событий и последовавших санкций «КАМА» запустила производство российского FBB-картона.

Европейских поставщиков упаковочного картона было порядка 10, китайских брендов на самом деле не так много, доминирует здесь производитель APP, «КАМА» у нас одна, поэтому после исхода Европы ассортимент картона у всех крупных поставщиков стал примерно одинаковым. Выигрывает тот, кто успевает завезти партию материала по низкому курсу.

Немного поговорили про макулатурный картон. Старая добрая «Нева» осталась, есть турецкий Kartonsan, «КАМА» предлагает новый продукт на стыке макулатурного и целлюлозного — картон Кама Project, благодаря его появлению многие производители перешли с макулатурного на целлюлозный картон, т. к. качество у него лучше, а цена одного порядка.

СЛПК тоже делает специальный картон для упаковки: KomiPack — для молочных пачек, KomiFresh — под стаканчики, KomiBase — под пищевые лотки.

«КАМА» с 2021 года начала выдавать промышленные партии картона и только наращивает обороты. Сейчас стало понятно, что картона хватит на всех. За время кризиса многие перешли с GC1 на GC2 да там и остались, в «Европапире» считают, что надо их переводить обратно.

Вячеслав Брагин коротко задел и вопрос с этикеточной бумагой, т. к. она тоже относится к нише упаковочных материалов. Этикеточные бумаги в Россию завозятся «интересными» путями. «Европапир» же сосредоточился на том, что можно ввезти легально. И это наши старые знакомые — китайский производитель APP.

«КАМА»: мы хотим быть ближе к вам

Ольга Соболева приняла эстафету у Вячеслава Брагина и подробно рассказала про картонные новинки «КАМЫ». Сейчас запущен флагманский



проект предприятия — премиальный FBB-картон Кама Pharma. От остальных продуктов компании он отличается высоким уровнем белизны 95%, стабильно ровной поверхностью листа, отсутствием облачности, однородной структурой картона, высоким печатным гляncем. Представители «КАМЫ» подкупили нас искренним желанием совершенствовать продукцию своего бренда, учитывая пожелания полиграфистов. Ольга Соболева рефреном повторяла по ходу своего выступления: «Нам нужна обратная связь! Дайте нам обратную связь! Мы хотим сделать вам хорошо, поэтому говорите нам, что улучшить». И мы, оставшиеся в зале полиграфисты-упаковщики, как могли, давали обратную связь.

В нашей типографии «ПоСК» мы проводили небольшую тестовую печать на Pharma, подложив пару сотен листов к тиражному картону. Никаких нареканий новая марка не вызвала. Цвет картона отличается от привычных марок «КАМЫ» в сторону голубовато-белого, растровые изображения получаются однородными, без облачности, плашки смесевых цветов ложатся отлично, и главное, на биговках готовой упаковки ничего не трещит и не рвётся, хотя специально мы ничего не подстраивали под тестовый картон. Что приятно удивило — оборотный слой сильно отличается от «фирменного» оборота «КАМЫ» с вкраплениями «ёлочек и палочек», значит, картон можно брать для самосборных коробочек, где качество оборота критично. Думаю, на нем даже можно нормально печатать, что подтвердила Ольга. Pharma менее пухлая и рыхлая, чем привычные Strong и Bright.

Отдельно Ольга остановилась на картоне Кама Project, с которым многие из присутствующих уже успели поработать. Этот продукт призван заменить макулатурный картон, он рассчитан на упаковку без особых изысков. Кама Project берут также вместо более дорогих марок, когда нужно сэкономить без потери в качестве. Команда «КАМЫ» продолжит совершенствовать этот продукт, с декабря он будет производиться по новому техстандарту: увеличили пухлость на 6%, выровняли продольную жёсткость, снизили шероховатость до 2 мкм.

Остальные марки картона «КАМА» тоже постепенно вырастают в качестве, потому что на картоноделательной машине проводится модернизация, технология совершенствуется, стабилизируется ситуация с расходниками.

В конце этого супернасыщенного дня полиграфисты переместились в паб Finnegan's, где продолжили общение в неформальной обстановке. ▣

Об авторе: **Елена Никонорова**, конструктор-разработчик упаковки типографии «ПоСК», Санкт-Петербург



к содержанию



Авторская книга, или Книга художника

Что это, чем отличается от фотоальбома и где её можно увидеть?

Википедия даёт такое определение: «Книга художника, или artist's book, — это произведение искусства, в котором автор прорабатывает не только содержание и иллюстрации, но и все остальные элементы книги.

Книга художника может быть сделана автором-художником вручную в единственном экземпляре (уникат) или выпускаться тиражом до 150–200 экз., с использованием техник авторской печатной графики, принтера, цифровой печати, иных малотиражных техник».

Текст и фото: Ирина Паялина

С 25 ноября 2023 года в центре «Зотов» в Москве проходит выставка **«Пресня: выставка моей памяти»**. Идея этой выставки родилась из «Лаборатории авторской книги», которую проводит **Алла Миrowsкая**, преподаватель, фотограф, художница и куратор выставочных проектов.

Алла — участница художественных выставок, фотографических и фотокнижных фестивалей как в России, так и за рубежом. Автор самостоятельно изданных фотокниг, соорганизатор Fotobookmarket — маркета авторской фотокниги в Москве и конкурса книжных макетов Fotobookmarket Dummy Award. Её работы можно было увидеть в ноябре этого года в центре художественного производства «Своды» ДК «ГЭС-2» на выставке «Своды 360°», а до 11 февраля 2024 года они представлены в центре «Зотов».

В день открытия выставки она провела презентацию новой коллективной авторской книги «Навекы твоя, П» — это неформальный путеводитель по Пресненскому району, результат работы её лаборатории, рассказала о создании авторских книг и о работе с центром «Зотов».

Обычные фотокниги — это альбомы с фотографиями: свадебные, детские, семейные, школьные, из путешествий или



к какому-то празднику. Разворот авторской книги «Старые семейные фотографии и объекты глубокого космоса», автор Алла Миrowsкая, выставка «Пресня: выставка моей памяти», центр «Зотов»

фотокниг, как их тоже называют, очень много. В таких сайтах есть встроенные редакторы и определённое количество шаблонов. На выбор есть несколько форматов, несколько вариантов обложки, под каждый вид предусмотрен свой тип бумаги, как правило, это мелованная или фотобумага.

Книга художника, artist's book или авторские фотокниги, — это совсем другая продукция. В таких изданиях редко используются стандартные форматы и мелованная бумага. Это каждый раз что-то индивидуальное: свой формат, дизайнерская бумага, часто наличие клапанов, вклеек, вставок, прорезей, дополнительные цвета типа белил, серебра, золота, сочетание разных бумаг. Заказчики таких изданий: фотографы, графические дизайнеры, художники, иллюстраторы, студенты и все творческие люди, заинтересованные в создании и печати собственных книг.

Как художник Алла Миrowsкая объясняет: «Мы говорим о фотокниге как о практике современного искусства. Это объёмное повествование со сложным нарративом и большим количеством смысловых треков. Такие книги участвуют в выставках современного искусства». Для правильного воплощения идеи художника может быть важно соотношение сторон, конкретная вклейка, как страницы разворачиваются, цвет и тактильные ощущения от бумаги. Этот продукт очень далёк от каких-то шаблонов.

Важно не путать слово «фотокнига» в общепринятом понятии с авторской фотокнигой. Это в корне разные продукты.



Неформальный путеводитель по району Пресня «Навеки твоя, П»



Алла Мировская на презентации неформального путеводителя по району Пресня «Навеки твоя, П» в центре «Зотов»



Развороты книги художника «Уроки иврита», автор Алла Мировская, выставка «Своды 360°», центр «Своды»

Сложности в работе с такими изданиями в том, что для них невозможно сделать онлайн-калькулятор. Каждый раз это индивидуальная работа с заказчиком, требующая вовлечённости менеджера, которого невозможно заменить шаблонами на сайте.

Алла Мировская не только работает с авторской фотокнигой как автор и художник, но и передаёт свои знания другим. Она ведёт несколько образовательных программ: «Мастерская художественного проектирования» и «Лаборатория авторской фотокниги».

Её произведения находятся в коллекциях библиотеки Музея современного искусства «Гараж» (Москва), ГЦСИ-РОСИЗО (Москва), Австрийского культурного форума в Москве, Института современного искусства Чикаго, Музея современного искусства г. Феникса в США, а также в частных коллекциях во Франции, Германии, Италии, Японии, Великобритании, США.

Книга художника может быть на любую тему, которую исследует автор. Например, Алла много работает с темой места и памяти. Она изучала район, где живёт, — Коньково, работала с Даниловским районом, с Капотней в рамках программы музея Москвы «Москва без окраин», совместно с центром «Зотов» — с Пресней.

Результат последнего проекта — коллективная авторская книга «Навеки твоя, П», неформальный путеводитель по Пресненскому району. Его можно приобрести в магазине при центре. Команда из двадцати человек работала над этим проектом три месяца.

Всё начинается с теории: как искать и анализировать информацию для проекта, как фотографировать, как проводить интервью, как придумать идею, как сделать книгу своими руками и напечатать в типографии.

После теории идёт работа в «поле»: совместные прогулки-исследования, съёмки на улице, проведение интервью, работа с архивами. Участники проекта разрабатывали собственные экскурсионные маршруты, проводили исследования, разговаривали с местными жителями. Следующий этап — создание концепции книги: идея, отбор материала, последовательность, название, тексты. Потом дизайн и верстка. И в заключение — печать в типографии. В целом три месяца — это сжатые сроки, а команда из двадцати человек — это роскошь, может быть и пять, и один.

Тираж неформального путеводителя — 250 экземпляров. Для таких изданий — это много. Книга недешёвая как в производстве, так и в продаже. Такие произведения хранятся в музеях, поэтому и покупатели у них соответствующие — коллекционеры, ценители и любители, кто понимают объёмы и ценность произведённой работы. Сейчас всё больше и чаще проводятся художественные маркеты и фестивали, где авторы презентуют и имеют возможность продать свои произведения. Ну и хочется, чтобы было больше типографий, где художники могли найти поддержку, помощь в подборе материалов и выборе технологий, а также качественную печать. ■

«Реклама-2023»: юбилей удался

С 23 по 26 октября в Москве прошла очередная выставка «Реклама» — для тех, кто ищет оборудование, технологии и материалы для изготовления рекламной продукции. Или пока не ищет, но хочет быть в курсе современных тенденций на этом рынке.

Юрий Захаржевский

Эта выставка была не просто очередной, а юбилейной: тридцатой по счёту. И праздник удался: на стендах свою продукцию представили более двухсот производителей и поставщиков. Устроители утверждают, что нынешняя выставка была гораздо масштабнее прошлогодней. Да и посетители не подкачали: желающих ознакомиться с новейшими тенденциями рекламных технологий было немало.

А новинки в рекламных технологиях за последние годы действительно имеются. Например, продолжает расширяться сравнительно недавно появившийся сектор DTF-печати — как количественно, так и качественно. Надо заметить, что для российских потребителей сложилось удачно, что в этом направлении азиатские производители далеко обскакали западных.

При этом оборудование продолжает совершенствоваться: за счёт применения новых печатных головок улучшается качество печати, растёт производительность.

С другой стороны, развиваются материалы для DTF-печати: в этом году появились решения в виде металлизированных плёнок с эффектом золота и серебра, с эффектом глиттера, световозвращающих и светонакапливающих плёнок. Также производители модифицируют плёнки, чтобы уменьшить налипание клеевого порошка вне зоны отпечатка.

Продолжается совершенствование клея для DTF-печати: например, для работы со спецодеждой используются специальные полиамидные

клеи. Появилось и принципиально новое решение для DTF-печати. Порошковая технология, при всех преимуществах, имеет и свои проблемы: повышение жёсткости ткани после нанесения изображения, понижение её воздухопроницаемости и т. д. Поэтому компания **HONGSAM Digital** (эксклюзивный дистрибьютор в России — «НИССА Дистрибуция») разработала решение для печати на хлопчатобумажных и других материалах без использования порошка. Вместо порошкового клея в данном случае используется жидкий клей в виде эмульсии. Ключевые преимущества такого способа — более простой рабочий процесс, мягкость ткани после переноса, высокая стойкость изображения к истиранию. На прошедшей выставке «НИССА Дистрибуция» показала на своём стенде такой принтер — **Hong-jet DTF-60**.

Имеется теперь и ещё более отличающаяся от порошковой DTF-печати технология — УФ-DTF или DTF UV (терминология ещё не устоялась). В данном случае применяются сразу два вида плёнок: на одной из них производится струйная УФ-печать, другая используется для ламинирования полученного изображения. Ламинирование происходит сразу после печати. Отпечатанные картинки затем вырезаются — вручную либо с помощью режущего плоттера. Полученный кусок плёнки, содержащий изображение, перед нанесением изображения надо расслаивать вручную. При этом картинка переносится с первой плёнки на вторую — ламинирующую. Переносится не

Слева — один из нескольких принтеров с технологией печати DTF UV, показанных на выставке (на фото — принтер с шириной печати 300 мм на стенде новосибирской компании «Сиб СП Прайм». Виден рулон плёнки для ламинирования). Справа — посетители выставки могли наглядно наблюдать процесс нанесения изображений, полученных с помощью технологии DTF УФ. В данном случае одно из напечатанных изображений (лежат под телефоном) нанесли на телефонный футляр



к содержанию





ТД «ПАПИЛЛОНС» предлагает принтер для тех, кому надо выделить продукцию: VOLK NEON-SIGNSTAR для DTF-печати может работать не только с обычными чернилами — СМУК и белилами — но и с чернилами неоновых цветов. На момент выставки цена принтера с производительностью до 20 м²/ч составляла 1 млн 450 тыс. рублей



О сувенирном УФ-принтере SPRINTER с форматом печати 600×900 мм, который демонстрировался на стенде «Смарт-Т», вы можете прочитать обзор в этом номере на с. 8



Сравнительно новая линейка принтеров GO! Digital от ГК «РУССКОМ» включает самое разнообразное оборудование: как рулонные принтеры с разной технологией печати, так и планшетный для УФ-печати

одна, а с клеящим слоем, который был на первой плёнке. Осталось прижать плёнку с картинкой к изделию, которое надо декорировать, а затем удалить плёнку — изображение останется на декорируемом изделии (разумеется, поверхность изделия желательно предварительно очистить).

Таким образом можно наносить изображения на самые различные материалы: стекло, керамику, металл, дерево, пластик, кожу и т. п. А такой широкий спектр материалов, соответственно, позволяет выпускать широкий спектр продукции: рекламной, сувенирной и другой.

Конечно, у такой технологии есть свои проблемы, связанные, главным образом, с большим количеством ручных операций. Но и достоинств у неё немало. Прежде всего, не требуется нагревать изображение при переносе на предмет, то есть не нужен ни термопресс, ни термокаландр. Таким образом, можно декорировать крупные предметы, в том числе сложной формы.



Разумеется, на стендах было много разнообразного оборудования и для других видов печати и отделки. Например, много техники разного назначения было показано на большом стенде «ТД ПАПИЛЛОНС». Сувенирный Nocaі UV0609PEIIS (см. Захаржевский Ю. Nocaі UV-0609PEIIS — мастерская сувениров // Publish № 9, 2023) предлагали за 1 млн 600 тыс. рублей. На этом же стенде было ещё два сувенирных принтера такого же формата (600×900 мм): Nocaі NC-UV0609 и Nocaі UV0609MAX. Казалось бы, зачем показывать целых три модели одного формата? Дело в том, что все они имеют разные характеристики и, соответственно, разную цену. Поэтому и приобретают их для разных целей.

«Фирменный» бренд «ТД Папиллонс» — VOLK. В этой линейке на стенде было представлено несколько принтеров, в том числе VOLK DTF 0,7 с производительностью до 14 м²/ч и стоимостью (на момент выставки) 660 тыс. рублей.



Компания ProfPlotter (Королёв, Московская обл.) показала ряд принтеров китайской OSNUO: как рулонных, в том числе с технологией УФ-печати, так и планшетный сувенирный принтер



Некоторые модели планшетных УФ-принтеров способны запечатывать довольно большие предметы. Например, на стенде компании ULTRA S возможности сувенирного принтера демонстрировали, поместив в него чемодан



Некоторые экземпляры оборудования, показанного на выставке, имеют вполне промышленный масштаб. Показанный LIYU Russia широкоформатный гибридный УФ-принтер PLATINUM Q3XL китайского производителя LIYU International впечатлил размерами как каретки, так и экрана на пульте управления. Солидно выглядел и установленный рядом планшетный УФ-принтер PLATINUM KC 3020



На стенде «Смарт-Т» широкоформатный эко-сольвентный принтер **ARK-JET SOL 3200** печатал на двух рулонах сразу — как и при нашем тестировании этого принтера (см. обзорную статью в прошлом номере — *Захаржевский Ю. ARK-JET SOL 3200 // Publish № 10, 2023*). Про широкоформатный планшетный УФ-принтер **Sprinter TC-CF2513** мы писали несколько раньше (см. *Захаржевский Ю. Sprinter TC-CF2513 // Publish № 8, 2023*).



Также «Смарт-Т» показала новые модели термокаландров с маслona-полненным барабаном: **TitanJet K1-40-160** и **НО-TA 420-1900 PLUS**.

ГК «РУССКОМ» представила разнообразное печатное и послепечатное оборудование. Разумеется, для рекламного рынка интересны широкоформатные ламинаторы — например, ламинатор под собственным брендом ГК «РУССКОМ» — R-SuperLam (см. *Захаржевский Ю. Ламинаторы R-SuperLam // Publish № 2, 2023*).

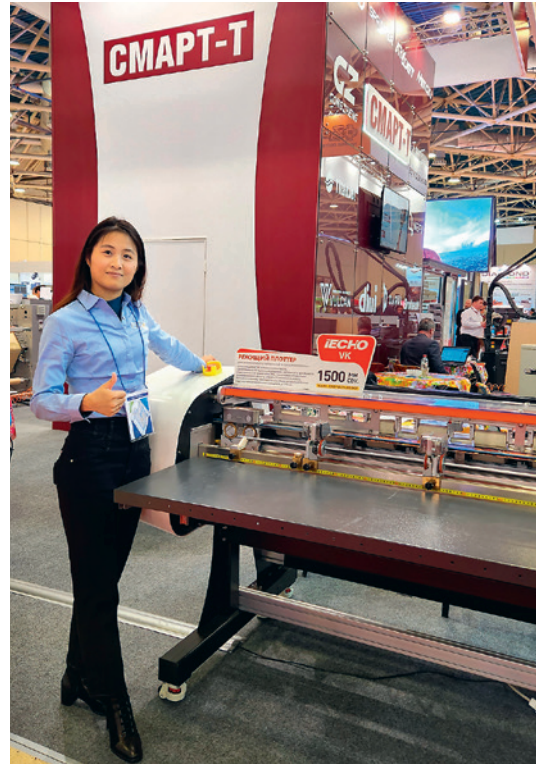


Были показаны режущие плоттеры новой линейки MasterCutter, о которой мы рассказали читателям в начале этого года (см. *Захаржевский Ю. Плоттеры MasterCutter // Publish № 1, 2023*), а также наиболее солидный рулонный плоттер этой линейки — **MasterCutter GR8000-140** (см. статью в прошлом номере — *Захаржевский Ю. Точный рез по «тяжёлым» материалам // Publish № 10, 2023*).

Заметное место на стенде ГК «РУССКОМ» занимал совершенно новый для нашего рынка принтер **GO! Digital SC430**, печатающий по гофрокартону, коробкам, пакетам (подробнее см. обзорную статью в прошлом номере — *Захаржевский Ю. GO! Digital SC430 // Publish № 10, 2023*). Конечно, может возникнуть вопрос: зачем показывать на рекламной выставке принтер, основная задача которого — печать по упаковке? Но как раз упаковка — вполне подходящее поле для размещения рекламы: как рекламы упакованного продукта, так и сторонней рекламы, на которой можно заработать дополнительные средства.

iESHO: исследования для развития

Одной из ключевых особенностей прошедшей выставки «Реклама», помимо ощутимо возросшего количества участников по сравнению с прошлым годом, было ничуть не менее впечатляющее количество различного оборудования, представленного на стендах поставщиков и производителей. Среди рекорсменов по количеству техники, показанной на выставке, оказался и холдинг «Смарт-Т», разместивший на двух стендах 21 единицу оборудования, часть из которого демонстрировалась в России впервые. Значимой новинкой в этом многообразии стала модель универсального раскройного комплекса iESHO серии TK4S 2516, оснащённая фрезерным модулем и функцией автоматической смены инструмента. На премьерном показе TK4S 2516 мы пообщались с региональным менеджером iESHO Мэнди Чай и поговорили о том, почему сейчас так важна вариативность модельного ряда раскройных комплексов и чем принципиально отличаются европейский и российский подходы к формированию парка оборудования.



Разговаривала Юлия Васина

С чего начиналась история iESHO и какие этапы, по вашему мнению, стали ключевыми в её развитии?

Наша компания была создана в 1992 году, в прошлом году iESHO отпраздновала своё 30-летие. Однако выходу на международный рынок предшествовал довольно большой период становления и внутренних продаж. В 2013 году была осуществлена первая поставка раскройщика за рубеж, и уже в 2015 году количество клиентов iESHO по всему миру превысило 1000. К 2018 году годовой объём инсталляций достиг более 1500 единиц техники. В прошлом году в связи с расширением производства в Ханчжоу была построена фабрика iESHO площадью 64 тысячи м², а годовой объём производства составил более 4000 раскройных комплексов. На сегодняшний момент инсталляционная база компании как за рубежом, так и внутри Китая достигла более 10 тысяч единиц, а география экспортных поставок насчитывает 113 стран.

А какие страны помимо Китая являются крупнейшими пользователями оборудования iESHO?

Если говорить об итогах прошедшего года, то тройку лидеров по количеству инсталляций составляют США, Турция и Россия. Помимо непосредственно производственных площадей у iESHO работает 4 представительства в Хефэй, Гуанчжоу, Гонконге и Германии, и в самое ближайшее будущее ожидается открытие ещё одного в США.



В чём, по-вашему, секрет успеха iESHO и принципиальное отличие вашей компании от других производителей раскройного оборудования?

Дело в том, что iESHO является единственной публичной компанией в Китае (имеющей возможность торговаться на бирже) в сфере производства раскройных комплексов. Это в свою очередь дало мощный приток инвестиций, позволивших значительно оторваться в том числе и от мировых конкурентов, и в первую очередь за счёт развития собственных RnD (Research and Development) департаментов. На сегодняшний день в компании работает 400 человек, и более 100 из них заняты в RnD-сегменте. Инвести-

руя немалые средства в научно-исследовательский комплекс, iECHO получает значительные преференции от государства, такие как, например, снижение налогов или ставки на аренду, поскольку сейчас в Китае очень развита политика поддержки именно наукоёмких предприятий, с обязательным условием развития исследовательских и конструкторских подразделений и получения патентов в будущем. Поэтому iECHO старается активно участвовать как во взаимодействии с государством, так и в программе поддержки и дальнейшего развития исследований и разработок. В прошлом году оборот iECHO составил 43 млн долларов США и 11% от этого оборота было вложено компанией в новые разработки.

Какое оборудование iECHO пользуется наибольшим спросом и какова специфика спроса на российском рынке относительно других стран?

В первую очередь нужно упомянуть, что всё оборудование iECHO разделяется на три больших направления. Первое направление это универсальные раскройные комплексы для однослойных материалов серии ВК и ТК, применимые в полиграфии, автомобилестроении, упаковочной индустрии и многих других областях. Второе направление — это раскройщики серий GLSA и GLSC для многослойных текстильных материалов, специально разработанные с учётом требований швейных и мебельных производств. Также в линейке iECHO есть направление специального оборудования, например, для ротационной высечки этикеток лазером или штампом серий LCT и MCT соответственно. Кроме того, в случае индивидуальных требований к оборудованию iECHO практикует разработку кастомизированных продуктов. Что касается российского рынка, то, на наш взгляд, сейчас происходит настоящий бум промышленности в России. Мы наблюдаем, что многие производства заменяют аналоговое оборудование на цифровое, происходит небывалый всплеск интереса к раскройным комплексам iECHO. Это принципиально отличает российский рынок от, скажем, европейского (Нидерланды, Германия) или рынка США, где решения об инвестициях принимаются производствами не так быстро и вместо оборудования клиенты охотнее приобретают новые инструменты к уже существующему парку машин.

Какое оборудование iECHO представляет на этой выставке ваш дистрибьютор «Смарт-Т»?

«Смарт-Т» на своём стенде демонстрируют три модели плоттеров, однако наша главная премьера — это раскройный комплекс ТК4S 2516, впервые представленный с фрезерным модулем мощностью 1,8 кВт и функцией автоматической смены инструмента. Такая конфигурация машины позволяет работать не только с мягкими материалами, но и с твёрдыми, например, с пластиком, акрилом или ДСП, объединяя, по сути, в одном устройстве два станка: традиционный раскройщик и фрезерный ЧПУ-станок, увеличивая не только производительность, но и область применения данного агрегата. Ещё одна новинка для российского рынка — это демонстрируемый РК4, являющийся продолжением популярной линейки моделей РК. Главная особенность РК4 заключается в возможности добавления дополнительных промышленных инструментов помимо традиционного флюгерного ножа и, как следствие, возможности работы с материалами толщиной до 16 мм. Кроме того, с учётом повышенной толщины материала в данной модели также оптимизирована высота стопы на подаче до 45 см, что значительно увеличивает время непрерывной работы плоттера. Мы уверены, что благодаря новым возможностям этого оборудования у типографий и копировальных центров появится ресурс для выхода на рынки сувенирной продукции и POS-материалов, а значит, и для дальнейшего развития. Третьей представленной на выставке моделью стал экономичный и доступный плоттер VK170, предназначенный для скоростной резки плакатов и обоев.

Что вы скажете по поводу позиции компании на мировом рынке и что позволяет iECHO успешно конкурировать с крупными игроками?

На сегодняшний день компания iECHO является топ-производителем режущих плоттеров в Китае и входит в тройку лидеров по количеству инсталляций среди мировых производителей. Если сравнить ассортимент iECHO с другими разработчиками раскройных комплексов, то многообразие решений и их вариативность выгодно отличают нашу компанию даже от признанных лидеров отрасли. На данный момент основным нашим конкурентом в многослойном раскрое является компания Lectra, а в однослойном iECHO борется за рынок с такими именитыми производителями, как Zoom и Esko. И уже сейчас по многим параметрам мы не уступаем своим западным коллегам.





Цифровой фольгиратор CtFoil 100S отечественного производителя «Виршке» — интересное устройство с принципиально новым способом цифрового тиснения, к тому же с возможностью делать не только цифровое, но и традиционное горячее тиснение с помощью штампа. Подробно мы рассказывали о нём примерно пол-года назад (см. *Захаржевский Ю. CtFoil 100S // Publish № 4, 2023*). С тех пор устройство было несколько модернизировано: стало удобнее для оператора, решена возникавшая порой проблема с проводкой фольги.



«Виршке» выпускает и цифровые фольгираторы обычной конструкции: FoilPrint 106 и FoilPrint 315. При этом устройства разного типа, то есть FoilPrint и CtFoil, не конкурируют друг с другом, а дополняют: материалы, которые трудно тиснить на одном устройстве, легко обрабатываются на другом.

«Виршке» удалось решить проблемы, возникшие в прошлом году из-за перебоев с поставками компонентов от иностранных производителей. Компании удалось не только найти полноценные варианты для их замены, но и унифицировать узлы во всех выпускаемых ею фольгираторах

«НИССА Дистрибуция» показала сразу три различных цифровых фольгиратора. Модель AMD 3025 (фото слева) — типичный образец такого оборудования.

А вот фольгиратор AMD 360D устроен принципиально иначе: обрабатываемый материал в нём не лежит неподвижно на рабочем столе, а движется под термоголовкой, которая перемещается лишь в одном измерении. AMD 360D имеет функцию экономии фольги: при большом расстоянии между элементами, подлежащими тиснению, рулон с фольгой не разматывается



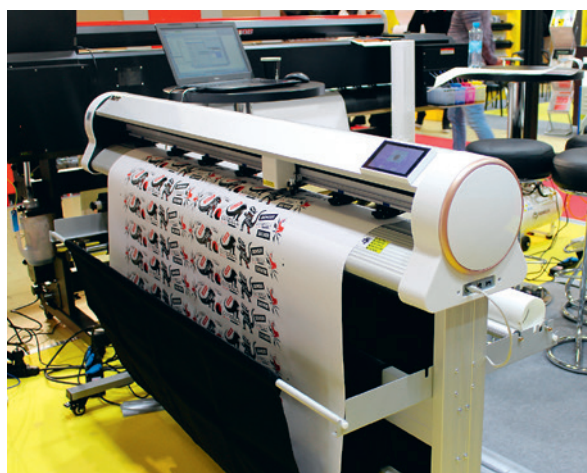
Фольгиратор AMD 320 (на фото справа он находится на переднем плане) — очень скромное по размеру устройство, и функционал у него довольно специфический, зато продукция получается оригинальная, которую вряд ли получишь другим способом: он производит тиснение фольгой по лентам и ленточкам. Таким образом можно выделить как подарочную продукцию, так и другие изделия — например, ленты для бейджей



«НИССА Дистрибуция» показала в работе автоматический режущий плоттер AOL 1070 PAS 4 с возможностью установки различных инструментов



Multibook — оригинальный способ переплёта, продвигаемый компанией «НИССА Дистрибуция» (подробнее см. *Васина Ю.* Переплёт в стиле диско // Publish № 6, 2023). На фото — устройство для перфорации листов: отверстия для перфорации при использовании этой технологии должны иметь особую форму. На данной выставке Multibook показали не случайно: если для книжной продукции такой переплёт дорогават, то для рекламной продукции, которая должна выделяться, он может оказаться в самый раз



«ВИНК» показала рулонный режущий плоттер CUTZILLA оригинального дизайна. А вот рулонный ламинатор на том же стенде сделан без изысков, да и надпись на этикетке (Ламинатор LP1700-T 1, изготовитель: Zhejiang Huaui Supply Chain Management, страна происхождения: Китай) сугубо информативная, без претензий на особый бренд. Также «ВИНК» предлагает чернила *dipra* для струйных принтеров



PrintX (Санкт-Петербург) предлагает как готовые планшетные УФ-принтеры, так и отдельные узлы для них



Отечественный производитель «БИГ-ПРИНТЕР» традиционно демонстрирует широкоформатное оборудование для резки и печати. Интересно, что УФ-принтеры этой компании оснащаются как светодиодными излучателями, так и (по выбору клиента) традиционными ртутными УФ-лампами. Большинство производителей уже перешли на светодиодные излучатели, но в «БИГПРИНТЕР» считают, что мощная ртутная лампа в некоторых случаях предпочтительнее



к содержанию



История с LIYU

О том, как начинала работать в России LIYU Russia, о тенденциях и продажах рассказывает менеджер проектов Илья Сафронов.

В 2020–2021 годах мы начали активно выводить на рынок России широкоформатные УФ-принтеры LIYU серии **PLATINUM**. Поначалу было непросто: LIYU PLATINUM — премиальная линейка, которую производитель создавал для европейского рынка, где нужно высокое качество и конкурентная цена относительно топовых мировых брендов. Пока эти «большие» бренды были представлены в России, клиентам было сложно позиционировать для себя наш продукт: получалось, что для «китая» принтеры очень дорогие, а понятие «премиальный» обязательно означало, как минимум, европейское происхождение. И, безусловно, людям всегда проще купить что-то знакомое, понятное, с хорошей историей продаж. Этим мы шаг за шагом и занимались: работали над продвижением, демонстрировали уровень качества наших принтеров, провели первые инсталляции, нас начали замечать и спрашивать. С начала 2022 года люксовые бренды оборудования ушли с рынка, а спрос на качественное высокопроизводительное оборудование остался.

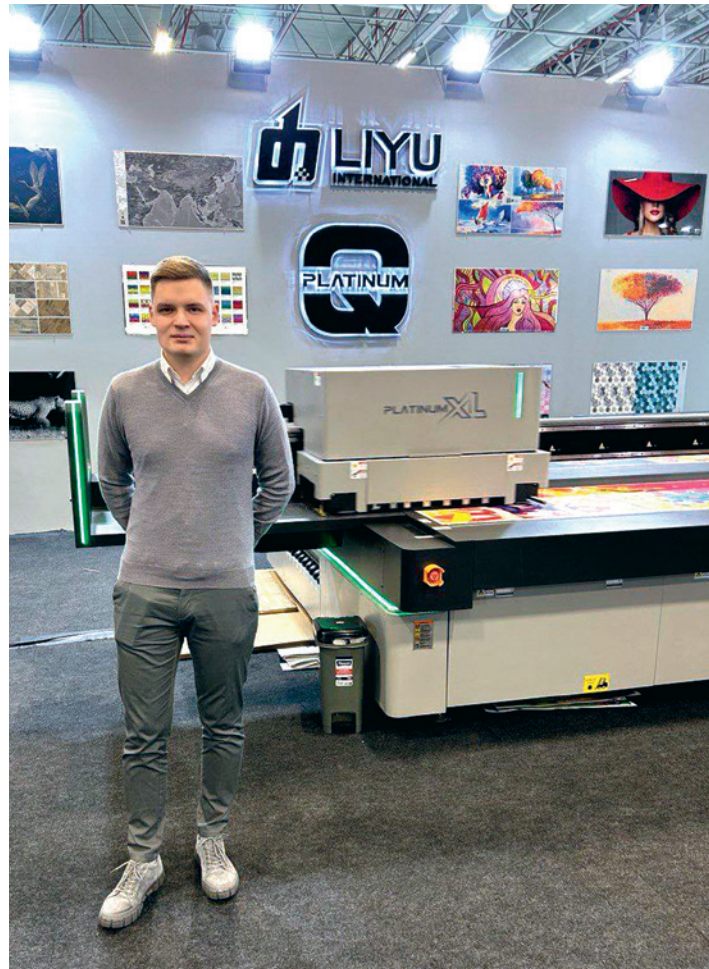
Важно понимать, что R&D офис LIYU INTERATIONAL находится в Турции: там делается всё, что касается разработки конструкций, дизайна и концепции продаж. В каком-то смысле это турецкий принтер. Например, все понимают, что айфоны собираются в Китае, от этого они ни для кого не стали китайскими, всё равно это американский продукт со знаком качества. Так же и с Platinum. В нашем демозале в Анкаре установлено около 20 машин (не каждый производитель этим может похвастаться): представлены модели в каждом классе — гибридные, планшетные, рулонные — в разных комплектациях с печатающими головками Konica Minolta или Ricoh Gen5/Gen6, на которых можно печатать на любых типах материалов. Можно приехать, всё увидеть и протестировать.

Принтеры надёжные, по-настоящему рассчитаны на высокие нагрузки (по весу в среднем в два раза тяжелее аналогов), имеют много технических нюансов в работе с разными типами материалов, которые повышают эффективность и качество работы. Что важно, грамотно продумано удобство работы операторов: защита каретки от касания поверхности материала, мониторы с обеих сторон, пульт управления и т. д. И когда люди убедились, поверили, что это классный продукт, дело пошло. И, кстати, порядок цен уже перестал пугать, ведь стало очевидно ценность преимуществ Platinum.

LIYU делает собственные чернила очень хорошего качества, что тоже — огромный плюс. Уровень сервиса соответствующий, по запросу всегда может приехать инженер из Турции. И очень адекватный менеджмент с быстрой скоростью реагирования.

Сегодня клиенты ищут производительность, которая невозможна без высокого уровня надёжности оборудования и хорошей сервисной поддержки и поставки расходных материалов. Мы стараемся обеспечить всё это в полном объёме.

Что касается трендов: есть очень неожиданная для нас тенденция. По своему опыту работы мы всегда считали, что гибридные принтеры — это оптимальный выбор благодаря универсальности применения: за вполне себе адекватные деньги можно получить фактически возможности двух машин. Но на рынке ещё в нулевые годы сформировалось мнение, что «гибриды» проигрывают планшетным принтерам. А ведь технологии уже давно изменились! И вот в 2023 году случился какой-то бум на гибридные модели: за последние три месяца у нас просто шквал запросов/обращений/продаж. Сейчас, видимо, время такое, когда клиенты понимают: универсальность — это не просто блажь, а способ выживать и расти. Причём гибридные машины берут те, у кого есть и рулонные, и планшетные на производстве, — они имеют возможность сравнивать. И это тоже заметный тренд: LIYU покупают опытные компании. Это растущие производства, которые ищут пути развития и в определённый момент приходят к мысли, что важно расти и в качестве. И принтеры LIYU прекрасно отвечают этим запросам.



Важно понимать, что R&D офис LIYU INTERATIONAL находится в Турции: там делается всё, что касается разработки конструкций, дизайна и концепции продаж. В каком-то смысле это турецкий принтер. Например, все понимают, что айфоны собираются в Китае, от этого они ни для кого не стали китайскими, всё равно это американский продукт со знаком качества. Так же и с Platinum. В нашем демозале в Анкаре установлено около 20 машин (не каждый производитель этим может похвастаться): представлены модели в каждом классе — гибридные, планшетные, рулонные — в разных комплектациях с печатающими головками Konica Minolta или Ricoh Gen5/Gen6, на которых можно печатать на любых типах материалов. Можно приехать, всё увидеть и протестировать.

Принтеры надёжные, по-настоящему рассчитаны на высокие нагрузки (по весу в среднем в два раза тяжелее аналогов), имеют много технических нюансов в работе с разными типами материалов, которые повышают эффективность и качество работы. Что важно, грамотно продумано удобство работы операторов: защита каретки от касания поверхности материала, мониторы с обеих сторон, пульт управления и т. д. И когда люди убедились, поверили, что это классный продукт, дело пошло. И, кстати, порядок цен уже перестал пугать, ведь стало очевидно ценность преимуществ Platinum.

LIYU делает собственные чернила очень хорошего качества, что тоже — огромный плюс. Уровень сервиса соответствующий, по запросу всегда может приехать инженер из Турции. И очень адекватный менеджмент с быстрой скоростью реагирования.

Сегодня клиенты ищут производительность, которая невозможна без высокого уровня надёжности оборудования и хорошей сервисной поддержки и поставки расходных материалов. Мы стараемся обеспечить всё это в полном объёме.

Что касается трендов: есть очень неожиданная для нас тенденция. По своему опыту работы мы всегда считали, что гибридные принтеры — это оптимальный выбор благодаря универсальности применения: за вполне себе адекватные деньги можно получить фактически возможности двух машин. Но на рынке ещё в нулевые годы сформировалось мнение, что «гибриды» проигрывают планшетным принтерам. А ведь технологии уже давно изменились! И вот в 2023 году случился какой-то бум на гибридные модели: за последние три месяца у нас просто шквал запросов/обращений/продаж. Сейчас, видимо, время такое, когда клиенты понимают: универсальность — это не просто блажь, а способ выживать и расти. Причём гибридные машины берут те, у кого есть и рулонные, и планшетные на производстве, — они имеют возможность сравнивать. И это тоже заметный тренд: LIYU покупают опытные компании. Это растущие производства, которые ищут пути развития и в определённый момент приходят к мысли, что важно расти и в качестве. И принтеры LIYU прекрасно отвечают этим запросам.

DTF-тонкости — от «Наклейки»

В ходе конференции, которую организовал журнал «Цифровой текстиль» на выставке «Реклама 2023», выступил учредитель казахстанско-российской компании «Наклейка» Александр Дубовицкий, который рассказал о пути создания этого бизнеса. Александр занимается рекламой с 2003 года и хорошо разбирается в производстве, в 2020 году он открыл для себя технологию DTF-печати и увидел в ней отличные перспективы. Почему? Традиционный рекламный бизнес подразумевал печать не только больших рекламных баннеров и растяжек, но и сопутствующей продукции, и обычно эти заказы проходили мимо, ведь технологии изготовления такой рекламной продукции были довольно сложными. Сотрудники должны были овладеть множеством навыков, чтобы научиться наносить логотипы на различные поверхности и материалы.

А технология DTF-печати позволила крайне упростить все эти процессы обучения и нанесения изображений на различные материалы, и теперь слово «просто» стало лейтмотивом компании «Наклейка». По оценке Александра, DTF- и UV-DTF справляется с любыми материалами — от хлопчатобумажных носков до зонтиков, от клюшек для гольфа до крыла самолёта.

Сейчас «Наклейка» и продаёт оборудование для DTF- и UV-DTF, и печатает любую рекламную и сувенирную продукцию. Создана сеть представителей, которые занимаются всей цепочкой рекламных продуктов: от производства до продажи, более того, это стало достаточно простым средством заработка для неспециалистов — достаточно всего лишь наклеить готовую этикетку на любой товар. Главная цель деятельности компании (и личная цель Александра): разобравшись с технологическими тонкостями DTF- и UV-DTF-печати, научить этому других. В программе обучения уровня «Представитель» есть все возможности узнать полную информацию о технологиях DTF- и UV-DTF и заказать любую продукцию в любой точке страны. «Наклейка» работает по системе продажи франшиз и сейчас привлекает компании, которые готовы воспользоваться возможностями DTF и UV-DTF-печати в своём регионе.

Процесс печати достаточно быстрый — 18 м²/ч, поэтому даже массовое нанесение наклеек возможно в очень короткий срок. Но были и трудности с логистикой, отметил Александр, потому что основные сроки для клиентов — «ещё вчера». Эту проблему удалось преодолеть с помощью налаженного автоматизированного процесса производства и использования авиадоставки.



Фото Андрей Соболев

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ РЕЖУЩИЙ ПЛОТТЕР

ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР

для типографий
и рекламных производств

рабочая область

от 1000x700 мм
до 900x1200 мм

16 мм макс.
толщина
материала

5 рабочих
инструментов

IECHO

PK4



SMART-T

www.smart-t.ru



видео на Youtube



Компания Сمارт-Т является
официальным дистрибьютором IESHO
в России и странах СНГ

Ставка на УФ

Новый партнёр холдинга «Смарт-Т» — производитель планшетных и гибридных УФ-принтеров Sprinter. Об основных правилах организации производства и о том, почему направление планшетных УФ-принтеров по-прежнему обладает безграничным потенциалом, мы поговорили с владельцем и основателем Sprinter Джеком Лью.

Разговаривала Юлия Васина

Расскажите немного об истории создания компании и почему предметом производства Sprinter стали именно УФ-принтеры?

Наша компания возникла в 2010 году, в то время, когда была очень популярна сольвентная и экосольвентная печать. УФ-технологии тогда только набирали популярность, однако с самого начала мы решили выйти именно на рынок УФ-печати, видя в нём большой потенциал, и в итоге оказались правы. Конечно, большие продажи начались не сразу, я сам в прошлом инженер, поэтому не понаслышке знаю, как устроено и как должно работать оборудование, поэтому на разработку и отладку качественного продукта ушло около 5 лет. Достигнув к 2019 году своего рекорда по продажам, во время пандемии Sprinter столкнулся с закономерным спадом спроса. Однако сейчас производство снова загружено на полную мощность, и мы по-прежнему видим огромный потенциал для УФ-печати во многих отраслях промышленности.



Президент компании «Смарт-Т» Андрей Макачёв с владельцем Sprinter Джеком Лью



Интервью с Джеком Лью на стенде компании «Смарт-Т»

Насколько я знаю, относительно недавно начал работу второй завод Sprinter в Исине. Какова была необходимость его запуска и есть ли какая-то разница между производственными площадками в Шанхае и в Исине кроме местоположения?

Начиная с 2016 года правительство Китая реализует программу экологичного ведения бизнеса, в связи с чем промышленным компаниям, в том числе и Sprinter, было предписано перенести производства из крупных городов, таких как Шанхай, в более удалённые, такие как Исин. Основные производственные мощности мы разместили на заводе в Исине, тем более что многие поставщики комплектующих тоже сменили локацию на Исин вслед за своими партнёрами, в то время как площадка в Шанхае на сегодняшний день в основном специализируется на разработке новых продуктов и дизайне.

Очевидно, что вы не единственные производители УФ-принтеров как в Китае, так и за его пределами, расскажите в связи с этим, что принципиально отличает принтеры Sprinter на рынке и в чём конкурентное преимущество вашей компании?

Как я уже говорил, мы начали разрабатывать УФ-принтеры с 2010-го, в то время как рост продаж стал заметен только с 2015 года. Именно в этот период, в 2016 году к нам обратилась известная западная компания с предложением стать OEM-производителем. Для Sprinter это стало важным опытом сотрудничества. Работа с таким партнёром научила нас проверять и ценить качество сборки и уделять должное внимание самому менеджменту качества. Собственно говоря, после знакомства с системой производства этой компании к нам и пришёл настоящий большой успех.

Расскажите тогда более подробно о системе контроля качества, существующей у вас на производстве.

На нашем производстве с 2016 года внедрена система контроля качества на основе 5S (системы организации и рационализации рабочего места). Однако со временем мы поняли, что качественный продукт можно произвести и без 5S, главное, при построении производства учитывать, что итоговое качество зависит от всех стадий процесса про-



Два стенда компании «Смарт-Т» на выставке «Реклама-2023»

изводства без исключения. Приведу пример: ранее все коннекторы мы соединяли вручную, теперь же данная операция полностью автоматизирована. Со стороны это кажется мелочью, однако, контролируя даже незначительные операции, мы в итоге и получаем желаемый результат. Качество процесса производства и комплектующих является приоритетом для Sprinter. Другим примером может служить выходной контроль каждого нашего принтера на соответствие нормативу уровня шума при движении каретки. В случае превышения порога в 75 дБ мы направляем проблемный экземпляр на доработку и выяснение причин возникновения шума и только после их полного устранения отправляем принтер заказчику.

Какие основные тенденции сейчас актуальны для направления УФ-печати и есть ли какие-то перспективы развития в данном сегменте?

Если говорить о будущем УФ-печати, то необходимо разделять направления планшетной и рулонной печати. Например, планшетная УФ-печать имеет очень широкую область применения, однако зачастую многие потенциальные заказчики не знают об этой возможности, и здесь ключевым вопросом продвижения технологии является формирование правильного предложения на рынке. Удачным примером может служить история клиента Sprinter, производящего панели приборов и таблички на солнцезащитные козырьки для автомобилей и обеспечивающего около 30% автомобильного рынка в Китае. До приобретения УФ-принтеров печать на этом производстве осуществлялась методом шёлкографии, сейчас же в компании успешно работает наше оборудование. В отличие от планшетной, рулонная УФ-печать используется в основном для рекламных целей, однако в связи с тенденцией постепенного вытеснения с рынка сольвента мы ожидаем её расцвет в самом ближайшем будущем.

А есть ли отличие в распределении продаж в России и в мире в целом? Есть ли своя особая специфика у российского рынка?

До 2022-го безусловным лидером по количеству международных продаж была Индия. Однако только в этом году рост российского рынка составил 26%, против 30% для Индии, что говорит о значительных успехах уже сегодня и больших потенциалах роста продаж в России в будущем. Мы не исключаем, что в перспективе российский рынок станет № 1 для Sprinter.

На этой выставке проходит премьерный показ планшетного УФ-принтера DPP A1E — это важная веха для компании?

Модель DPP A1E новая для российского рынка, но не новая для Sprinter. Мы разработали этот принтер ещё несколько лет назад и довольно успешно продаём его по всему миру. Главной особенностью этого сувенирного принтера является возможность печати с высокой детализацией на небольших изделиях толщиной до 200 мм, и мы надеемся, что он завоюет популярность и среди российских производителей рекламной и сувенирной продукции.



Впервые представленный на выставке компактный планшетный УФ-принтер Sprinter DPP A1E

В России интересы Sprinter представляет «Смарт-Т». Как вы можете оценить ваше сотрудничество по прошествии почти года присутствия на российском рынке?

С самого начала наше сотрудничество является плодотворным, и я уверен, что в будущем оно будет только укрепляться. Для нас как компании-производителя очень важна техническая сторона вопроса, уровень оказываемого сервиса, взаимодействия с конечным клиентом, нацеленность на развитие индустрии в целом, и «Смарт-Т» отлично транслирует эти ценности, концентрируя свои усилия на продвижении оборудования. Кроме того, имея лучшую команду сервисных инженеров на рынке, по-моему мнению, «Смарт-Т» находится вне конкуренции среди российских компаний — поставщиков оборудования.



Компания indorian предлагала на своём стенде холст, фотобумагу и обои, а также чернила к ним



НПО «Инстатика» поставляет материалы для наружной рекламы с 2017 года. В числе её товаров — оргстекло (прозрачное и светорассеивающее), светодиодные модули, блоки питания, клей и двусторонняя акриловая лента для скрепления рекламных конструкций. Компания имеет собственный завод в Рязанской области



Компания ARTPOLYGRAF занимается изготовлением и продажей фотообоев, фресок и т. п. продукции. Но предлагает и оборудование: небольшие режущие плоттеры DIGICUT, применяемые в основном для надсечки



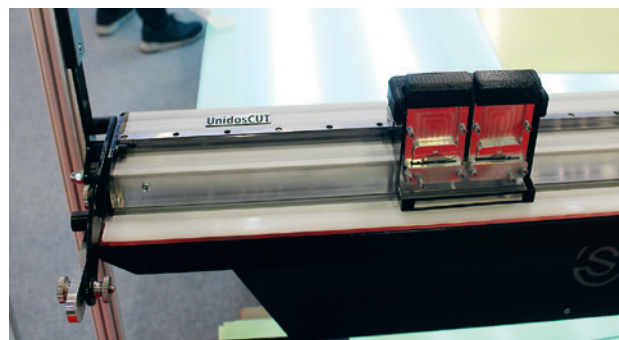
Благодаря планшетным УФ-принтерам изображения можно наносить на самые разнообразные материалы и предметы, в том числе на металлические панели, которые поставляет компания «Алюминстрой»



Китайская Zhuhai Enlite Technology предлагает различные материалы, в том числе чернила для DTF-печати

Также на стенде ГК «РУССКОМ» был показан комплекс для DTF-печати **Prestige R2 DTF**, предназначенный для малых предприятий, рассказ о котором вы можете прочесть на с. 14.

Кроме оборудования и расходных материалов, есть ещё кое-что, без чего невозможно производство рекламной продукции: это запечатываемые материалы, а порой и целые предметы. Например, **FutbiTex** (Пенза) специализируется на пошиве футболок, поло и других предметов одежды из различных материалов. Конечно, подобную



Владимирская компания **STANBER** продемонстрировала планшетные ламинаторы, которые позволяют типографиям и РПК расширить спектр продукции, ламинируя жёсткие материалы: картон, пластик, стекло и т. д. Несколько лет назад на выставках можно было встретить похожие ламинаторы конкурирующей компании Unidos — тоже из Владимира. Теперь можно сказать, что конкуренты объединили усилия: на ламинаторах **STANBER** устанавливаются ножи **UnidosCUT**

одежду сейчас можно приобрести практически везде, но в данном случае поверхность изделий особенно хорошо подходит для нанесения изображений разными способами. Компания имеет дилерскую сеть во многих городах страны.

Компания **ForDA** продаёт немало разнообразного оборудования, но на своём стенде демонстрировала главным образом материалы, в том числе самоклеющиеся плёнки для внешней и внутренней графики.

Компания **Ecofresco** предлагает фотообои, в том числе имитирующие фрески. Это один из примеров того, как развивается теперь полиграфический бизнес. Именно для печати таких изделий приобретаются, в частности, широкоформатные принтеры с экосольвентными чернилами.

Обилие стендов на выставке имеет и оборотную сторону: мы не смогли подробно рассказать вам о всех поставщиках и интересных моделях. Но постараемся сделать это в дальнейшем. ▣



ПЛАНШЕТНЫЕ ПРИНТЕРЫ PLATINUM

НАДЕЖНЫЙ ПРИНТЕР ДЛЯ БЕЗУПРЕЧНОЙ ПЕЧАТИ
С КОНСТРУКЦИЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАССА
LIYU PLATINUM KC



Продуманная промышленная конструкция для работы 24/7
Два типоразмера на выбор: 2500 x 1250 мм или 3050 x 2050 мм
Толщина запечатываемого материала до 10см
До 8 цветов (СМΥК + LC + LM + Белый и Бесцветный)
Белый цвет с возможностью печати подложкой или кроющей

Бесцветные чернила с возможностью печати линз и эффектов 3D
Защита каретки от касания материала
Печать в любую сторону для уменьшения времени простоя
Многорядное расположение печатных головок
От 4 до 32 печатных головок для рекордного ускорения производства

РЕКЛАМА

40 лет тому назад

О выставке «Инполиграфмаш-83» и не только

Прочитав эту статью, вы поймёте, что она посвящена не выставке, прошедшей много лет тому назад, а состоянию отечественного полиграфического машиностроения на сегодняшний день. Для того чтобы понятнее был сегодняшний день, и приводится его сравнение с днём вчерашним.

Вячеслав Румянцев, Сурен Вартанян



Полиграфическая техника итальянских фирм «Черутти» и «Дерёт». Международная выставка «Инполиграфмаш-83». Автор фото Владимир Родионов



Чехословацкие полиграфические машины «Адаст». Международная выставка «Инполиграфмаш-83». Автор фото Владимир Родионов

Часть 1. Выставка 1983 года

В 2023 году исполняется 40 лет со времени проведения международной выставки полиграфического оборудования «Инполиграфмаш-83».

И была она второй по счёту выставкой с подобным названием. Первая проходила в 1969 году — на 14 лет раньше — в парке культуры и отдыха Сокольники. В работе выставки 1969 года приняли участие фирмы из двадцати стран, её посетило 400 тыс. человек. В промежутке с 1969 по 1983 годы в Москве проходила ещё одна выставка — «Электронполиграфмаш-73».

Выставка 1983 года проходила в павильонах выставочного комплекса на Красной Пресне. Площадь экспозиции советского раздела выставки, занимавшей павильон №3 (рис. 1), составляла 6 тыс. м². В формировании экспозиции принимали участие 60 предприятий и организаций страны. Экспозиции компаний из других стран, включая Австрию, Великобританию, ГДР, Индию, Италию, Польшу, ФРГ, США, Чехословакию, Японию и т. д., располагались в залах соседних павильонов.

Большое участие в подготовке выставки 1983 года принимал Лев Иванович Боглаев — тогда начальник Всесоюзного промышленного объединения (ВПО) «Союзполиграфмаш». Но незадолго до выставки на этом посту его сменил Вячеслав Степанович Присяжный. Торжественное открытие выставки состоялось в Колонном зале Дома Союзов.

По оборудованию советского раздела выставки был выпущен каталог [1], внешний вид которого представлен на рис. 2. Также была выпущена газета формата А3, отпечатанная в типографии «Московская правда». Одному из авторов настоящей статьи тогда пришлось выступить в роли редактора той газеты, поскольку всё приходилось делать «на ходу».



Рис. 1. Внешний вид павильона №3 по состоянию на 2023 год



Рис. 2. Внешний вид каталога советского раздела выставки

На выставке 1983 года было представлено порядка 1000 экспонатов в нескольких тематических разделах: «Редакционно-издательская и наборная техника. Новые наборные шрифты», «Фоторепродукционная техника и оборудование для изготовления печатных форм», «Технология и оборудование для печатных процессов», «Технология и оборудование для переплётно-брошюровочных процессов», «Средства репрографии и оперативной полиграфии», «Полиграфические материалы».

Ещё до выставки 1983 года была разработана и утверждена программа под названием «Основные направления экономического и социального развития СССР на 1981–1985 гг. и на период до 1990 г.». Этой программой было предусмотрено создание для полиграфической промышленности системы эффективных машин и оборудования по обработке текста и иллюстраций с применением средств электроники и увеличение выпуска печатных офсетных машин, автоматизированного оборудования.

В те годы значительно увеличился выпуск фотонаборного оборудования. Ленинградский завод полиграфических машин, выпускавший до того с 1932 года линотипы (машины горячего набора), освоил в серийном производстве комплекс фотонаборного оборудования «Каскад», в состав которого входило 17 наименований оборудования, что обеспечивало получение текстовых фотоформ. А устройство ФКУ, входившее

в состав комплекса, запатентованное в США и Великобритании и предназначенное для изготовления корректурных оттисков в полиграфическом исполнении, обеспечивало получение гранок текста на обычной бумаге. Широкий ассортимент шрифтоносителей фотонаборных автоматов позволял вести набор не только на языках народов Советского Союза, но и на языках многих стран мира. Тогда в относительно короткие сроки были разработаны шрифты для фотонабора. В специально выпущенном к выставке каталоге-справочнике «Фотонаборные шрифты» были показаны около тридцати гарнитур шрифтов русской и латинской графики, гарнитур шрифтов особых графических форм, знаки сложного формульного набора, шахматно-шашечные знаки, линейки и газетные украшения [2]. Многие годы в СССР единственным разработчиком шрифтов был отдел наборных шрифтов в НИИПолиграфмаше.

Одесский завод полиграфических машин освоил производство автоматизированных линий для изготовления и термообработки печатных форм плоской офсетной печати. На этом же заводе изготавливался и увеличитель-цветоделитель с системой программного управления. Об этой технике сейчас мало кто помнит.

В центре павильона № 3 располагалась экспозиция печатного оборудования, в том числе самый крупный и тяжёлый экспонат раздела – рулонная печатная ма-

шина 2ПОК-84 Рыбинского завода полиграфических машин вместе с приёмно-комплектующим устройством ПКТ-90, разработанным в НИИПолиграфмаше. Кстати, в том же году этот НИИ был награждён международной премией «Золотой Меркурий». Что касается 2ПОК-84, то под этой машиной пришлось предвзительно укреплять перекрытие в выставочном павильоне путём сооружения в подвальном помещении металлического каркаса. Рыбинский завод, являвшийся основным заводом-изготовителем печатных машин в СССР, производил, наряду с газетными агрегатами высокой печати ЗГАУ, рулонные офсетные печатные машины типа ПОК (ПОК-84, 2ПОК-84, ПОК-75) для печати книжно-журнальной продукции и ПОГ (ПОГ-90 и ПОГ-60) для печати газетной продукции. Позже завод освоил производство по лицензии газетных агрегатов плоской офсетной печати ПОГ-168. При этом он продолжал изготавливать и рулонные машины высокой печати типа ПВК.

На выставке были представлены и листовые печатные машины плоской офсетной и высокой печати различных форматов 2ПОЛ-6 Рыбинского завода, 2ПОЛ-54 и 2ПС-А3 Ейского завода, ПОЛ-35 Ленинградского завода.

В разделе переплётно-брошюровочного оборудования внимание посетителей привлекала в первую очередь линия для изготовления книг в твёрдом переплёте «Книга-270». Это был второй из самых крупных экспонатов выставки. Линия была изготовлена по кооперации несколькими заводами системы «Полиграфмаш». Входившие в состав линии блокообработывающие агрегаты БЗР-270, 2БТГ-270 и книговставочная машина БВ-270 могли работать и вне её.

На выставке были и печатно-позолотный пресс ТП-350 Шадринского завода, приклеечный автомат ТП-320 Харьковского завода, одноножевые резальные машины с различной длиной реза Роменского завода, ниткошвейные машины Киевского завода. На выставке был представлен макет линии «Темп-1» для изготовления книг в мягкой обложке способом клеевого бесшвейного скрепления. Большой интерес вызывал уникальный (и на сегодняшний день) ротационный печатно-позолотный пресс БЗТ-1 для переплётных крышек.

На выставке также были представлены предприятия министерств и ведомств, работавших в тесном контакте с предприятиями полиграфического машиностроения. Наиболее крупными экспонентами из них являлись Госкомиздат СССР и Минприбор СССР. В экспозиции Госкомиздата были представлены ВНИИ комплексных проблем полиграфии, его Киевский филиал и Старорусский отдел, Украинский НИИ полиграфической промышленности (УНИИПП).

Представленные на выставке организации этих ведомств показали средства автоматизации полиграфических машин, средства контроля полиграфических процессов, новые полиграфические материалы и технологические процессы, а также со-

временные для того времени средства копировально-множительной техники.

Выставка пользовалась большим вниманием, её посетило большое количество людей, как специалистов, так и тех, кто полиграфией просто интересовался.

Часть 2. Спустя 40 лет

Что на сегодняшний день с полиграфическим оборудованием по сравнению с 1983 годом?

Это оборудование в СССР выпускалось на специализированных заводах объединения «Союзполиграфмаш», входившего в состав Министерства машиностроения для лёгкой и пищевой промышленности и бытовых приборов — сокращённо Минлегпищемаш СССР (1965–1988).

Полиграфическое оборудование тогда экспортировалось более чем в 50 стран мира. Сегодня мало кто помнит о существовании как самого объединения, так и такого министерства. В состав «Союзполиграфмаша» входили заводы России и Украины. Напомним, что в начале 80-х годов прошлого века все заводы системы имели свою специализацию, т. е. изготавливали технику определённого назначения. Вся деятельность заводов была скоординирована между собой вышестоящими объединением и министерством. Эти заводы изготавливали свыше 200 наименований различного полиграфического оборудования — от допечатного до послепечатного. В силу ограниченных производственных возможностей и количества заводов вся номенклатура изготавливалась не в течение одного года, а в течение 2–3 лет. Каждый год с ведомствами — заказчиками оборудования проводилось согласование номенклатуры техники, которая должна была выпускаться в следующем году. Потом эту технику ведомства-заказчики распределяли по типографиям, которые предварительно подавали на неё заявки. Кстати, в те годы началось строительство двух новых заводов полиграфического оборудования в городах Гремячинск и Кизилюрт. Рассматривался вопрос и о передаче в систему «Союзполиграфмаша» ещё одного-двух заводов из других отраслей.

После 1985 года многое изменилось.

Свои заводы не в состоянии были своевременно удовлетворять потребности типографий в оборудовании, его не хватало. Несмотря на определённые усилия, в том числе связанные, например, с передачей заводов в систему Минтяжмаша СССР, в 90-х годах отечественное полиграфическое машиностроение как отрасль перестало существовать.

Красочная гамма полиграфии

Печатное слово, наглядная яркая иллюстрация в книге или альбоме, на плакате. И в век космического полета, всеобщей радиофикации они не знают конкурентов. Всю нашу планету можно уподобить гигантской типографии. Ведь издательская деятельность ведётся не только в крупных центрах, но и на полярных станциях Антарктиды, на плавающих в океане больших пассажирских лайнерах...

Многих известных представителей этого всемирного цеха собрала 2-я международная выставка полиграфической техники — «Инполиграфмаш-83», открывшаяся 13 июля в выставочных комплексах «Красная Пресня» и «Сокольники».

— В смотре участвуют около 200 фирм из 20 государств и Западного Берлина, — сказал в беседе с корреспондентом «Известий» министр машиностроения для лёгкой и пищевой промышленности и бытовых приборов И. И. Пудков. — Советский раздел (он занял павильон № 3 на Красной Пресне) готовили более 60 предприятий, научно-исследовательских институтов и конструкторских бюро десяти министерств и ведомств.

— Какие цифры характеризуют издательскую деятельность в нашей стране?

— Отвечу так: сегодня каждая четвёртая книга, пополняющая «всемирную библиотеку», выпускается у нас. Каждый год подписчикам и в розницу поступают 44 миллиарда экземпляров газет и журналов. Книги и брошюры выпускаются на 123 языках.

— Справиться с такой лавиной печатных изданий может, видимо, только передовая полиграфическая техника. Как она развивается?

— Два года назад, когда отмечалось 50-летие первой советской печатной машины «Пионер», выпущенной Рыбинским заводом. Государственной премии СССР был удостоен комплекс фотонаборного оборудования «Каскад». 25 технических решений, исполь-

зованных при его создании, признаны изобретениями. Некоторые из них запатентованы в ведущих капиталистических странах — США, Великобритании, ФРГ. Систему выпускает Ленинградский завод полиграфических машин.

«Каскад» определил курс на широкое внедрение фотонабора вместо трудоёмкой «горячей» отливки — строк. Всемирное развитие получают офсетный способ печати, комплексная автоматизация многих процессов.

Замечу, что фотонабор позволяет экономить десятки тысяч тонн свинцово-оловянных сплавов, в десять раз сократить расход электроэнергии, вдвое — площади наборных цехов. Я не говорю уже о резком улучшении условий труда.

В своё время наши полиграфисты впервые в мире применили ниткошвейные автоматы на операциях по сшиванию книг. Линия «Книга» позволила ускорить, например, выпуск миллионов школьных учебников в твёрдом переплёте, которые, как известно, выдаются учащимся в нашей стране бесплатно.

Демонстрируется на выставке и система централизованного контроля печатного процесса. Благодаря мини-ЭВМ и цифровому тابلету всегда можно получить необходимую информацию — в том числе о качестве оттисков. Многие машины созданы в содружестве со странами-членами СЭВ.

Выставка несомненно поможет специалистам разных стран обсудить и назревшие проблемы полиграфической техники. Здесь будут прочитаны десятки докладов. Присутствие таких ведущих фирм, как «Полиграф» (ГДР), «Адаст» (Чехословакия), а также «Хелл», «Коениг-Бауэр» (ФРГ), «Ксерокс» и «Монотайп» (Великобритания), «Черутти» и «Дерёт» (Италия), компаний Финляндии, Японии, Швейцарии и других ведущих в своей отрасли мастеров печатного дела подчёркивает представительный характер этого смотра, который продлится до 27 июля.

Предстоящему открытию смотра было посвящено торжественное собрание. Оно состоялось 12 июля в Колонном зале Дома Союзов. В нём принял участие заместитель Председателя Совета Министров СССР Г. И. Марчук.

«Известия» № 194 от 13 июля 1983 года



Через несколько лет после выставки 1983 года произошло разделение России и Украины, повлекшее и распад объединения. На Украине остались заводы, выпускавшие послепечатное оборудование. Постепенно заводы в Харькове, Одессе, Ромнах, Ходорове, Александрии (город, в котором завод находился в ведении Госкомиздата СССР) прекратили выпуск полиграфического оборудования. В живых остался только Киевский завод, основной продукцией которого в те годы были ниткошвейные машины. Уже потом он освоил производство ещё и рулонных машин флексографской печати.

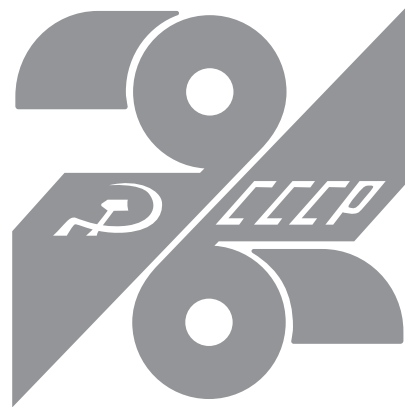
В РФ заводы в Рыбинске, Шадринске, Ейске ничего полиграфического не изготавливают [3, 4]. Завод в Зарайске, который был в ведении Управления делами ЦК КПСС, также прекратил производство всего полиграфического. Заводы в Гремячинске и Кизилюрте, не встав полностью на ноги, изменили свой профиль деятельности. Завод в Санкт-Петербурге (Ленполиграфмаш) занят в основном выпуском продукции другого, не полиграфического, профиля. Его филиал в Ивангороде потерян.

Единственный завод, да и то не полиграфического профиля, который может изготавливать рулонные офсетные машины марки «Фактор-90», — это завод в Арсеньеве на Дальнем Востоке. Есть ещё небольшие фирмы, выпускающие полиграфическое оборудование для небольших производств. Специальные конструкторские бюро прекратили своё существование. Ещё что-то осталось от институтов НИИполиграфмаша и ВНИИ полиграфии, но НИЦ «Экономики» в полиграфии уже нет.

Можно ли что-то восстановить, чтобы не быть в такой зависимости от зарубежной техники? В принципе, можно. Ведь организовали же в России производство техники после 1928 года. Но, как представляется, целесообразно было бы перейти на другую основу производственной базы. Если кратко, то десятилетиями складывалась структура производства, при которой заводы были полностью автономными. На них отливались детали, которые потом проходили разнообразную механическую обработку. Изготавливались даже болты и гайки. Электрооборудование для изготавлива-

емой техники разрабатывалось и собиралось на этом же заводе. В своё время такой подход был оправдан, но на сегодня безнадежно устарел.

При той организации производства, которая была, многое дорогостоящее оборудование простаивало месяцами без загрузки, а за него приходилось платить. Приём заказов по кооперации для загрузки этого оборудования не очень приветствовался, поскольку дело это было хлопотным. Можно привести такой пример. Для самонакладов типа С4, изготавливавшихся в Рыбинске, требовались высокопрочные болты, которые выпускались в авиационной промышленности. Но приобрести эти болты по кооперации не получилось, поскольку Минавиапром отказал. Пришлось заводу покупать специальные станки и точить болты самим. И такие примеры не единичны. К этому следует добавить большую номенклатуру разнообразных деталей, которые в течение года приходилось изготавливать заводам. Технологи не всегда за этим успевали. Как результат — длительные сроки изготовления техники и нарекания по качеству техники для внутреннего потребления. Для техники, поставляемой на экспорт, нормативы и расценки были иными, лучшими. Хотелось бы надеяться на восстановление отечественного полиграфического машиностроения.



Использованная литература:

1. Каталог. Международная выставка ИНПОЛИГРАФМАШ-83. Экспонаты СССР. Внешторгиздат. М.: 1983.
2. Ровенских М. Воспоминания об отделе наборных шрифтов НИИполиграфмаша. <https://rus.paratype.ru/poligraphmash-research-institute>
3. Румянцев В. Н. О российском полиграфическом машиностроении // КомпьюАрт. 2010, № 5.
4. Чистозвонов С. С. Истоки, состояние и перспективы полиграфического машиностроения в России. 2006.
5. Боглаев Л. И. Второй московский смотр полиграфического оборудования // Полиграфия. 1983, № 6.

Об авторах: Вячеслав Николаевич Румянцев, к.т.н, заместитель генерального директора НИИполиграфмаш по научной работе; Сурен Паруйрович Вартамян, к.т.н, доцент, преподаватель МПИ «Мосполитеха».

publish.ru

МЕНЯЕТСЯ МИР — МЕНЯЕТСЯ И PUBLISH

Publish — журнал и портал про бизнес в полиграфии: традиционную, цифровую и промышленную печать, дизайн и допечатную подготовку, бумагу и расходные материалы. В журнале регулярно публикуются обзорные материалы про оборудование и технологии для печати и допечатной подготовки.



ПОДПИСКА

В ПОДАРОК! *

РЕКЛАМА 16+

*Полугодовая подписка на PDF-версию журнала Publish оформляется без ограничений по ссылке: <https://www.publish.ru/lp/welcome>

Центр притяжения полиграфистов

20 сентября 2023 г. в Алматы в присутствии более 100 гостей был открыт Центр индустриальной печати Konica Minolta.

Дмитрий Старцев

В центре установлены передовые решения компании для выпуска этикетки, упаковки и коммерческой печатной продукции. Это место призвано стать настоящим центром притяжения полиграфистов Центральной Азии. Ведь здесь демонстрируются передовые решения Konica Minolta, которые не будут музейными экспонатами, — их можно протестировать, отладить на них сложные технологии, проверить идеи и даже организовать обучение операторов. А опытные сотрудники Konica Minolta Kazakhstan настроят оборудование под конкретную задачу, подскажут оптимальные способы реализации технологических цепочек и помогут детально оценить бизнес-планы.



Для демонстрации в Центре были выбраны наиболее перспективные для рынков Центральной Азии решения Konica Minolta: цветная промышленная листовая ЦПМ **AccurioPress C12000**, цветная рулонная этикеточная ЦПМ **AccurioLabel 230** и листовая система цифрового облагораживания **AccurioShine 3600 с модулем iFoilOne**. Все решения интегрированы

в локальную сеть и могут работать под управлением системы **AccurioFlux**, обеспечивающей автоматизацию отправки заданий на печать, управление очередями, спуск полос и т. п. А теперь давайте осмотримся в Центре индустриальной печати...



150 лет — это только начало!

150-летняя история Konica Minolta — одна из самых долгих среди компаний, действующих в секторах высоких технологий. Компании, ключевым направлением деятельности которой остаётся обработка и воспроизведение изображений, удавалось успешно развиваться и расти благодаря тому, что она постоянно опиралась на инновации, не боялась пробовать что-то новое и стремилась создавать продукты, улучшающие жизнь людей. На входе в Центр индустриальной печати можно увидеть специальный стенд, отражающий наиболее важные вехи развития компании. Среди них — открытие в 2016 г. направления индустриальных решений, к которым в компании относят оборудование для выпуска этикетки и упаковки, а также текстильное.

AccurioPress C12000

Эта модель выпущена в конце 2019 г. и ознаменовала выход Konica Minolta в сектор тяжёлых промышленных ЦПМ. На базе общего механизма печати выпускается две модели — AccurioPress C14000 и C12000 — отличающихся только максимальной скоростью цветной печати: 140 и 120 стр./мин соответственно. При создании машины разработано и внедрено более 25 конструктивных и технологических решений. На базе этого механизма печати в 2022 г. выпущена рулонная ЦПМ AccurioLabel 400, для которой предлагается дополнительный белый тонер. В 2023 г. выпущена улучшенная версия AccurioPress C14000e/C12000e, в которой реализован ряд новых функций, повышающих общую производительность и эффективность использования.

Цифры и возможности

Технология печати — **электрофотография с сухим тонером**

Цветовая конфигурация — **СМУК**

Скорость печати — **120 стр./мин**

A4 (69 стр./мин A3)

Разрешение печати — **3600×2400 dpi × 8 бит**

Максимальная месячная нагрузка — **2,2 млн отп.**

Диапазон плотностей бумаги — **52–450 г/м²**

Печать на баннерах длиной **до 1300 мм (до 900 мм — в автоматическом двустороннем режиме)**

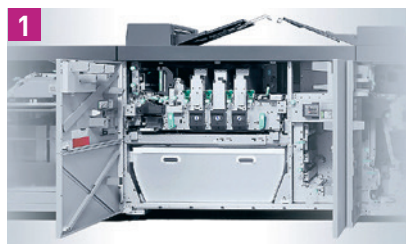
Накопительный выходной лоток с возможностью приёмки баннеров

Дополнительный модуль восстановления листа после печати (распрявление, охлаждение, увлажнение, снятие статики)

Лоток подачи баннеров



Модуль продольно-поперечной резки, биговки и перфорации листов TU-510 (см. обзор в Publish № 2, 2022)

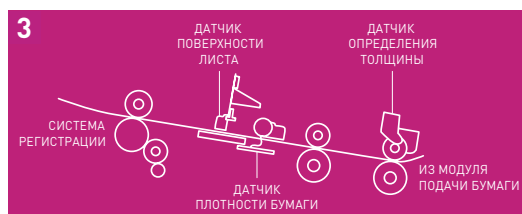


Интеллектуальный модуль контроля качества (IQ-501) автоматически настраивает приводку изображений относительно краёв листа и лица к обороту, градаций цветов в тираже, а перед печатью может проводить линеаризацию печатного модуля, калибровку контроллера и такие технические настройки, как равномерность печати по листу, настройки максимальных плотностей и т. д.



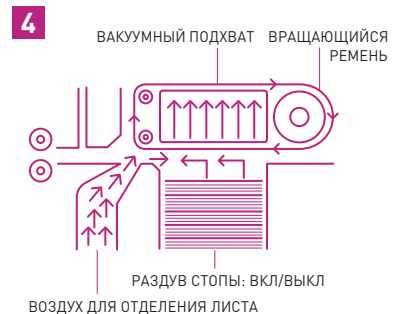
Механизм печати тяжёлого класса

- Механизм печати с 16-лучевым лазером и тонером Simitri V, имеющим пониженную температуру закрепления.
- S.E.A.D.X — передовая технология обработки изображения 5-го поколения с активной адаптацией раstra.
- Механизм смещения ремня модуля термозакрепления (для предотвращения эффекта «накатки»).
- Увеличенная вдвое по сравнению с моделью C7100 ёмкость туб тонера.
- Улучшенное качество печати на фактурных сортах бумаги



Система датчиков определения типа носителей распознаёт подаваемый материал, измеряя пухлость, плотность, тип поверхности, и на основании этой информации предлагает наиболее подходящий профиль бумаги из списка доступных в каталоге носителей

Печать даже самых сложных заданий без задержек, точная настройка цветопередачи, интеграция с системами автоматизации техпроцессов — выбор из четырёх моделей внешних контроллеров печати: Konica Minolta IC-610, Fiery IC-318, Fiery IC-319 и Creo IC-316



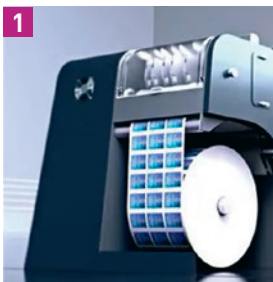
Максимальная ёмкость лотков подачи бумаги — 14 140 листов (до 10 лотков). Надёжная вакуумная подача бумаги, основанная на технологиях раздува стопы и вакуумного подхвата листа. Конструкция с отделением листа и регулировкой положения стопы позволяет тонко подстроиться под любой запечатываемый материал

AccurioLabel 230

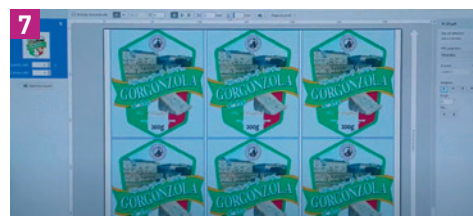
Konica Minolta вышла на рынок цифровой печати этикетки в 2016 г. Новые электрографические рулонные ЦПМ с сухим тонером для печати этикетки быстро завоевали популярность на рынке. Для линейки была создана новая торговая марка — AccurioLabel. Сначала в ней была одна модель — AccurioLabel 190, которую в 2019 г. сменила AccurioLabel 230 на основе более производительного механизма печати с макс. скоростью печати 23,4 м/мин. А летом 2023 г. было объявлено, что в мире установлено уже более 1200 ЦПМ под маркой AccurioLabel. Это стало возможным благодаря тому, что на рынке этикетки наблюдается устойчивый рост в секторе цифровой печати, а ЦПМ AccurioLabel 230 — отличный инструмент для выхода в этот сектор для небольших и средних типографий. Эти ЦПМ доступны по цене, компактны, обеспечивают высокое качество печати на широком ассортименте материалов (самоклеящейся бумаге, полиэтилене, полипропилене, Yupo) без праймера, имеют надёжную систему проводки полотна.

Числа и возможности

Технология печати —
электрофотография с сухим тонером
Цветовая конфигурация — **СМУК**
Скорость печати — **23,4, 18,9, 13,5**
и **9,45 м в минуту** (в зависимости от носителя)
Разрешение печати — **1200 dpi × 8 bit**
Ширина рулона — **от 250 до 330 мм**
Макс. размер раппорта — **320×1195 мм**
Диапазон плотностей запечатываемых материалов — **81–256 г/м²**
Рекомендуемый объём печати — **12000 м в месяц**
Макс. объём печати — **180000 м в месяц**



- 1 Продольная резка полотна перед намоткой
- 2 Модуль намотки с пневмошпинделем
- 3 Стол для контроля качества печати
- 4 Пульт управления намоткой полотна
- 5 Система выравнивания и натяжения полотна
- 6 Модуль печати с тонером Simitri HD E. Замена тонера возможна без остановки печати. В случае установки опции Overprint датчик чтения фотометки (на фото) используется для совмещения полноцветного изображения с предварительно запечатанными материалами. Дополняет эту функцию энкодер, который позволяет более точно определять скорость движения полотна — это нужно для лучшего позиционирования при печати вторым прогоном по предварительно запечатанным материалам (включая белила) под нужный раппорт
- 7 Пульт управления модулем печати. Встроенный контроллер печати — IC-605B Hikari. Возможна корректировка цветопередачи и воспроизведения контуров без редактирования задания на печать. Опция — ПО AccurioPro Label Impose для подготовки заданий на печать: импорт из PDF, размножение и раскладка на полотне, добавление меток и т. д. Ещё одна оп-

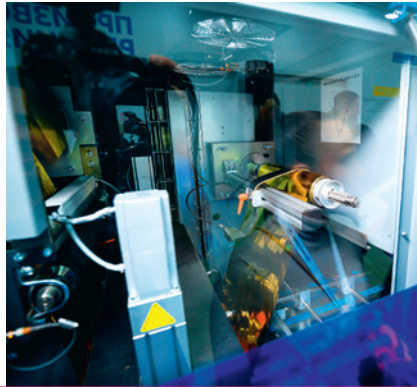


- 8 Система выравнивания и натяжения полотна. Функция Easy Thread служит для ускорения проводки материала — при заправке его не нужно постоянно подтягивать, чтобы сделать проводку по всем роликam машины
- 9 Стыковочный стол с пневмозажимами для склейки полотна
- 10 Модуль размотки с пневмошпинделем. Датчик контроля наличия материала считает оставшийся на шпинделе объём и может проинформировать оператора, хватает ли остатка на запущенный на машине заказ

AccurioShine 3600 с модулем iFoilOne

Сотрудничество между Konica Minolta и французской MGI Digital Technologies имеет давнюю историю. Начиналось оно как технологическое — MGI использовала электрографические механизмы печати и струйные печатающие головки Konica Minolta в своих решениях — а со временем японская компания стала крупнейшим акционером MGI, а также дистрибьютором её решений для цифрового облагораживания линейки JETvarnish. Следующим этапом стал выпуск в 2022 г. системы цифрового облагораживания под собственной маркой — AccurioShine 3600, предназначенной в первую очередь для цифровых типографий и способной выполнять цифровое облагораживание путем лакирования и горячего тиснения без форм и клише.

Модуль горячего тиснения фольгой iFoilOne. Нанесение фольги выполняется с использованием лака в качестве «клея» — фольга припрессовывается к лакированным областям за счёт давления и нагрева. При необходимости на отпечаток с фольгой вторым проходом можно нанести другую фольгу или выборочное лакирование. Таких проходов может быть несколько



Панель управления оператора позволяет управлять заданиями на печать, выполнять разнообразные настройки без корректировки макетов с помощью встроенного редактора, рассчитывать себестоимость облагораживания с учётом расхода лака для конкретного макета и т. п. Опция Automatic PDF File Converter расширяет возможности по автоматизации техпроцессов, автоматически преобразуя файлы PDF в TIFF, требуемые для AccurioShine 3600

Вакуумный самонаклад с раздувом стопы высотой до 15 см

Числа и возможности

Технология нанесения лака — **цифровая струйная с полимерными чернилами светодиодного УФ-отверждения**
 Скорость лакирования — **2077 листов А3 в час** (при 2D-выборочном лакировании слоем толщиной 21 мкм); **1250 листов А3 в час** (3D-лакирование; 51 мкм); **547 листов А3 в час** (3D-лакирование; 116 мкм)
 Формат материала — **364×750 мм**
 Диапазон плотностей материала — **от 135 г/м² (150 мкм) до 450 г/м² (450 мкм)**



Отверждение лака выполняется с помощью экономичных светодиодных источников УФ-отверждения, не требующих времени на разогрев

Модуль нанесения лака с помощью струйных печатающих головок Konica Minolta. Макс. ширина нанесения — 353 мм. Ёмкость для лака имеет объём 10 л

Модуль сканирования с ИИ SmartSacner (AIS). За счёт использования технологии ИИ определяется положение отпечатка на листе и выполняется точная приводка лака к изображению. Возможные геометрические искажения отпечатанных изображений компенсируются автоматически. Здесь также могут устанавливаться опции коронирования отпечатков (Corona One for AccurioShine 3600) и фильтрации озона (Ozone Filter Cabinet for AccurioShine 3600) для улучшения качества облагораживания отпечатков на синтетических материалах и ламинированных. Ещё одна опция — сканер штрихкодов Variable Data Printing (VDP) для реализации автоматизированных техпроцессов с печатью переменных данных. Сканер считывает штрихкоды и автоматически выбирает нужный макет для облагораживания



[к содержанию](#)



White Media: типография с вариантами

Диану Терентьеву, директора казахстанской типографии White Media, мы застали буквально на стройке. Компания расширяется и переезжает в новое просторное здание, параллельно заканчивая там ремонт. Уже через несколько дней состоится новоселье, но это не единственное, с чем можно поздравить White Media. Типография обновляет и расширяет парк оборудования: сейчас проходит монтаж ЦПМ Konica Minolta C12000 и системы финишной отделки AccurioShine 3600.

Беседовала Елена Никонова

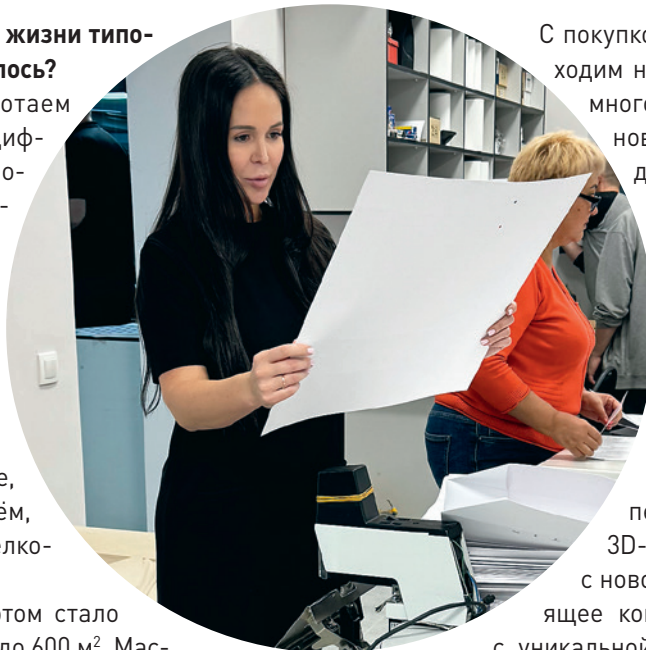
У вас сейчас важный этап в жизни типографии. А с чего всё началось?

Нам восемь лет, работаем с 2015 года. Начинали как цифровая типография, сразу поставили своё оборудование. Потом открыли для себя направление широкоформатной печати, купили дополнительные станки, высечку, тиснение. Позже поставили УФ-принтер Mimaki, который печатает на любых поверхностях: плитке, ручках, флешках — на всём, что раньше отдавали на шелкографию.

Мы начинали с 60 м², потом стало 200 м², сейчас расширились до 600 м². Масштабировались в 10 раз. Площадь пришлось увеличивать под новое оборудование, иначе было уже слишком тесно.

Мы всегда работали на оборудовании Konica Minolta, постепенно продвигаясь в сторону всё более мощных промышленных машин. И вот наконец приобрели **Konica Minolta C12000** и **AccurioShine 3600**, которая делает 3D-фольгирование. Это новая машина в отрасли, в Казахстане их пока не так много, может быть, пять штук. Мы собираемся внедрять эту технологию, приучать своих клиентов к новым возможностям нашего производства, постепенно трансформировать рынок под себя. У нас много клиентов, которые приходят с вопросом «А что вы можете предложить? Какие есть варианты?», и, конечно, мы будем всё это продвигать.

В принципе, то, что умеет наша новая машина, мы делали и раньше, но более кустарными, трудоёмкими способами. Сейчас всё будет на другом уровне: и качество выше, и сроки быстрее, и цена ниже.



С покупкой нового оборудования мы выходим на новый уровень. В Казахстане много типографий, почти как салонов красоты, и конкуренция между ними очень высокая. Теперь у нас практически не будет конкурентов, ведь мы будем выделяться на их фоне более широким спектром возможностей. У нас появилась технология, которой нет почти ни у кого. Плюс и другие типографии теперь тоже станут нашими клиентами, потому что будут перерасмещать свои заказы на 3D-печать у нас. А в совокупности с новой ЦПМ у нас получилось настоящее комбо: высокое качество печати с уникальной финишной обработкой лаком и фольгой.

Как вы собираетесь популяризировать эту новую технологию? Я знаю, что некоторые типографии в России делают специальный Look Book — коробочку с образцами различных полиграфических технологий для наглядной презентации своих возможностей. А как это будет организовано у вас?

Мы такой способ презентации не планируем. Наши клиенты обычно уже знают, что такое конгрев и тиснение, а 3D-фольгирование — это практически то же самое, но без клише. А когда ты привязан к клише, то выходит очень высокая себестоимость: само клише, приладка, куча испорченной бумаги. Цифровая технология позволяет делать такой эффект без клише, и тираж может быть хоть от одной штуки. Поэтому тем, кто знаком с конгревным тиснением, мы просто будем предлагать 3D-фольгирование в качестве аналога, а тем, кто не знаком, будем показывать готовые образцы.

Если раньше мы делали плоский УФ-лак, то теперь будем предлагать объёмный, это выведет качество полиграфических изделий на новый уровень, с помощью 3D-лака можно выделить любые элементы дизайна, отделка становится более эффектной. Первое время мы планируем 3D-лак предлагать за те же деньги, что и обычный УФ-лак. Нужно, чтобы люди привыкли и оценили новые возможности. У нас вообще довольно консервативная публика, часто в штыки воспринимает нововведения. Помню, когда появилась бумага touch cover, сначала её не оценили и не поняли. Зато теперь, когда эту бумагу сняли с производства, её уже не хватает, потому что все привыкли и оценили её свойства. Так же и с новыми технологиями облагораживания: сейчас никто не знает, что это, но потом, я уверена, когда все увидят, насколько эффектнее выглядят их изделия на фоне остальных, начнётся ажиотаж. Думаю, через 3–5 лет народ уже сам будет бегать и искать, кто сможет им сделать такую красоту.

Пока мы будем мониторить ситуацию, чтобы это не обошлось слишком дорого для клиентов, но и не было нам в убыток. В перспективе эта технология останется относительно бюджетной за счёт отсутствия дорогостоящих клише и ограниченного срока хранения расходников. Лак для 3D-печати не может долго храниться, поэтому выгоднее его пустить в дело быстро, без простоев, значит, услуга должна быть доступна.



А за эти восемь лет с какими трудностями пришлось столкнуться?

Наверное, основная трудность — это был карантин, когда не разрешали работать, да и, в принципе, работы было мало из-за нашей специфики. Мы делаем много эксклюзивных вещей, когда надо придумать что-то неординарное и при этом уложиться в сроки. Наши клиенты — это наши сроки.

Заказчики White Media из ряда крупных организаций, ресторанов часто приносят нам образцы рекламной продукции из других стран с запросом повторить, сделать такой же эффект. Это стимулирует наше развитие. Мы постоянно учимся делать что-то новое. Сейчас с новым оборудованием мы сможем воплощать идеи клиентов быстрее, технологичнее и дешевле.

Оборудование вам поставляют Konica Minolta Казахстан. А как вы с ними взаимодействуете? Почему вы выбрали именно этого поставщика?

Во-первых, мы сотрудничаем с ними давно и уже имеем положительный опыт взаимодействия. Мы росли вместе с Konica Minolta. Во-вторых, нам удобно, что они работают через trade-in: забирают старое оборудование и на его место ставят новое. Сумма выкупа, конечно, выходит небольшая, но зато у нас не болит голова, куда девать старые машины.

А они проводят какое-то обучение персонала работе на новом оборудовании?

В обучении цифровой печати мы уже не нуждаемся, т. к. накоплен большой опыт. Хотя, если надо, они и обучат, и всё объяснят. Но вот сейчас мы столкнулись с совершенно новой для себя технологией 3D-фольгирования: у нас никогда не было ни такого оборудования, ни отдельного оператора под эту операцию. Конечно, мы будем проходить



какое-то обучение. Хотя отдельного оператора всё же не планируем вводить в штат — думаем, что наши печатники освоят эту технологию. Сейчас мы не понимаем, как готовить файлы, как делать совмещение, какой объём должен получаться. Специалисты из Konica Minolta будут нам всё показывать и обучать.

То есть они не оставят вас наедине с проблемой и сами предоставят обучающее сопровождение? Это важно, потому что я знаю случаи в России, когда типографиям после приобретения аналогового оборудования пришлось самостоятельно во всём разбираться буквально методом тыка.

Да. Это было ключевым фактором. Прежде чем приобрести новое оборудование, мы спросили, предоставят ли нам обучение, помогут ли отладить все процессы, будет ли организовано технологическое сопровождение. Если бы у Konica Minolta не было сервиса, мы бы даже не задумывались над покупкой этого оборудования, потому что сервис — это самое важное.

У нас есть станок фирмы OKI, но в Казахстане закрылось их представительство и ситуация изменилась. Мало того, что не стало сервиса, так начались проблемы с поставками материалов. Теперь приходится выкручиваться самим, искать расходники в других странах. В итоге мы на нём сейчас печатаем только белым цветом, не используем весь его функционал.

А у Konica Minolta как с расходниками?

У них всегда всё есть в наличии. Если бы были такие проблемы, вряд ли бы мы с ними так долго со-



трудничали. Любые вопросы они всегда помогали нам решить. Если нет чего-то в наличии, а нужно срочно, всегда находили замену.

А какие заказы в вашей типографии вам запомнились как самые необычные?

Самая главная необычность наших заказов — это сроки. К нам часто приходят и говорят, мол, сделайте нам и конгресс, и лак, и персонализацию на какой-то эксклюзивной бумаге. И всё это завтра. С такого рода работами связана основная сложность, ведь надо отодвинуть остальные заказы и экстренно заниматься только этим.

А вообще у нас где-то 90% сложных заказов. Очень часто мы «танцуем от печки»: нам привозят образец, а мы думаем, как это реализовать. Зачастую это какие-то ручные способы, которые никто из наших конкурентов не может предложить своим клиентам. Как-то нам привезли образец с мятой фольгой, которой на рынке Казахстана не было в принципе, мы придумали, как получить этот эффект, и сделали тираж. Бывает, что мы делаем какие-то объёмные буквы, режем их лазером и кропотливо клеим, хотя, казалось бы, это не имеет отношения к полиграфии. Так что помимо горящих сроков у нас постоянно заказы с какими-то нетривиальными задачами. Так что сложно выделить какой-то самый необычный и сложный.

Получается, что у вас атмосфера прямо как в буфетном цехе театра...

Да, к нам даже приходят поставщики оборудования, видят образцы и спрашивают, а как вы это сделали? Мы постоянно ищем за рубежом какие-то нестандартные материалы для своих проектов. Зато более клиентоориентированную типографию в Казахстане найти сложно.



У нас очень креативный коллектив. Костяк штата, состоящий из дизайнеров, администрации, менеджеров и печатников, работает в White Media с самого основания. Те, кто приходит сейчас, всему учатся уже у нас. Вся команда понимает друг друга уже просто с полуслова.

А сколько у вас человек в штате?

Начинали с пяти, а сейчас — 16 сотрудников. Народу немного, зато все хорошо зарабатывают. Если сроки горят и приходится задерживаться, все переработки хорошо оплачиваются. У нас есть практика премирования сотрудников, это мотивирует делать работу качественно и быстро. Это лучше, чем раздутый штат с низкой зарплатой, где половина будет работать кое-как.

Сейчас остро стоит проблема кадрового голода, причём это касается не только поиска персонала, но и того, как удержать своих сотрудников. Как у вас с этим обстоят дела?

У нас такая же проблема. Все хотят идти работать в Яндекс-такси. Несколько наших сотрудни-

К нам приходят поставщики оборудования, видят образцы и спрашивают, а как вы это сделали? Мы постоянно ищем за рубежом какие-то нестандартные материалы для своих проектов.

ков даже предприняли такую попытку, но все вернулись обратно через 3–6 месяцев. Они не ожидали, что там есть система штрафов, нет стабильной загрузки, нужно учитывать расходы на амортизацию автомобиля. У нас стабильная и интересная работа, высокая зарплата, хороший коллектив.

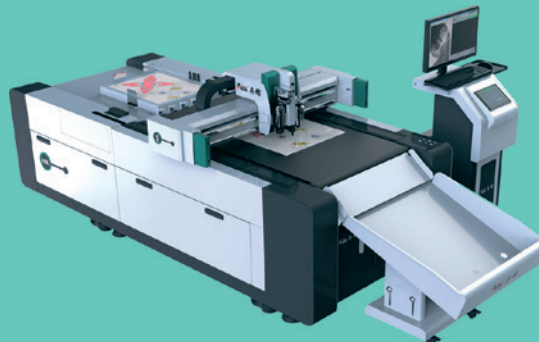
Мы столкнулись с проблемой поиска новых кадров, когда хотели расширить штат. Все квалифицированные, хорошие полиграфисты сидят на своих местах и никуда не собираются двигаться, либо кардинально меняют сферу деятельности и вообще уходят из полиграфии.

Как удерживать людей? Я считаю, что деньгами, удобным графиком работы, большими отпусками. Ну и создавать в коллективе благоприятный психологический климат, не допускать токсичных сотрудников, которые способны развалить любую дружную команду. У нас небольшой штат, поэтому всеми вопросами, связанными с коллективом, занимаюсь я сама и мои помощники. Стараемся поддерживать здоровую атмосферу. ▣

PRINTCONSULTING.KZ — всё для послепечатной обработки и финишной отделки полиграфической продукции



Этикеточные принтеры и расходные материалы к ним



Плоттерная резка



Запечатка фольгой и тиснение



Изготовление буклетов и брошюр



Профессиональные резаки для бумаги



Изготовление твёрдого переплёта

...и многое другое

printconsulting.kz

www.printconsulting.kz | salez@printconsulting.kz | +7 701 428 6929

Довольно интересный QazPack

«НИССА Дистрибуция» занимается поставками печатного и послепечатного полиграфического оборудования уже более 30 лет. Она представляет широкий ассортимент оборудования, предназначенного в первую очередь для малого и среднего бизнеса. С этого года «НИССА Дистрибуция» работает также в Казахстане в лице компании PrintConsulting.kz. О том, как продвигается это направление, рассказывает руководитель проектов Олег Полькин.

Расспрашивала Елизавета Мишанова



В начале ноября в Алматы проходила выставка QazPack, где ваша компания приняла участие. Какое оборудование было представлено?

У нас на стенде были представлены принтер для печати рулонных этикеток VIPColor 660 (Сингапур), принтер для печати для нанесения фольги на разные материалы AMD360D (Китай), разнообразное оборудование для изготовления твёрдого переплёта от компании HATECO (Россия), а также оборудование для фигурной вырубки.

Каковы были впечатления и степень заинтересованности производственным оборудованием вашей компании?

Так как на выставке, несмотря на название, были в основном изготовители продуктов питания, ажиотажа у большинства посетителей представленное оборудование не вызвало. Однако подходили люди с профессиональным интересом к нему и предлагаемыми нами решениям по изготовлению малотиражной упаковки и этикетки. Конечно, их было немного меньше, чем на более профильных выставках, но поло-



жительные результаты есть и наши партнёры в Казахстане ведут переговоры с клиентами, проявившими интерес к нашему оборудованию.

По сравнению с выставкой прошлых лет, есть ли какая-то динамика изменений? Каковы результаты в этом году?

Мы не так давно начали участвовать в казахстанских выставках в формате собственной компании. В Казахстане у нас много деловых партнёров, которые сами представляли наше оборудование. Результаты выставок, в которых мы участвуем сами, радуют и вселяют уверенность в то, что ассортимент предлагаемого нами оборудования, а также знания и опыт наших сотрудников востребованы на полиграфическом рынке Казахстана.

Какие планы на дальнейшее развитие компании?

Мы продолжаем тесное сотрудничество со всеми нашими поставщиками со всего мира, а также проводим переговоры и начинаем работу с новыми партнёрами. В России у нас создана обширная дистрибьюторская сеть, теперь мы активно расширяем её на страны ЕАЭС. ▣



Караван — снова в ходу

Представительство Xerox в Казахстане существует с 1992 года. За более чем 30 лет своего существования была проведена огромная работа по созданию рынка и его расширению, организовано большое количество мероприятий и встреч. Казалось бы, что ещё нового можно предложить при такой активной работе? «Автокараван»! Об итогах года и о новом формате работы рассказал руководитель направления по работе с партнёрами представительства компании «Ксерокс Лимитед» Владислав Молчанов.

Беседовала Ирина Паялина

Год для представительства Xerox в Казахстане был сложный, активный и, что очень важно, эффективный. В штаб-квартире Xerox было принято решение отказаться от участия в выставке drupa 2024, которая планируется в 2024 году с 28 мая по 7 июня. Клиенты из Казахстана крайне редко добирались до Дюссельдорфа. Взамен было принято решение — более активно участвовать в местных мероприятиях. «Ксерокс Лимитед» участвовали в Международной выставке QazPак «Упаковка, тара, этикетка и полиграфия», в VI Евразийской книжной выставке-ярмарке Eurasian Book Fair, в Международной выставке современных офисов Modern Office Expo, в выставке рекламы, полиграфии, технологий и материалов Central Asia Reklam 2023, а также в ряде партнёрских мероприятий. Что интересно, своих конкурентов Xerox на этих выставках не встречал.

Помимо выставочной активности представительство Xerox в Казахстане организовали и провели новый маркетинговый формат — «Автокараван». Это серия мероприятий в разных городах, куда приезжали представители компании «Ксерокс Лимитед», привозили оборудование и организовывали встречи с потенциальными заказчиками. В 2023 году прошли два таких мероприятия.

«Автокараван-Север» стартовал с мероприятия в Астане. Компания собрала потенциальных конечных заказчиков и провела для них презентацию своих решений для бизнеса. Уже на мероприятии было продано 3 печатные машины. Следующим городом был Костанай, расположенный в 700 км от Астаны. Технически «Автокараван» выглядит так: в большую машину было загружено оборудование — цифровая печатная машина Xerox PrimeLink C9065 и постпечатное оборудование от партнёров. По приезду всё обо-



рудование устанавливается в конференц-зале лучшей гостиницы, куда приглашаются возможные заказчики.

В Костанае был уже немного другой формат работы с потенциальными клиентами — индивидуальный. Каждая встреча длилась 40–60 минут, работа шла с раннего утра и до вечера. Это давало возможность узнать каждого заказчика, понять их потребности и подобрать индивидуальное предложение. В Костанае было две продажи. Запомнился заказчик из маленькой типографии, который всё послушал и ушёл с фразой, что отправляется за госзаёмом. Заём он получил в кратчайшие сроки и купил три позиции: печатную машину, биговальный станок и резку.

Следующий город по маршруту «Автокараван-Север» был Петропавловск — самый северный областной центр Казахстана. Формат работы аналогичный Костанаю: установка оборудования для демонстрации, индивидуальные встречи. Среди потенциальных клиентов пришла женщина, у которой была задача узнать про оборудование, поскольку она уже купила Xerox, но офисного класса. Ей предложили покупку по программе трейд-ин: поставили Xerox PrimeLink C9065, сократив стоимость на цену её оборудования, которое она сдала по программе. Заключительным пунктом по маршруту каравана был город с богатым историческим наследием и традициями, культурный центр Акмолинской области — Кокшетау, ранее известный как Кокчетав. На индивидуальные встречи и демонстрацию оборудования были приглашены представители высших учебных заведений и типографий.

Владислав Молчанов отмечает, что в столицах заказчики ведут себя иначе, они уже «устали» от всевозможных предложений поставщиков. Регионы же не избалованы вниманием, поэтому



к демонстрациям и презентациям относятся внимательнее. Кроме этого, раньше северные регионы покупали оборудование в России, а благодаря «Автокаравану» многие узнали, что всё можно купить в Казахстане.

В сентябре был организован второй тур — «Автокараван-Юг». Старт из Алматы с мероприятия «Чему учат в школе, или Уравнение успеха с Хегох». Это был бизнес-вечер в формате общей презентации и последующего общения, начавшийся в восемь вечер и длившийся до полуночи. Обсуждали наболевшие проблемы и задачи. Очень часто заказчик стоит на распутье: самостоятельный путь развития бизнеса или «клик-контракт», который предлагает Хегох. Второй вариант в представительстве называют «оплата за результат», в отличие от первого, где «оплата за ожидание». «Клик-контракт» предлагает платить в конце месяца за количество отпечатанных листов-оттисков. Не печатаете — не платите.

Кроме этого, многие участники не знали про новинки: струйную ЦПМ **Xerox Baltoro HF Inkjet Press**, печатающую со скоростью до 302 цветных страниц А4-формата в минуту и флагман **Xerox Iridess**. Ещё одной темой для обсуждения была стоимость отпечатка. Когда многие компании идут по пути уменьшения стоимости, Хегох предлагает увеличивать через облагораживание и предоставление рынку новых возможностей, а именно, печать серебром, золотом, белилами и лаком.

Вторым городом «Автокаравана-Юг» был Тараз. В нём проводили индивидуальный формат общения и демонстрации. С собой в этот раз

возили четыре машины Xerox PrimeLink C9065, так как в первой поездке были желающие приобрести оборудование «с колёс» в прямом смысле слова. Следующая остановка — в Шымкенте. Википедия пишет, что это «третий по численности населения и первый по занимаемой площади город в Казахстане, один из его крупнейших промышленных, торговых и культурных центров; образует вторую по численности населения агломерацию страны». Мероприятие прошло очень активно, были встречи в индивидуальном формате, намечены планы на будущее.

Далее караван отправился в Туркестан, в один из древнейших городов Казахстана, недалеко от реки Сырдарья. Это историческое место является туристическим центром. И при работе в индивидуальном формате с потенциальными заказчиками представители Хегох считают его очень перспективным. Заключительной точкой на карте «Автокаравана-Юг» был город Кызылорда. На индивидуальные встречи пришли представители высших учебных заведений и частного бизнеса. В итоге — была продана печатная машина Xerox PrimeLink C9065 прямо из «Автокаравана».

Формат «Автокаравана» был впервые опробован в Хегох Казахстан в этом году и показал хорошие результаты. В планах на 2024 год провести «Автокараван-Восток» и «Автокараван-Запад». Если говорить про результаты за год в целом, то если в 2022 году было продано чуть больше 50 печатных аппаратов класса Pro, то есть большая доля уверенности, что до конца 2023 года будет реализовано более 100 машин в этом сегменте. □

Галерея QazPack

1–3 ноября 2023 года в Алматы в рамках «Недели событий пищевой индустрии» прошла международная выставка «Упаковка, Тара, Этикетка» QazPack 2023. Выставка проводится в двадцатый раз, в ней приняли участие 65 компаний-экспонентов из Германии, Ирана, Италии, Казахстана, Кыргызстана, Китая, Нидерландов, Польши, России, США, Турции, Узбекистана. Некоторые из них вы увидите прямо сейчас, а большой материал с выставки будет опубликован в следующем номере Publish Eurasia.



На стенде All-Service Group, партнёра Xerox в Казахстане, был представлен популярный принтер Xerox PrimeLink C9065



Вятский «ЛИТОН» — производитель «одежды» для молока — делает пищевую упаковку для молочных предприятий: от полимерной гранулы до готовой упаковки с печатью



«Алтын-Ажыдаар» из Бишкека (Кыргызстан) занимается производством картонных коробок и упаковки на заказ



Производством кронен-пробки и винтовой крышки twist-off в Казахстане и Средней Азии занимается алматинская ALA Sintez



MataPrint Techno — поставщик цифрового печатного и постпечатного, рекламного, текстильного и раскройного оборудования — на выставке показал в работе режущие плоттеры iECHO и VULCAN



[к содержанию](#)





Целая группа компаний на одном стенде: Intellservice занимается печатью и производством упаковки, Intellicup — производством бумажной посуды, Intellitrade — поставками оборудования и расходных материалов



MegaPack из Череповца (Россия) специализируется на поставках упаковочных материалов и оборудования



Типография флексопечати «Фирма ИНКАС» — один из крупнейших производителей гибкой упаковки и самоклеющейся этикетки в Казахстане



OSQ Group — один из крупнейших российских производителей крафтовой упаковки в сегментах HoReCa, Retail и «Пищевое производство»



KZ Recycling — один из крупнейших производителей тарного картона, гофроупаковки и бумаги в Казахстане и Центральной Азии



ROTOPACK — компания, занимающаяся поставками гибкой упаковки на рынке Казахстана: однослойной, многослойной, с поверхностной и межслойной ротогравюрной (глубокой) печатью до десяти цветов



«Казполиграф» — поставщик комплексных упаковочных решений: из ламинированной бумаги, плёнки, а также для изготовления бумажных пакетов для сыпучих продуктов и др.

Международная специализированная
выставка Упаковки,
Печати и Технологий розлива



УПАКЕХРО
23-26 ЯНВ
2024
Москва, Россия

upakexpo.ru

- УПАКОВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И ГОТОВАЯ УПАКОВКА
- ПЕЧАТЬ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА УПАКОВКИ И ЭТИКЕТКИ
- ТЕХНОЛОГИИ РОЗЛИВА

СОВМЕСТНО С ВЫСТАВКАМИ:

Международная специализированная
выставка технологий переработки
и утилизации отходов

RECYCLING SOLUTIONS



Международная специализированная
выставка пластмасс и каучуков

RUPLASTICA

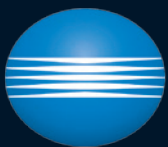
РЕКЛАМА

Место проведения:



Организатор:





KONICA MINOLTA

AccurioShine
3600

iFoilOne

РОСКОШЬ МОЖНО ОЩУТИТЬ ТАКТИЛЬНО

ПЕРЕОСМЫСЛИТЕ ЛАКИРОВАНИЕ
И ФОЛЬГИРОВАНИЕ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИЙ
ОБЛАГОРАЖИВАНИЯ KONICA MINOLTA



Giving Shape to Ideas

Воплощая идеи

konicaminolta.com

konicaminolta.kz