

3

3 [265] март 2024

publish

Eurasia



Наурьыз



9 771560 518007

24003



7-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
**РЕКЛАМЫ, ПОЛИГРАФИИ,
ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ**

3 - 5 АПРЕЛЯ 2024
АЛМАТЫ - КАЗАХСТАН

ПОЛУЧИТЕ



БИЛЕТ

16+

РЕКЛАМА

ОРГАНИЗАТОР / ORGANIZER



Central Asia
Exhibitions

Central Asia Trade Exhibitions

Казахстан, Алматы, А25С9В3
Мкрн. Самал-1, 9/2, офис 43

+7 (727) 266 36 80
info@centralasiaexpo.kz

+7 701 068 93 85
info@reklamexpo.kz

Что вы чувствуете?

Дмитрий Старцев



Обычно я всем рассказываю, что большая часть моей работы — это посещение различных предприятий полиграфической и смежных с нею отраслей. Не будет преувеличением сказать, что я побывал в десятках подобных мест за время работы: в производственных цехах типографий различного масштаба и направленности, на производствах химии и краски, бумажных и картонных комбинатах, в рекламных агентствах и дизайнерских бюро, на складах расходных материалов и готовой продукции — много где. Смотрю, как устроена жизнь у людей, чем они занимаются, как работают. Задаю много вопросов о бизнесе, технологиях, рынке, на котором они работают. Всё это помогает мне складывать у себя, словно из кусочков пазла, картинку в голове — как всё крутится в нашей отрасли. И так тренируется моя собственная нейросеть в мозге: я начинаю видеть некоторые закономерности, которые могут повторяться в разных компаниях, и замечать отличия, делающие казалось бы обычную типографию особенной.

Иногда я не всегда могу сразу объяснить, что конкретно меня зацепило, и лишь потом приходит осознание, объяснение увиденного — моя нейросеть передаёт мне привет. Я обращаю внимание, какие полы в цехах, есть ли маркировка безопасности, удобно ли стоят стеллажи, не слишком ли узкие проходы и проезды между машинами, чистое ли оборудование, не валяются ли где инструмент или мусор и ещё на множество деталей. У меня нет внутреннего чек-листа, с которым я сверяюсь: этот

список не был сделан заранее кем-то, а выработался в процессе подобных визитов. Когда я вижу что-то, что меня удивляет, я всегда задаю вопрос сопровождающему меня специалисту: а почему так? а пробовали по-другому? почему не получилось? Потому что идеального ничего не бывает: всё всегда — не застывший результат, а непрерывный процесс улучшения или деградации, иногда не всегда заметный. А по некоторым деталям сразу видно разумно устроенные предприятия, хотя может показаться, что там не всё идеально: где-то макулатура накидана в углу или поддоны стоят поперёк входа. Но самого главного это не отменяет: ты понимаешь, что тут хорошо.

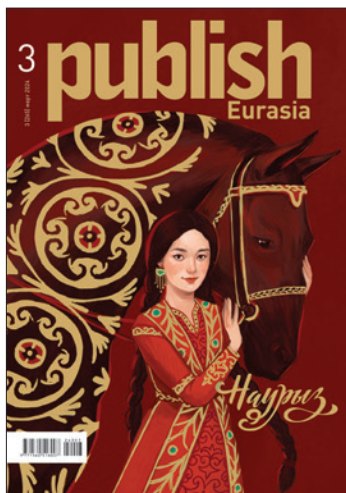
И особенно это заметно по людям, которые там работают: человека, который любит свою работу, ни с кем не перепутаешь. Можно пустить пыль в глаза новичкам, можно навести порядок перед приходом гостей. Но из общения с теми, кто ежедневно приходит на работу в эту компанию и выполняет одни и те же служебные обязанности, можно вынести понимание: хотят ли люди здесь работать и возвращаться сюда каждое утро.

Вот этим и важны такие экскурсии: глядя, как устроено чужое предприятие, можно лучше понять своё, сделать выводы и придумать варианты улучшения. А что вы чувствуете, когда бываете в других типографиях? ▣

Мой телеграм: t.me/dmitrostartsev



18
4



26



44



46

1 ОТ РЕДАКТОРА

3 НОВОСТИ

4 МНЕНИЕ
ЖЕНСКИЙ ВЗГЛЯД НА ЦВЕТ
В преддверии международного женского дня прилично вспомнить о вкладе прекрасной половины человечества в историю цвета. И мы поговорим о женщинах, которые написали прекрасные книги, посвящённые цвету, которые по каким-то причинам до сих пор не переведены на русский язык. Взглянем на цвет и его историю с позиции историка-прозаика, практика работы с цветом, исследователя цвета в моде и химика.
андрей демьяненко

5 ДЕТАЛИ
GO!DIGITAL WJ-640S
александр сургучёв

6 ОБЗОРЫ
ARK-JET UV 2942
юрий захаржевский

10 PUBLISH EURASIA | DRUPA ВСЕ — НА DRUPA 2024
30 января 2024 года в Алматы (Казахстан) и 1 февраля в Ташкенте (Узбекистан) прошли конференции, посвящённые крупнейшей в мире международной выставке печатной, полиграфической и бумажной промышленности — drupa 2024.
татьяна меркурьева

12 МНЕНИЕ
О ЛЮДЯХ-БАРОМЕТРАХ И КАДРОВЫХ ПРОБЛЕМАХ
Случаи, когда таинственные люди-«барометры» демонстрировали чудеса интуиции, действительно имели место в полиграфии.
максим колесов

14 МНЕНИЕ
ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА ИЛИ КАЧЕСТВО ТРАДИЦИЙ
Делать как привыкли или делать по-новому? Такой сложный выбор, который определяет стратегический успех компаний. Или нет?
андрей демьяненко

15 ЭТИКЕТКИ ИЗ РАЗНЫХ УГОЛКОВ МИРА
ТЕНДЕНЦИИ В ЭТИКЕТКЕ: СВЕЖАЯ ПОДБОРКА С ПРОДЭКСПО 2024

16 МНЕНИЕ
ПУТИ ЛИСТОВОГО ОФСЕТА
Отечественная полиграфия воодушевляюще успешно переносит санкционное давление. Казавшимся незаменимыми расходниками всё же нашлись замены на азиатском рынке. По реально незаменимым запчастям проложены каналы поставок. Целиком построенные ещё недавно на западных решениях цифровая печать и флексография с неожиданной лёгкостью перешли на китайские и, местами, индийские аналоги. Но есть листовая офсет — пожалуй, единственный крупный сегмент полиграфии, где решение пока не найдено. О возможных вариантах и поговорим.
михаил кувшинов

18 ТЕМА НОМЕРА
ТЕКСТИЛЬНАЯ ПЕЧАТЬ: ИТОГИ, ТРЕНДЫ, ПЛАНЫ
В начале нового года принято подводить итоги прошедшего и строить планы на будущее. Publish решил узнать, как прошёл 2023 год и какие планы на 2024-й у руководителей компаний, занимающихся цифровой текстильной печатью, и задал им несколько вопросов.
ирина паялина

24 ФОРУМ
«ПРИТЯЖЕНИЕ» БУДЕТ
19 апреля 2024 года в Сочи состоится очередной слёт полиграфистов «Притяжение». О том, какие темы будут самыми актуальными на весенней встрече профессионального сообщества, мы поговорили с руководителем проекта АХИОМ и организатором слёта Яной Ивановой и директором екатеринбургской типографии «Профиль» Алексеем Гончаровым.
беседовала юлия васина

26 ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ
ЧТО ПРОИЗОШЛО И КАК РАБОТАТЬ?
Российские полиграфические предприятия уже два года живут в условиях жёстких ограничений. В обстановке, когда крупнейшие западные поставщики оборудования ушли с отечественного рынка, первоначально образовался вакуум, который, однако, продлился недолго.
владимир сорокин

35 ФОРУМ
ХОРОШИЙ ГОД
Чем ознаменовался для «Смарт-Т» минувший 2023 год, как провести за год более тысячи устанавливающий оборудования и зачем внедрять систему наставничества, рассказывает директор компании по маркетингу **Дмитрий Грацков**.

38 КОНФЕРЕНЦИЯ
ТРЕНДЫ БУДУЩЕЙ УПАКОВКИ
Журнал Publish совместно с выставкой УРАКЕХРО 25 января 2024 года провёл конференцию «Производство полиграфической упаковки в новой реальности: что случилось за два года».
редакция publish

42 НАПРИМЕР
ОТВЕТСТВЕННЫЙ «МИНТ ПРИНТ»
Каковы преимущества у типографии с уникальным оборудованием, почему пять коробочек — это хороший тираж и кому нужна цифровая гофроупаковка, рассказывает директор екатеринбургской цифровой типографии «Минт Принт» **Алексей Кузнецов**.
анна гуслистова

45 PUBLISH EURASIA | ФОРУМ
ЧТО ПРОИСХОДИТ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ?
Согласно последним оценкам, текущее население Центрально-Азиатского региона составляет более 80 миллионов человек: это 1% от всего населения Земли. За последние десять лет население Центральной Азии ежегодно увеличивалось в среднем более чем на один миллион человек.
арман жумагалиев

46 ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ИСТОРИИ С КСЕНИЕЙ ЧЕПКИКОВОЙ
ИГРЫ СО ШРИФТАМИ
История вечного невезения **Жана Жаннона**.

56 МНЕНИЕ
ЧТО ДЕЛАТЬ, КОГДА НЕЧЕГО ДЕЛАТЬ?
Последние несколько лет меня удивляет нытьё некоторых коллег на недостаточную загрузку их типографий. У меня и в некоторых знакомых мне типографиях уже лет пять — ровно обратные проблемы: очередь из заказов на несколько месяцев вперёд.
дмитрий пупин

58 PUBLISH EURASIA | НАПРИМЕР
ПОЛИГРАФИЯ «С ПЫЛУ С ЖАРУ»
В 2000-е годы рынок оперативной полиграфии на всём пространстве бывшего СССР был на самом начальном этапе своего становления. По сути, в существовавших тогда небольших копи-центрах в основном оказывались лишь услуги по копированию различной документации и, изредка, печати фотографий. С создания подобного салона оперативной полиграфии в 2001 году в южной столице Казахстана, Алматы, начал свой собственный бизнес **Андрей Агеев** — основатель сети центров оперативной полиграфии Red Copy Centre.
александр сургучёв

61 PUBLISH EURASIA | ПОСЛЕПЕЧАТЬ
ПРЕМИАЛЬНЫЙ DUPLO
Одним из важных событий этого года в мире послепечатного оборудования стал выход буклетмейкера Duplo DBM-700. О том, какими преимуществами обладает новая модель и почему вообще так важно расставлять правильные приоритеты при выборе оборудования, мы поговорили с директором AsiaPrint **Дмитрием Кузнецовым**.

63 PUBLISH EURASIA | ОБЛОЖКА
КРАСИВОЕ!
Как создавалась обложка для Publish Eurasia № 3, 2024 г., в которой используется цифровое облагораживание с 3D-эффектами

ДВЕ НОВОСТИ

Расширенные версии статей и самые свежие новости читайте на нашем сайте

Встреча любителей печатной графики — «Живой Принт-обмен» пройдёт 27 апреля

«Живой Принт-обмен» — встреча любителей печатной графики и обмен равноценными оттисками по взаимному согласию. Работы могут быть авторскими эстампами или оттисками других художников из коллекции участников.

Идея «Живого Принт-обмена» принадлежит Валерию Бо, коллекционеру эстампа и эксперту в области печатной графики. Цель проекта — поддержать и расширить творческое сообщество любителей печатной графики и объединить художников, коллекционеров и ценителей графического искусства. Участники смогут пополнить коллекции эстампов и лично познакомиться друг с другом.

Принт-обмен пройдёт 27 апреля с 17:30 до 21:00 в рамках Принт-уикенда Центра «Зотов» (27–28 апреля). Для участия в Принт-обмене необходимо отправить заявку, заполнив форму на сайте центра «Зотов». Участие бесплатное.

Источник: centrezotov.ru

Agfa представила широкоформатный гибридный принтер Anapurna H3200

Дебют нового Anapurna H3200 состоялся на выставке C! Print в Лионе (Франция), которая проходила с 6 по 8 февраля. Он был представлен вместе с высококлассной моделью Tauro H3300 HS от Agfa.

Благодаря увеличению скорости печати почти на 70% по сравнению с предшественником (в режиме Production), новая версия 3,2-метрового Anapurna H3200 стала серьёзным шагом вперёд не только для самого производителя оборудования, но и для их потенциальных и существующих клиентов.

Как и предшественник, Anapurna H3200 работает на LED-блоках и оснащается классической цветовой моделью CMYKcLm + White. Печатный модуль и некоторые механические изменения были внесены в новую модель для увеличения производительности. Скорость в режиме production достигает 66 м²/час, гибридная модель подачи материала позволяет печатать как на жёстких, так и на

гибких материалах. Обновлённая функция непрерывной подачи листовых материалов обеспечивает эффективную печать, позволяя одновременно печатать до четырёх листов. Обновления также коснулись печатного блока и модели нанесения чернил на поверхность материала, обеспечивая стабильное качество даже на сплошных заливках. Anapurna выдаёт нужное качество печати, в том числе на материалах без покрытия, таких как пластики или алюмокомпозиты, а также на гибких материалах, плёнках, винилах, баннерах, холстах и различных текстильных материалах для струйной УФ-печати. Чернила, сертифицированные по стандарту GREENGUARD Gold, обеспечивают высокую цветопередачу и широкий цветовой охват, а запатентованная технология Agfa Thin Ink Layer гарантирует минимальный расход чернил.

Новый Anapurna H3200 оснащён крышкой безопасности печатной зоны. Такой дизайн не только придаёт принтеру стильный вид, но и способствует повышению безопасности рабочей зоны.

СУБЛИМАЦИОННЫЕ ПРИНТЕРЫ ШИРОКИЙ ФОРМАТ GO!Digital МОДЕЛИ WJ-3200S И WJ-1260S / PRO



Высокая производительность и выгодная стоимость

Для рулонной сублимационной печати

Достойная замена ушедшим с рынка брендам

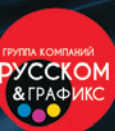
Эксклюзивно в компании РУССКОМ

GO!Digital WJ-1260S / PRO

Ширина печати.....3,2м
Скорость печати.....до 46/75м²/ч
Печатающие головки....2/3xEpson i3200

GO!Digital WJ-3200S

Ширина печати.....3,2м
Скорость печати.....до 150м²/ч
Печатающие головки....4 x Epson i3200



ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ
(495)785-58-12
plotters.ru info@plotters.ru

Женский взгляд на цвет

В преддверии международного женского дня прилично вспомнить о вкладе прекрасной половины человечества в историю цвета.

И мы поговорим о женщинах, которые написали прекрасные книги, посвящённые цвету, которые по каким-то причинам до сих пор не переведены на русский язык. Взглянем на цвет и его историю с позиции историка-прозаика, практика работы с цветом, исследователя цвета в моде и химика.

А н д р е й Д е м ь я н е н к о

Начнём с книги «Идеальный красный» (рис. 1) за авторством Эми Батлер Гринфилд (рис. 2), вышедшей в 2004 году. Бабушка и дедушка Эми были красильщиками, от них она впитала страсть к познанию цвета. Получив стипендию Маршалла, позволившую ей продолжать обучение в университете, Эми начала исследовать раннюю историю шоколада и, научившись работать с источниками, стала трудиться над монографией о красном цвете и его источнике — маленьком жучке, питающемся соком опунции (англ. *Nopal Cactus*, лат. *Opuntia*). Рецензенты отмечали немного поверхностный подход к исторической части, но все единогласно приходили к выводу, что подобной монографии до Гринфилд никто не писал.

Да, тут нелишним будет сделать небольшое отступление и вспомнить о серии книг Мишеля Пастуро (изданных в России издательством «НЛО»), среди которых есть и «Красный», но книга Пастуро про семантику (не историю и технологию!) красного цвета вышла в 2016 году, а её библиографический список как раз ссылается на работу Гринфилд.

Следующим автором в нашем списке будет Морин Стоун (рис. 3) с её книгой «Практическое руководство по цифровому цвету» (рис. 4), которая вышла в 2001 году. Морин Стоун работала в Хегох PARC, в котором, как известно, был разработан графический интерфейс операционной системы, язык PostScript и были сделаны первые шаги по управлению цветом. Морин волновал тот факт, что она видит на экране монитора одно изображение, а на печати получает совсем другое. Поработав над изучением цветового охвата и преобразования изображения для печати, Морин собрала достаточно матери-



ала для книги, которая стала её *opus magnum*. Больше она ничего не писала, сейчас же работает с Tableau, консультируя разработчиков программы по вопросам наиболее оптимального использования цвета в инфографике.

Следующая книга называется «Цветовая революция» (рис. 5), и вышла она в 2012 году. Её автор, Регина Ли Блащик (рис. 6) — заведующая кафедрой лидерства в истории бизнеса и общества в Университете Лидса и заместитель редактора журнала «История дизайна». В отличие от вышеуказанных авторов, написавших только по одной книге, посвящённой цвету, Регина Ли Блащик написала несколько книг о цвете, посвящённых моде, цветовым трендам и колористам, устроившим настоящую модную революцию.

Замыкает наш список ветеран, химик и историк Мэри Вирджиния Орна (рис. 7). Её последняя книга «Марш пигментов: история цвета, наука и влияние» (рис. 8) вышла в 2022 году (Мэри Вирджиния, кстати, родилась в 1939 году, и её кипучей энергии можно только позавидовать). «Марш пигментов» — это не учебник химии, но энциклопедия для любознательного человека, погружение в глубину веков с потрясающими новейшими открытиями учёных. Широта охвата тем поражает, ещё более поражает плодовитость Мэри Вирджинии как автора: на её счету 11 книг, две из которых посвящены цвету.

В заключение остаётся только надеяться на российских издателей, которым не помешало бы начать добавлять в своё портфолио переведённых книг действительно качественную литературу о цвете (привет всем книгам о Pantone для домохозяек и монографиям о цвете без цветных изображений). ▣

Сублимационный оптималист

Широкоформатный сублимационный рулонный принтер **GO!Digital WJ-640S** является самой доступной моделью в линейке текстильных принтеров, поставляемых под собственной торговой маркой и эксклюзивно обслуживаемых **ГК «РУССКОМ»**.

Принтер является оптимальным решением для малых и средних предприятий, специализирующихся как на производстве дизайнерских и мебельных тканей, повседневной и спортивной одежды, бейсболок, зонтов, домашнего текстиля и различных декораций, так и изготовлении наружной рекламы (флагов, лайтбоксов, мобильных стендов и т. д.).

Числа и возможности

Печатающая головка — 1 × **Epson i3200**

Максимальное разрешение — **2400 dpi**

Цвета чернил — **СМУК**

Максимальная ширина материала/печати — **1650/1650 мм**

Скорость печати:

- Draft: **27 м²/ч** (2 прохода с разрешением 720×600 dpi)
- Production: **13 м²/ч** (4 прохода с разрешением 720×1200 dpi)
- Quality: **8,5 м²/ч** (6 проходов с разрешением 720×1800 dpi)

Размер капли — **3,8–8,7 пл**

Система нагрева — **оборудован пред/постнагревом**

Размер/вес — **2470×650×1100 мм/150 кг**



Основанием конструкции сублимационного принтера **GO!Digital WJ-640S** служит устойчивая массивная станина. Также модель оснащена ножками с прорезиненными колёсами со стопором для удобного перемещения и с возможностью регулировки ножек по высоте, что облегчает установку принтера по уровню (1). Всё это обеспечивает точность нанесения чернил в процессе печати.

Печать выполняется с помощью одной восьмиканальной печатающей головки **Epson i3200** с разрешением до 2400 dpi. Для нужд сублимационной печати в большинстве случаев требуется разрешение 360×600 dpi или 360×1200 dpi, поэтому с получением высококачественных отпечатков проблем не возникнет. Моторы, отвечающие за поступательное движение каретки и равномерную подачу материала, располагаются сбоку (2).

Нагреватели столов в области печати предназначены для качественного нанесения изображения, а отдельные нагреватели — на переднем столе для последующей сушки отпечатков. Управление ими осуществляется отдельно с помощью кнопок на передней панели (3).

В базовую комплектацию устройства помимо передней и задней систем обогрева входит внешний блок вентилято-

ров дополнительной сушки (семь вентиляторов с возможностью включать их блоками или все разом) для ускорения фиксации чернил (4) и интегрированная система автоматической подмотки материала, позволяющая регулировать ширину рулона и использовать рулоны носителей различных размеров.

Принтер оснащён системой подачи материала с усиленными балками для держателя ролей массой до 100 кг (5). Есть возможность ручной регулировки крутящего момента для контроля натяжения при подаче материала и более стабильной подачи тонких материалов.

Возможна печать на сублимационной бумаге плотностью от 40 до 120 г/м². Высота подъёма каретки — от 1,9 до 5,5 мм, что облегчает печать на чувствительных сублимационных бумагах. Вакуумный прижим материала осуществляется с независимой плавной регулировкой его мощности (6).

Встроенная СНПЧ состоит из двухлитровых основных ёмкостей с сублимационными чернилами (7) и промежуточных картриджей объёмом 220 мл на каждом канале (8). Заправка основных ёмкостей производится без остановки процесса печати. ▣

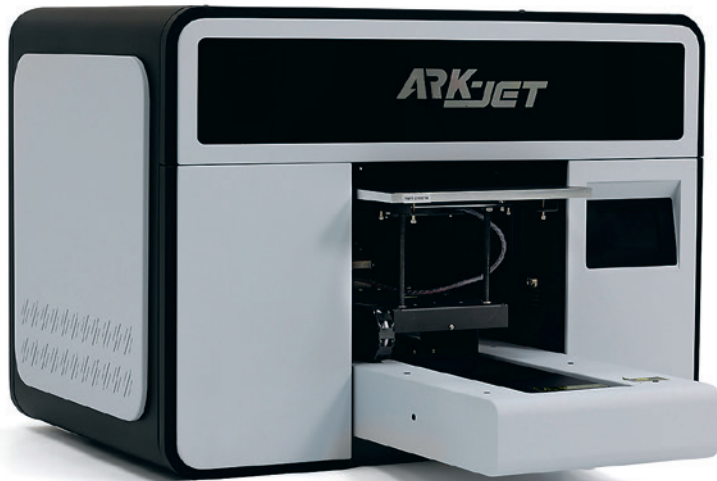


к содержанию



ARK-JET UV 2942

Юрий Захаржевский



UV2942

Разработчик: ARK-JET

Оценка: ★★★★★

Заключение: компактный настольный УФ-принтер малого формата с высоким качеством печати. Будет интересен главным образом пользователям, которые занимаются изготовлением высококачественной сувенирной продукции небольшими тиражами, а также некоторых специальных изделий. Выделяется наличием модуля для печати по рулонным материалам.

Рекомендуемая цена: 9900 долл.

Конструкция

В 11-м и 12-м номерах журнала за 2023 г. мы рассказали о двух сувенирных УФ-принтерах — Sprinter DPPA1E (см. *Захаржевский Ю. Sprinter DPPA1E // Publish № 11, 2023*) и ARK-JET UV6090 G5i (см. *Захаржевский Ю. ARK-JET UV6090 G5i // Publish № 12, 2023*) — и при этом сравнивали их между собой. Тот же поставщик, который предлагает эти принтеры — компания «Смарт-Т» — предлагает ещё один сувенирный принтер: **ARK-JET UV2942**.

Наличие в цветовой конфигурации принтера белых чернил и лака позволяет работать с прозрачными и цветными материалами. Также имеется возможность многослойной печати в конфигурации «белила + СМΥК + лак».

Принтер оснащён одной печатающей головкой **Epson i3200-S1HD** высокого разрешения с переменным объёмом капли. Переменный объём капли в сочетании с её минимальным объёмом **3,5 пл** помогает обеспечить фотореалистичное качество изображений.

Конструктивно ARK-JET UV2942 устроен таким образом, что движется рабочий стол, а портал с кареткой установлен неподвижно. Рабочий стол представляет собой платформу из сотового алюминия, имеющего высокую жёсткость и точность изготовления: отклонение рабочей поверхности от идеальной плоскости составляет всего 0,1 мм.

Полимеризация чернил происходит под действием УФ-излучения светодиодных ламп. В отличие от принтеров большего формата, у этой модели имеется только один светодиодный УФ-модуль.



Числа и возможности

Скорость печати — **до 3 м²/ч** (4 прохода)

Макс. разрешение печати — **960×1200 dpi**
(8 проходов)

Объём капли — **3,5–12 пл**

Цветовая схема — **СМΥKWV**

Макс. формат печати — **297×420 мм**

Макс. формат запечатываемого листового материала — **300×470 мм**

Макс. толщина запечатываемого материала — **95 мм**

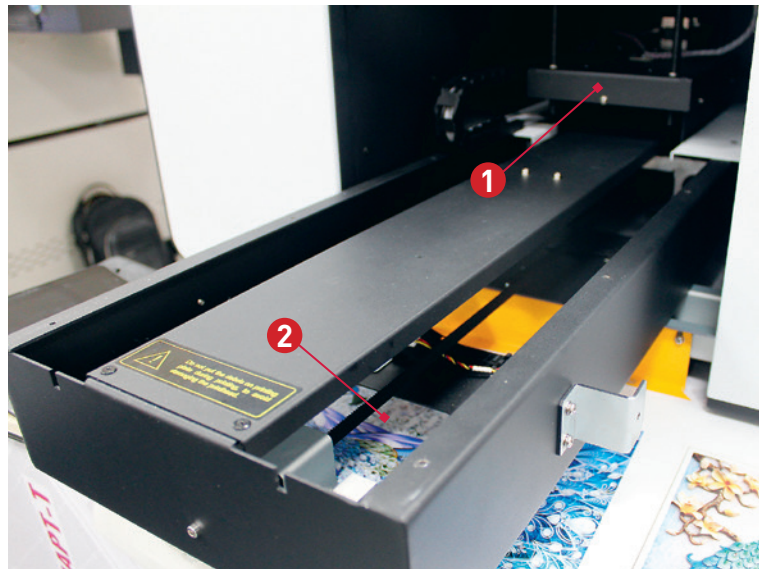
Макс. масса запечатываемого материала — **10 кг**

Электропитание — **220 В**

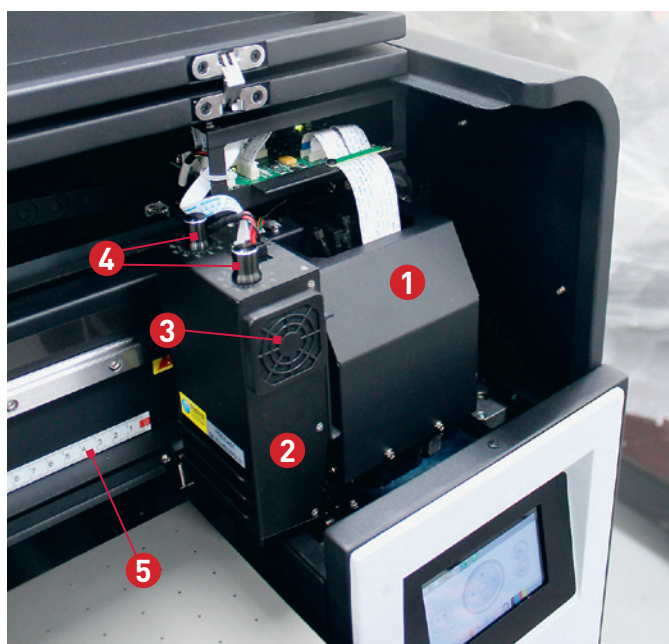
Макс. потребляемая мощность — **1000 Вт**

Габариты — **837 мм (Ш) × 1019 мм (Г) × 615 мм (В)**

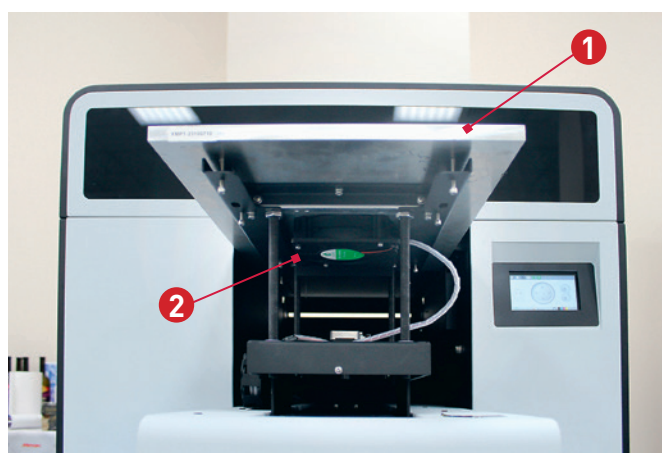
Масса — **80 кг**



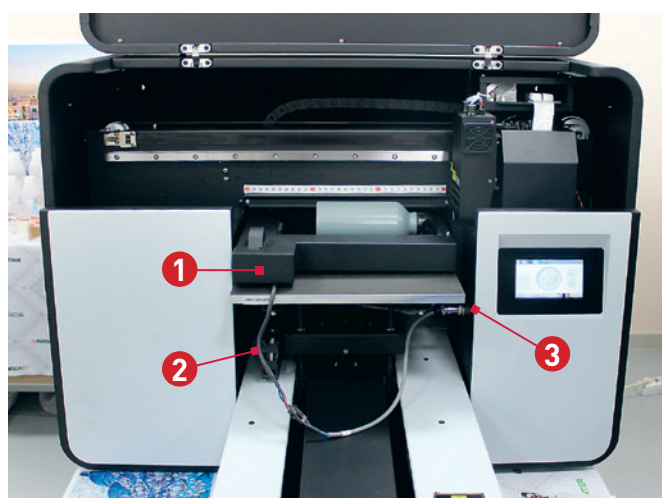
Рабочий стол (1) передвигается с помощью ремня (2)



- 1 — Каретка с печатающей головкой ARK-JET UV2942.
- 2 — УФ-модуль расположен только с одной стороны каретки.
- 3 — Охлаждение УФ-лампы происходит с помощью вентиляторов.
- 4 — Рукоятки настройки мощности УФ-модуля
- 5 —



Вакуум на рабочем столе (1) создаётся с помощью вентилятора (2)



Устройство для печати по цилиндрическим предметам устанавливается на рабочий стол. В отличие от ранее рассмотренных нами принтеров (на которых предмет вращается за счёт соприкосновения с движущимся рабочим столом), опция печати по цилиндрам у ARK-JET UV2942 имеет собственный привод с двигателем.

- 1 — Устройство для печати по цилиндрическим предметам.
- 2 — Провод, питающий двигатель устройства.
- 3 — Разъём, через который управляется и запитывается двигатель.

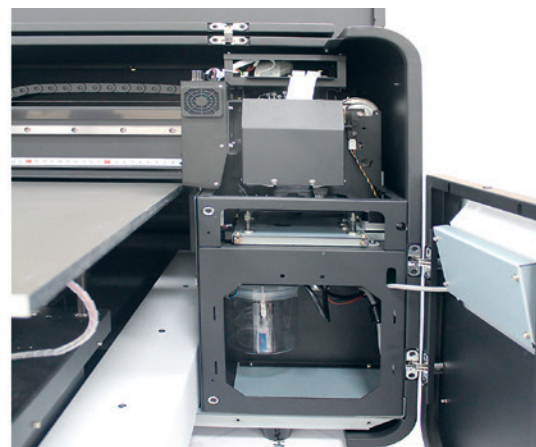
Максимальный диаметр заготовки для печати у ARK-JET UV2942 — 80 мм, минимальный — 25 мм



Чернильные ёмкости с индикацией понижения уровня чернил имеют объём 200 мл. Из-за небольших размеров ёмкостей заливать в них чернила приходится через небольшие воронки, которые входят в комплект. Поставляются чернила в литровых бутылках



Слева — парковка для единственной печатающей головки принтера. Справа, за открытой дверцей — ёмкость для слива чернил





Устройство для печати по рулонным материалам крепится винтами к корпусу принтера. Рулон с запечатываемым материалом устанавливается «со спины», затем полотно протягивается по поверхности рабочего стола.

- 1 — Тянущие валики.
- 2 — Двигатель, вращающий валики.
- 3 — Провод, питающий двигатель устройства.
- 4 — Разъём, через который управляется и запитывается двигатель.

Устройство намотки в данном устройстве отсутствует: оператор, при сравнительно невысокой скорости печати данной модели, успевает нарезать запечатанное полотно на листы вручную

Так как мощность его достаточно скромная, то и способ его охлаждения используется не жидкостный, а воздушный — с помощью вентиляторов.

В зависимости от режима печати (в частности, наличия в дизайне белых чернил и лака) мощность УФ-излучателя можно регулировать (он имеет пять раздельно управляемых зон). Таким образом можно, например, лак сделать матовым или глянцевым.

ARK-JET UV2942 имеет три режима печати:

- 1 — обычный (по листовым материалам или по предметам);
- 2 — по цилиндрическим предметам;
- 3 — по рулонным материалам.

В качестве цилиндрических предметов могут выступать бутылки, вазы, свечи и т. д.

Как и у других планшетных УФ-принтеров, умеющих наносить изображения на цилиндрические предметы, у ARK-JET UV2942 в этом режиме можно печатать белилами (что, естественно, необходимо при печати по стеклу и прозрачному пластику), но нельзя использовать лак.

Если печать по цилиндрическим предметам является уже стандартной возможностью для сувенирных принтеров, то возможность печатать по рулонным материалам встречается нечасто.

Чернила

Чернила на ARK-JET UV2942 используются те же самые, что на Sprinter DPP A1E: это **Artix UV EP-H**, разработанные специально для печатающих головок Epson i3200. Напомним, что эти чернила производятся на крупном азиатском предприятии, выпускающем широкий ассортимент OEM-продукции. Этот завод оснащён современными автоматизированными производственными линиями, готовые чернила регулярно проверяются в лаборатории.

При разработке чернил подбираются оптимальные характеристики для работы с конкретной печатающей головкой. Также уделяется внимание минимизации пыления чернил и образования капель-сателлитов. Мелкие — до 300 нм — частицы пигмента не засоряют печатающие головки, что увеличивает их ресурс. Высококачественные химические компоненты обеспечивают стабильность чернил при хранении и во время работы.

Важный момент — почти полное отсутствие у данных чернил запаха: ARK-JET UV2942, будучи компактной моделью, наверняка будет использоваться не только в промышленных цехах, но и в офисных помещениях. Также в составе чернил отсутствуют вредные для здоровья летучие органические соединения.

Выбирая чернила, специалисты поставщика, то есть «Смарт-Т», тестировали их в реальных условиях эксплуатации принтера.

Хорошая адгезия чернил к разнообразным материалам позволяет печатать по картону и пенокартону, многим пластикам (включая акриловое стекло), стеклу, кварцевому стеклу, керамике (в том числе керамической плитке), металлам (в том числе алюминию), камню, дереву, коже и другим материалам.

Чернила Artix UV EP-H имеют широкий цветовой охват и высокую оптическую плотность.

Белые чернила не желтеют после печати. Для белых чернил имеется система рециркуляции, что защищает дюзы печатающей головки от сгустков белого пигмента и в то же время обеспечивает единообразную плотность при печати белым цветом.

Программно-компьютерное обеспечение

На ARK-JET UV2942 используются те же РИП и управляющее ПО, что и в упомянутых ранее принтерах Sprinter и ARK. В комплект поставки входят РИП **SAi FlexiPRINT UV Edition** (ранее называемый Photoprint) производства **SA International** и управляющая программа **PrintExp** производства **Hosonsoft**.

Управление производится с компьютера с ОС Windows 10, 64 bit, через высокоскоростной интерфейс Gigabit Ethernet.

Такое единообразие будет удобно как при замене одного принтера на другой, так и в случае приобретения нескольких принтеров.

Скорость печати

Как указано выше, модуль УФ-излучения расположен только с одной стороны каретки (в отличие от принтеров большего формата). Это означает, что у данной модели отсутствует режим двунаправленной печати: она производится только при движении каретки в одну сторону. Естественно, это снижает скоростные качества принтера.

Вначале мы провели обычную печать по плоским материалам: в 6 проходов, с разрешением 960×900 dpi. Такие характеристики обеспечивают довольно высокое качество печати, в том числе качество воспроизведения мелких деталей и линий.

В случае с обычной цветной печатью СМΥК скорость печати составила 1,5–2 м²/ч. А вот при печати сюжета, в котором цветные чернила сочетались с двумя слоями белил и двумя слоями лака, скорость значительно снизилась — до 0,2 м²/ч. Это связано с тем, что у ARK-JET UV2942 только одна печатающая головка. Если сюжет содержал один слой лака, но не содержал белил, скорость печати составляла 0,56 м²/ч.

При работе с цилиндрическим предметом, то есть при печати по бутылке, скорость была небольшой: 0,1 м²/ч.

Отпечатки

Печатающая головка Epson i3200-S1HD генерирует капли трёх разных объемов, из которых самый минимальный — 3,5 пл. Благодаря этому точки на изображении получаются очень мелкими, практически невидимыми невооружённым глазом. Также эти характеристики обеспечивают идеальные градиентные переходы, чёткость тонких линий и мелких деталей изображения. Принтер хорошо воспроизводит мелкие тексты, в том числе вывороткой.

Высокому качеству печати содействует и прочный устойчивый корпус.

Ещё раз напомним, что модуль УФ-излучения расположен только с одной стороны каретки и печать производится только при движении каретки в одну сторону. С одной стороны, это снижает скоростные качества принтера. С другой, в режиме однонаправленной печати достигается более высокое качество печати.

Надо отметить, что слой лака или белил на ARK-JET UV2942 получается тоньше, чем у рассмотренных нами ранее принтеров большего формата: единственная печатающая головка не может нанести достаточно много чернил без критического уменьшения скорости работы. Однако



Скорость работы при печати по цилиндрам ниже, чем при печати по плоскости, поскольку при печати по изогнутой поверхности загружена работой только часть печатающей головки. Впрочем, это характерно для всех планшетных принтеров: быстрая печать по цилиндрическим предметам возможна только на специально созданных для этой цели принтерах

эту проблему можно решить, задав печать лака или белил в несколько слоёв.

Также важно, что при печати практически не ощущается запаха, как и на Sprinter DPPA1E с теми же чернилами.

Экономика

Как отмечено выше, стоимость принтера — 9900 долл. Важно отметить, что в эту цену уже включена цена модулей для печати по цилиндрическим предметам и по рулонным материалам.

Яркость и насыщенность чернил содействуют их небольшому расходу.

Выяснить примерный расход чернил на конкретных тиражах можно с помощью управляющего ПО. Например, на нашем стандартном тексте с форматом печати А4 было потрачено 0,309 мл цветных чернил. Печать происходила в 6 проходов, с разрешением 960×900 dpi.

При печати по бутылке картинка 6×6 см потребовала 0,112 мл, но 71% этих чернил — белые.

Цена чернил всех цветов (включая лак и белила) на текущий момент составляет 7900 руб./л.

Рассуждая об экономике, стоит упомянуть высокую надёжность всех узлов и механизмов принтера, включая электронику. Это уменьшает потери от простоев и ремонта.

Заключение

Модель ARK-JET UV2942 интересна как сама по себе, так и в сочетании с более крупными по формату планшетными УФ-принтерами. Практически одинаковое управление перечисленными выше УФ-принтерами делает удобным их одновременное использование как в печатном цеху, так и в офисе.

Также возможность печати по рулонным материалам делает эту модель привлекательной несмотря на скромный формат. ▣

Все — на drupa 2024

30 января 2024 года в Алматы (Казахстан) и 1 февраля в Ташкенте (Узбекистан) прошли конференции, посвящённые крупнейшей в мире международной специализированной выставке печатной, полиграфической и бумажной промышленности — drupa 2024.

Татьяна Меркурьева



За два дня на мероприятии побывало более 130 полиграфистов со всей Центральной Азии, которые смогли не только узнать, что ждёт нас на главной выставке полиграфической отрасли, но и поучаствовать в панельной сессии. Кроме того, в рамках конференции была проведена лотерея, где главным призом стали два билета на пять дней на выставку. Почётными гостями на мероприятии стали генеральный директор **Messe Düsseldorf Эрхард Винкамп** и **Михаэль Мандель**, региональный менеджер Messe Düsseldorf по странам Центральной Азии, Армении, Азербайджана, Грузии и Молдовы.

Напомним, что **drupa 2024** — это не только полиграфическая выставка № 1 в мире, но и уникальное событие в жизни полиграфистов. В этом году, после восьмилетнего перерыва, выставка пройдёт с 28 мая по 7 июня на территории Дюссельдорфского выставочного комплекса (Германия). По предварительным подсчётам на drupa 2024 ожидается свыше 1400 экспонентов из 50 стран мира, которые традиционно разместятся в 18 павильонах общей площадью 140 тыс. м². Интересно, что впервые за время существования выставки пальма первенства по количеству участников принадлежит Китаю (366 экспонентов), который пока ещё проигрывает Германии по занимаемым площадям (40596 м²), но тем не менее уже уверенно движется к лидерству на этой выставке.

Доказанный факт: согласно исследованиям аналитиков, несмотря ни на что полиграфическая отрасль остаётся одной из самых успешно развивающихся в мире (ежегодный прирост около четырёх CAGR). Полиграфия даёт работу более 4 млн

сотрудников по всему миру, а ежегодная прибыль отрасли составляет около \$950 млн. Люди на всех континентах по-прежнему предпочитают употреблять красиво упакованные продукты и использовать дорого украшенную коммерческую печатную продукцию. На первое место выходят персонализация и внешний вид печатного товара, а не массовость и низкая стоимость. Именно поэтому быстрее всего развиваются упаковочный и этикеточный сектора, а также цифровая печать.

Автоматизация производства — немаловажный аспект, так как время изготовления приобретает все большее значение. Сейчас клиенты уже не хотят долго ждать, они желают получать свою продукцию день в день. Именно поэтому практически на каждом стенде печатные решения будут демонстрироваться с финишными линиями и системами цифрового облагораживания и вырубки, которые покажут, как быстро получить полноценный продукт, при необходимости — необычной формы и декорированный фольгой и лаком.

Ещё одно новшество, скорее неприятное, — в этом году билет на drupa не будет работать проездным на транспорте (ещё в 2016 г. с ним можно было ездить бесплатно на всех видах городского транспорта), за что организаторы извинились отдельно.

В целом же традиционно на выставке всех посетителей ждут мировые премьеры от крупнейших поставщиков оборудования, расходных материалов и ПО, а также новые решения в области производства печатных и упаковочных материалов. Кроме собственно экспозиций, где каждый из поставщиков уже традиционно покажет свои



новые революционные решения, организаторы также предлагают посетить специальные разделы выставки, которые сориентируют развитие промышленности на ближайшие четыре года.

Так, девиз сектора **drupa cube**: «Вовлекать — развлекать — обучать». Этот раздел выставки символизирует интеллектуальное лидерство. Для посетителей будут организованы бесплатные презентации, мастер-классы и семинары с докладами от мировых экспертов отрасли, которые гарантируют передачу знаний и взаимодействие.

Специальный форум **drupa next age (dna)** является движущей силой инновационных технологий для новичков сетевой индустрии, молодых талантов, исследовательских стартапов и солидных компаний.

Touchpoint packaging (tpp) представит перспективные упаковочные решения и объединит владельцев брендов и дизайнеров. На площадке **tpp** можно будет познакомиться с опытными игроками и их решениями, основанными на возобновляемом сырье и интеллектуальном дизайне



Победительница лотереи drupa Евгения Писаревская, генеральный директор «Дома печати» (г. Павлодар)

экологически безопасной упаковки.

Специальный форум **touchpoint sustainability** будет посвящён устойчивому развитию печати и предложит ценную информацию о новых технологических решениях для производства экологически чистой печатной продукции будущего с использованием решений и передового опыта в области печати и производства упаковки.

В свою очередь, **touchpoint textile** — это цифровая текстильная фабрика. Это новый раздел для drupa, который будет впервые запущен в текущем году. На площадке можно будет поделиться опытом применения прямой текстильной, трансферной

и цифровой печати. Здесь же посетители увидят новый технологический подход, который напрямую связывает 3D-моделирование с производством и показывает, как производить одежду по индивидуальным требованиям. 📄



Об авторе: **Татьяна Меркурьева**, главный редактор журнала «Технология изображения».

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

О людях-барометрах и кадровых проблемах

Случаи, когда таинственные люди-«барометры» демонстрировали чудеса интуиции, действительно имели место в полиграфии.

Максим Колесов

Я сам был свидетелем того, как на SpeedMaster SM 74 специалисты, включая наладчика из Heidelberg, несколько дней безуспешно искали плавающий дефект. В какой-то момент в типографии вспомнили о своём бывшем печатнике, славящемся особым — «космическим» — чутьём печатного процесса. Олегу позвонили — он приехал: на то, чтобы найти проблему и починить машину, у него ушло всего полдня. Знал и другого человека, который мешал пантоны едва ли не точнее спектрофотометра.



шение задачи лежит на поверхности: важно ценить, уважать и любить (по возможности) своих коллег, но ни в коем случае не ставить производственный процесс в зависимость от отдельных, пусть и выдающихся, специалистов.

Я знаю, о чём говорю, так как наша типография несколько раз переживала увольнение ключевых сотрудников. Но сначала я хотел бы привести пример, когда уход ключевого сотрудника не был никак компенсирован, а оставшиеся сотрудники не смогли заменить уволившегося.

И всё же люди подобного рода сегодня настолько редки, что не угрожают системности управленческих процессов. А вот другая проблема — наличие «незаменимых» сотрудников, является, на мой взгляд, гораздо более важной и сложной. Не секрет, что многие мелкие типографии, имеющие в своём штате до 15–20 человек, очень сильно зависимы от каждого своего работника и влияние человеческого фактора в таких организациях иногда становится абсолютным. К сожалению, из-за «уникальности» каждого из субъектов рынка в данном сегменте, придумать какое-то общее решение не представляется возможным.

Несколько лет назад к нам пришёл на работу специалист-электронщик, в обязанности которого на прежнем рабочем месте входило не только обслуживание старенького широкоформатного плоттера, но и печать на нём. Так вот, с увольнением Андрея направление широкоформатной печати в компании, которую он покинул, попросту закрылось: с ним элементарно не справились, хотя и пытались. А сама компания жива, работает.

Крупные предприятия практически не подвержены этой болезни, в их философии и лексиконе отсутствует понятие «незаменимый». Наиболее же остро, как мне кажется, проблема «незаменимых» стоит для средних по размерам типографий, где системность в управлении, с одной стороны, играет ключевую роль в выживаемости всего бизнеса, а с другой, страдает из-за преувеличенного внимания к роли отдельных сотрудников в коллективе.

К счастью, уход от нас ключевых специалистов ни разу не приводил к серьёзным сбоям в работе. Взаимозаменяемость сотрудников как составная часть стратегии развития типографии действовала у нас ещё с 2018 года, и, например, когда в силу обстоятельств наш технолог принял решение покинуть коллектив, мы разделили его обязанности между тремя коллегами и соответствующим образом их обучили. В результате мы не просто закрыли брешь в штатном расписании, а получили более производительную и надёжную конфигурацию специалистов в производственном процессе.

Парадокс состоит в том, что «незаменимые» чаще всего являются наиболее полезными, ответственными и мотивированными сотрудниками, однако попытка выстраивания технологических процессов вокруг них рано или поздно приводит к негативным последствиям. Собственно, ре-

технологические схемы необходимо делать универсальными, максимально гибкими, обеспечить заменяемость, обучая сотрудников работать на самых разных видах оборудования. И пусть «незаменимые» будут, просто потеря — по любой причине — любого из них уже не поставит организацию в безвыходное положение. ▣

МЕНЯЙСЯ ВМЕСТЕ С

publish

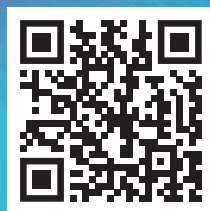
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

101 СПОСОБ ЗАРАБОТАТЬ НА ПЕЧАТИ



6804₽

Подписка на печатную
версию (12 выпусков)



Чтобы подписаться на наш журнал, необходимо:

- 1** Зайти в раздел «Подписка» на сайте www.publish.ru
- 2** Заполнить контактные данные для правильной доставки
- 3** Оплатить любым способом:
 - в банке
 - банковской картой
 - через платёжные системы

РЕКЛАМА **12+**

www.publish.ru

Цены на подписку действительны до 31.12.2024.

Традиции качества или качество традиций

Делать как привыкли или делать по-новому? Такой сложный выбор, который определяет стратегический успех компаний. Или нет?

Андрей Демьяненко



Гуляя в эти новогодние праздники с женой по питерскому музею Фаберже, я обратил внимание на изящно украшенные мастерами барометры. Я, признаюсь, был немного озадачен своей

темнотой, поскольку запомнил об их назначении, поэтому тут же полез в поиск Яндекса за ответом. Оказалось, что массово барометры стали использоваться при Петре I, и постепенно они из точных приборов для предсказания погоды превратились в элементы интерьерного декора, а сейчас необходимость в них и вовсе отпала: роль барометров исполняют микроскопические метеостанции, использующие вместо воды и ртути термисторы и резисторы, также прекрасно улавливающие перепады атмосферного давления.

Интересно видеть, как точный прибор с течением времени утрачивает свою актуальность, но законы физики при этом совсем не изменяются. Барометры прекрасно показывают атмосферное давление и сейчас, мало того — их выпуск не прекращён, и они до сих пор продаются.

В промышленности принято действовать по регламенту, но часто мнение опытного человека может подменить собой десятки страниц отборной полезной писанины. Опыт имеет решающее значение — сенсорика и годы работы сильнее любого прибора, отсюда и тяга к рукотворным чудесам: то тут, то там слышны реальные истории о людях, которые, смешивая краску, подбирают оттенок цвета на глаз без спектрофотометра и программы и так же успешно (благодаря высокой тактильной чувствительности) подсчитывают количество нитей в сантиметре ткани. Эти «силачи» готовы взвалить на себя непосильную ношу и закрыть дыры в несовершенных технологических процессах, на что радостно идут собственники и местные управленцы: зарплатный фонд таких кудесников при пересчёте на год составляет в денежных знаках гораздо меньше стоимости покупки и внедре-

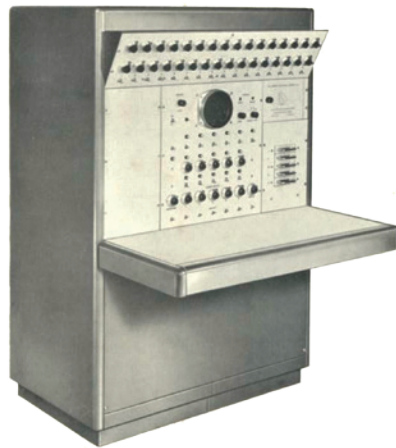
ния программного и аппаратного обеспечения, а в случае их болезни или ухода из жизни их участок на производстве просто устраняют, дабы не дать упасть гордо реющему производственному знамени. Что является экономией средств фирмы, но никак не фактором её развития.

В своё время США довольно быстро осознали экономическую важность спектрофотометра уже в тот момент, когда он ещё не был всемогущим: его измерения на первых порах были очень хлопотным делом, тем более что вычисления совершались на аналоговых приборах типа COMIC, которые появились в начале 60-х годов прошлого века и даже близко не были способны на те функции, что сегодня способен сделать процессор умных часов.

Сейчас, к примеру, в Италии программа для расчёта красочных рецептов плюс спектрофотометр для измерения цвета помогают текстильным производствам экономить до двух-трёх тысяч евро ежемесячно за счёт быстрого подбора цвета. Подбор цвета без инструментальной поддержки в текстильной промышленности — процесс итеративный. И каждая итерация ведёт к небольшим денежным потерям: если краска не подошла, то её можно или замешать с другими, чтобы получить некое подобие чёрного цвета, или просто вылить в канализацию,

попрощавшись с вложенными в красители и химию деньгами.

Теряя время и деньги, многие предприятия стоят на страже сохранения своих традиций, находясь одной ногой в начале XIX века, а вторую — не зная куда деть: боясь то ли попасть в век XXI, то ли оступиться и упасть навзничь, лёжа в пыли и собирая укоризненные взгляды окружающих. А ведь не стоит бояться применять современные технологии на погрязших в традиционализме участках, ибо момент безвозвратной потери доли рынка может наступить незаметно, гораздо незаметнее замены барометров на цифровые метеостанции. ■



Компьютер для подбора и контроля цветовых рецептов Colorant Mixture Computer (COMIC) фирмы Davidson and Hemmendinger, 1961 год



Об авторе: **Андрей Демьяненко**, исследователь цвета.

Тенденции в этикетке: свежая подборка с ПРОДЭКСПО 2024



Команда WIZART Polygraphic



t.me/wizartpolygraphic
wizart.studio



Промозтикетка типографии
«Принт Эдженси»

«БРИЛЛИАНТОВЫЙ» МАТЕРИАЛ

Эта «алмазная крошка» мелькала на зарубежных выставках и импортных продуктах, а в этом году мы встретили её на нескольких стендах на ПРОДЭКСПО — как у производителей, так и у типографий. Этикетка с пером — промо от «Принт Эдженси», очень тонкая работа с фигурной высечкой, серебряным и объёмным медным тиснением. Печати при этом минимум — 1 краска.



ФИГУРНАЯ ВЫСЕЧКА во всех её проявлениях



Не только сложные контуры, но и высечка элементов внутри этикетки — тренд последних лет. Оборудование, которое приобретают типографии в последние годы, позволяет делать высечку всё сложнее и интереснее. Этикетка с деревом и высеченными элементами — типография Euroflex, а этикетка со сквозным названием ICE — белорусская типография «Спектр-лайн».



Пути листового офсета

Отечественная полиграфия воодушевляюще успешно переносит санкционное давление. Казавшимся незаменимыми расходникам всё же нашлись замены на азиатском рынке. По реально незаменимым запчастям проложены каналы поставок. Целиком построенные ещё недавно на западных решениях цифровая печать и флексография с неожиданной лёгкостью перешли на китайские и, местами, индийские аналоги. Но есть листовая офсет — пожалуй, единственный крупный сегмент полиграфии, где решение пока не найдено. О возможных вариантах и поговорим.

Михаил Кувшинов



Джошуа Рейнольдс. Гаррик колеблется между Трагедией и Комедией. 1760–1761

К счастью, листовые офсетные печатные машины, вдруг ставшие дефицитом, служат многие годы. И у их владельцев есть время на принятие взвешенного решения.

1. Можно, конечно, ничего не делать и ждать, что само рассосётся. За три-пять лет — вряд ли. Но что будет лет через 10, не знает никто. Как мне кажется, как взгляд в будущее — вполне. А как бизнес-план — вопрос.
2. Можно отказаться от перспектив развития в листовом офсете, эксплуатировать оборудование из наличия (пока работает) и вкладываться в другие направления. Решение возможное, но точно — не для всех.
3. Можно искать машины на вторичном зарубежном рынке (см. Новая реальность в офсете // Publish № 1/2, 2024. — Прим. ред.). Способ очевидный, но тяжёлый. Во-первых, выбор совсем невелик. Среди прочего, это необходимость брать что нашлось-попалось, а не ту конфигурацию, что нужна. Во-вторых, даже серьёзно б/у машина выходит заметно дороже, чем новая с гарантией всего два года назад. В-третьих, далеко не гарантировано финансирование таких сделок, а без него редко кто потянет подобный проект. В-четвёртых,



как раз гарантированы «грустные» качество поддержки и стоимость запчастей. Как итог, сделки есть — но пересчитать их можно по пальцам одной руки. Не удивительно, два года назад инвестиция в новую быструю и автоматизированную машину выводила технологические возможности типографии на новый уровень. Б/у с хорошим пробегом технологический рывок не обеспечит точно. Но может позволить на годы удовлетворить производственные потребности — скидывать этот вариант со счетов не стоит.

4. Можно уходить в «цифру». Решение, очевидно, лишь частичное, годное только для коротких тиражей. Но короткие тиражи — не значит «мало денег». Есть много коротких заказов значительно прибыльнее, чем запечатать столько же бумаги в одном длинном. Не для всех вариантов текущей загрузки листовых офсетных машин азиатская «цифра» сегодня может предложить решение, даже в коротких тиражах, тут надо смотреть внимательно. Например, гляцевый журнал или музейный каталог — вряд ли получится сделать за разумные деньги. Но во многих сегментах это будет реально — прежде всего в книге.

5. И, наконец, можно остаться в офсете, но сменить лист на рулон. Рулонная полуротационная офсетная машина в Китае — достаточно востребованное решение для того, чтобы кормить нескольких серьёзных производителей. Кто-то, как Wanjie, специализируются на офсете. Кто-то, как Weigang, делают офсетные машины наряду с основным бизнесом в узкорулонном флексо.

В отличие от ушедших с рынка европейских производителей рулонных машин, китайцы используют традиционный процесс с увлажнением, а не сухой офсет. То есть все расходники — привычные. Непривычен — рулон. Но даже в прошлые годы пользовались некоторой популярностью решения с рулонной загрузкой в листовые машины. Рубка в лист прямо перед печатью позволяет экономить на бумаге в том числе за счёт требуемой длины листа. Рулонная машина может быть укомплектована рубкой в лист после печати, то есть позволит использовать всю накопленную постпечатать.

Китайцы за последние годы резко в машиностроении продвинулись: запредельный уровень конкуренции делает своё дело. Качество, надёжность, обеспечение запчастями у лидеров — на достойном уровне, сервис в норме доступен у российского поставщика. Цены ниже европейских, правда, далеко не в разы.

Есть и особенности, которые точно станут проблемами, если внимательно не учесть их на берегу. Машины задуманы для производства этикетки и упаковки. Большинство — в узком рулоне, хотя массово производятся и в версии шириной 550/680 мм. А демонстрируются на выставках и гораздо более широкие. У них относительно ко-



Wanjie WJPS,
ширина рулона от 350 до 550 мм

роткий раппорт, то есть максимальная длина печати. Чаще всего можно после рубки получить квадрат или лист, вытянутый по широкой стороне, но не по узкой. Если типография печатает упаковку, то есть делается запечатка с одной стороны, то решение вообще может быть оптимальным. Сигаретная упаковка со всевозможными улучшениями, облагораживанием лаком, фольгой и пр. — одна из основных задач для таких машин. А вот если в типографии печатается листовая коммерческая продукция, придётся ставить 8 или 10 секций с переворотом посередине. Это возможно и примерно соответствует листовому перфектору. Но, как и всякий перфектор, удовольствие получается не из дешёвых.

В любом случае надо ехать, смотреть. Сначала на выставки — их много в Китае. Ближайшая — Sino Label/Sino Print в начале марта 2024 года. Потом — обязательно на заводы-изготовители. Инвестиции серьёзные, и даже идеальная машина требует сервисного обслуживания.

Итого: вариантов несколько, ни один не выглядит ни тупиковым, ни идеальным. Выбор есть, и, как всегда в бизнесе, выбор непростой. ▣



PUBLISH В



Подписывайтесь на канал
t.me/publish_ru
Остаёмся на связи!



Текстильная печать: итоги, тренды, планы

В начале нового года принято подводить итоги прошедшего и строить планы на будущее. Publish решил узнать, как прошёл 2023 год и какие планы на 2024-й у руководителей компаний, занимающихся цифровой текстильной печатью, и задал им несколько вопросов.

Ответы записала Ирина Паялина.

Что интересного, нового,
сложного было в 2023?

Что ждёте от 2024?

Какие тренды отмечаете
на ближайший год?

Представлена ли продукция компании
на маркетплейсах?

Как оцениваете перспективы
этого канала продаж?



Александра Калошина,
основатель Solstudio Textile Group



2023 год — это для нас прежде всего год покупки оборудования, необходимого не только для увеличения объёма производства, но и для большей устойчивости и стабильности фабрики в нынешних непростых условиях. Главная задача была купить ещё одну печатную машину для натуральных тканей и установить ещё одну промывочную линию. Кроме этого, было приобретено швейное оборудование для расширения нашего небольшого швейного цеха. У себя мы подшиваем платки и отшиваем столовый текстиль.



Год прошёл под знаком больших, по масштабам нашего предприятия, затрат всего, что с ними сопряжено: сложности доставки и непредсказуемость роста её стоимости. К концу года оборудование было доставлено, несмотря на трудности и благодаря поддержке турецких партнёров. Практически всё наше оборудование — это парк машин итальянской фирмы MS, и мы не хотели переходить на китайскую или корейскую технику, чтобы не создавать дополнительные трудности в ремонте, освоении, красителях, и решили пойти уже проверенным путём.

На 2024 год у нас запланировано освоение приобретённой техники, увеличение объёмов производства, достижение ещё большей стабильности. В 2023 году мы хорошо освоили печать на шёлке и шерсти. Шерсть во время пред- и постпечатной обработки ведёт себя сложнее, чем все остальные материалы, но мы разработали свои регламенты, подобрали химические составы, и нам удалось добиться отличной цветопередачи, яркости и детализации рисунка. Шёлк также требует особого подхода, хорошей подготовки и ноу-хау предприятия. Разместить заказ на этих тканях может любой клиент. В целом на фабрике более 300 образцов различных видов основ для печати.

Сейчас мы говорим о трендах весна-лето 2025. Рисунок сезона формируется под влиянием ИИ и использования технологических творческих инструментов, которые также влияют на текстуру и комбинаторику ткани.



В текстиль придут мягкие плавные формы, мечтательные цвета, текущие текстуры, имеющие объём и сенсорность, слегка преувеличенные элементы.

В основных трендах останется приглушённая тёмная флора и в противовес ей яркие тропики. Сохранит актуальность мистическое направление и использование таинственных элементов и символов разных эпох и культур. В цвете будут активно использоваться приёмы деградации, омбре, градуировок, светящихся элементов. Появится особенный цвет — который назвали AI пастель, слегка неоновая пастель, имеющая эффект цветопередачи экранов гаджетов и настройки самого ИИ.

В группе Solstudio Textile Group несколько компаний. И фабрика печати на ткани Solstudio Industry планирует выходить на маркетплейсы с собственным продуктом — это будет столовый текстиль. Уже разработано несколько линеек, и первые результаты продаж были очень удачные.

Бренд несколько раз смотрел на это направление, но пока его не развивает. Для масштабного присутствия на маркетплейсах нужно создавать вторую линию, но мы не видим пока в этом необходимости, потому что не все возможности продукта первой линии освоены. Мы считаем, что находимся в самом начале пути, и только входим в систему нового мышления, погружаясь всё больше в философию собственного бренда Radical Chic.



к содержанию





Евгений Тимощенко,
директор по развитию «Принт текстиль»

Сложно ответить кратко и однозначно: что же это был за год — 2023-й? Наверное, то, что изменился окончательно горизонт планирования и пришло понимание, что всё нужно строить по-другому. Все связи будут другие. Партнёры и условия тоже. Это было и сложно, и интересно.

Мы не ждём, мы строим планы и движемся к поставленным целям. Но путь в любом случае всегда важнее. Мы выбираем дороги, которыми идти. От нового года мы ждём новых возможностей и постараемся их не упустить. Если говорить о трендах внутриполиграфических, то основной — это стадия принятия товаров, комплектующих, оборудования и сырья из Китая. Тренд на создание продукта и создание локальной добавленной стоимости. Хочется верить, что желание делать что-то самим не заглохнет. Наша компания занимается торговлей на маркетплейсах. Мы считаем, что этот канал растёт, имеет большие перспективы и развивается. Торговля не становится сложнее, просто меняются правила, меняются условия и способы продвижения и работы. Считать деньги правильно и досконально становится всё важнее.



Татьяна Янгурская,
собственник и руководитель компании Talika Print

В 2021 году на выставке я впервые увидела, что это такое — DTF-принтер. Честно сказать, меня и удивило, и одновременно не впечатлило это оборудование. Удивило тем, что можно было печатать практически любой принт, а не впечатлило своими размерами. Ведь тогда в Россию поставляли только «малышей» с шириной печати 30 см. Возможно, были принтеры с более широкой областью печати, но я их не видела и не слышала о них. Скорость печати также оставляла желать лучшего. На какое-то время я отпустила эту тему, но опыт печатника и дизайнерские порывы не оставляли меня в покое. И в 2023 году я купила DTF-принтер, но уже с шириной печати 60 см. И пожалела, что не сделала этого раньше!

Для меня это новый опыт в печати, так как раньше я занималась только широкоформатной сублимацией. Меня предупреждали, что это не одно и то же, что надо будет попотеть, что испорчу кучу плёнки и чернил. Но этого не случилось! У меня заработало всё и сразу! Благодаря консультации сотрудников «Зенона» мой выбор пал на комплекс Omajic-70. Естественно, по прошествии некоторого времени, появились вопросы и пожелания. Хотелось бы усовершенствовать технологию, расширить возможности, такие как печать металлизированными красками; возможно, хотелось бы обойтись без порошкового клея, а печатать клей так, как печатается подложка.



к содержанию



На ближайший год я отметила, что всё больше людей выбирают одежду с принтами и монохром уже не владеет всем рынком.

Сразу встаёт вопрос открытия дополнительных каналов продаж.

Хотелось бы видеть более яркие принты. Знаю, что есть принтеры, печатающие флуоресцентными красками, но образцы печати меня не порадовали. Надеюсь, всё это в ближайшее время станет реальным и доступным. Сейчас очень актуальна тема маркетплейсов, но у меня был печальный опыт работы, и это касается не только недобросовестных покупателей, но и потерь товаров площадкой. Мною тоже были допущены ошибки, такие как несвоевременная поставка дефицитных артикулов, отгрузка максимум на два склада. Возможно, я когда-нибудь задумаюсь о возобновлении работы с маркетплейсами. Сейчас меня останавливает высокий порог входа, так как маржинальность футболки с принтом очень низкая и нужны большие вливания. Но это моё личное мнение, возможно, кто-то думает иначе. Искренне желаю удачи всем коллегам!

**Даниэла Мереуца,
PR-менеджер KUNJUT**



В 2023 году KUNJUT столкнулась с рядом интересных и сложных задач, которые помогли нам стать ещё лучше и сильнее. Одна из главных — обновление оборудования и запуск новых технологий, таких как DTF и печать на Flex-плёнке.

Это позволило создать изделия с гибридным нанесением, внести в номенклатуру новые ткани для печати, в том числе натуральные, и значительно увеличить производительность фабрики.

Этот год стал вызовом, связанным со сменой поставщиков тканей и сублимационной бумаги, но все трудности преодолены, и новые материалы уже введены в работу. 2023 год был очень продуктивным для нас, это видно по некоторым итогам:

- реализованы крупные проекты для значимых музеев страны: «Царское Село», «Русский музей», «Эрмитажный магазин»;
- проведены образовательные вебинары и день открытых дверей, где мы делились своими знаниями и опытом с нашими партнёрами и клиентами;
- товары под собственной торговой маркой «Музей.Маркет» заняли третье место в номинации «Образовательный сувенир» в региональном конкурсе «Новая культура сувениров»;
- KUNJUT вошла в fashion-сферу, дебютировав на нескольких показах Петербурга.

KUNJUT является одним из лидеров по созданию музейной сувенирной продукции, это важное направление деятельности компании, поэтому в 2024 году мы будем привлекать к сотрудничеству ещё больше музеев, начиная от региональных и заканчивая крупнейшими музеями страны. Кроме того, поддерживая тематику музеев, KUNJUT разрабатывает стратегию продвижения собственной торговой марки «Музей.Маркет» — бренд одежды и аксессуаров с репродукциями картин известных художников, таких как Иван Айвазовский, Казимир Малевич, Василий Кандинский, Михаил Врубель и др. Наконец, сейчас разрабатываются новые коллекции для маркетплейсов. Считаю, что это отличный канал для расширения нашей аудитории. В целом я уверена, что 2024 год будет очень продуктивным для нашей компании.



Я отмечаю несколько **интересных трендов** в индустрии

1. Тренд на экологичность и устойчивость. Всё больше клиентов ищут экологически чистые материалы и способы производства, которые не наносят вреда окружающей среде.
2. Тренд на персонализацию продукции. Клиенты хотят получить уникальные дизайны, которые отражают их индивидуальные особенности.
3. Развитие направления корпоративного мерча. Компании начинают задумываться над развитием своего HR-бренда, используя кастомизацию корпоративной одежды и аксессуаров.
4. Популяризация искусства. Я действительно считаю, что доступ к искусству должен быть у каждого человека, и с помощью нашей продукции мы будем продвигать эту миссию в массы.



к содержанию



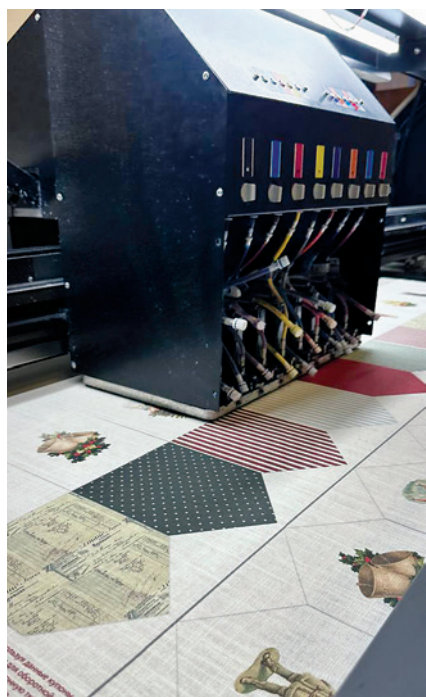
С 2020 года мы реализуем продукцию KUNJUT на Ozon и Wildberries. В начале нашего пути мы присматривались к площадкам, отмечали тенденции развития, а к 2023 году наши ведущие позиции вошли в топ-20 на Wildberries. С 2023 года СТМ «Музей.Маркет» стала доступна на OZON и на данный момент показывает положительную динамику в продажах.

По нашему собственному опыту рост рынка маркетплейсов начался со времён пандемии и режима самоизоляции, когда вводились ограничения на передвижение. В это время мы решили попробовать запустить продажи защитных масок для лица и не прогадали. Маркетплейсы дали нам возможность быть доступными для широкой аудитории. Когда ограничения были сняты и покупателям вновь стали доступны оффлайн-магазины, электронная коммерция продолжила набирать обороты.

На данный момент конкуренция выросла многократно, продавцы начали уделять внимание созданию и развитию уникального бренда, что несомненно бросает вызов участникам рынка, но несмотря на это маркетплейсы, безусловно, являются перспективным каналом продвижения.

Михаил Купавцев,
генеральный директор «Димитекс»

Прошедший 2023 год был очень насыщен на события. Мы многократно расширили производственный парк, улучшили нашу площадку, добавили новые возможности и функции для наших клиентов, а самое главное — снизили цены за счёт прямых поставок тканей и трикотажа.



Мы заняли лидирующие позиции по продаже тканей с принтами на маркетплейсах, получили огромное количество отзывов о качестве печати и самих рисунках. Мы достигли, пожалуй, самой главной цели — помочь молодым брендам и дизайнерам создавать новые уникальные коллекции, которые они продают в соцсетях или на маркетплейсах. От клиентов приходит огромное количество положительных отзывов о качестве наших тканей.

Наши клиенты шьют самые удивительные вещи, которые мы не могли себе представить: от фонов для фотосессии для кукол до зимней одежды для собак. Они шьют из наших тканей уникальные дизайнерские вещи, куртки, рюкзаки, сумки, чехлы на мебель, автомобили, велосипеды и так далее. Такие необычные проекты заставляют нас двигаться дальше и придумывать дополнительные возможности. Мы постоянно внедряем новые основы для печати, меняем состав тканей, чтобы удовлетворить потребности настолько необычных и творческих людей.

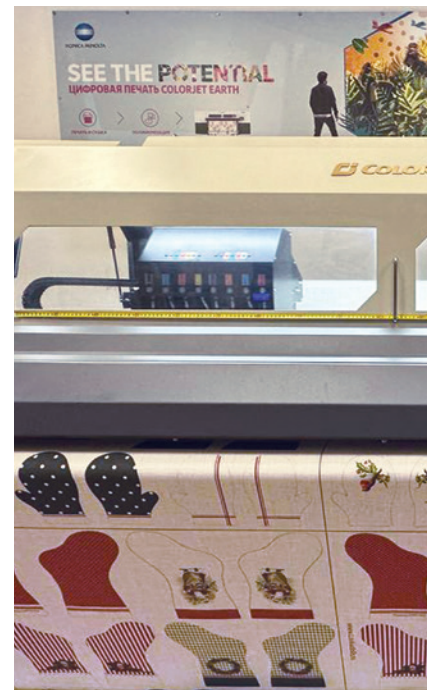
2024 год будет для нас переломным. Мы планируем многократное увеличение производственных мощностей за счёт покупки высокопроизводительного промышленного оборудования, расширение ассортимента тканей, а также развитие возможностей нашей платформы за счёт разработки мобильных приложений и сайта.

Весь спектр обновления оборудования пока сказать не могу, так как здесь очень многое зависит от внешних факторов: способов доставки, гарантий, стоимости чернил и множества других переменных. За долгое время работы на рынке мы обросли огромным количеством надёжных и проверенных поставщиков. Наши партнёры не только поставляют оборудование и расходники, но и помогают решить вопросы с технологией, материалами, производством.

Мы очень много времени уделяем взаимодействию с покупателями, стараемся быть открытыми и делимся информацией о развитии в соцсетях и каналах взаимодействия. Мы публикуем не только результаты работы и отзывы живых клиентов, но и трансляции, видео с производства и просто делимся хорошим настроением. Это важно в наше время, когда весь мир становится искусственным, неживым и наигранным. Мы стараемся показать себя в простой, обыденной жизни, в процессе работы и выполнения заказов. Люди это ценят и стараются реагировать на наши публикации.



Основные перемены, которые мы наблюдаем в процессе работы, связаны с гиперконкуренцией на маркетплейсах.



Маркетплейсы — уникальный канал продаж.

Тысячи компаний поставляют свою продукцию, но лишь единицы имеют собственное производство, которое позволяет разрабатывать широкую коллекцию, выделяться среди конкурентов, расширять ассортимент и увеличивать маржу. Это очень серьезное и ответственное дело, так как связано с огромными издержками хранения и рисками низкого спроса. Раньше можно было добавить в свой ассортимент синтетическую ткань с принтом. Сейчас необходимо не только иметь изделия с рисунками, но и использовать в пошиве натуральную ткань — синтетика всем надоела. Поставщики очень внимательно читают отзывы своих клиентов, и большинство их не о качестве пошива, а об используемом материале.

Именно здесь кроется основная проблема российского рынка. Компаний, которые могут предоставить печать на натуральных тканях, единицы. Поэтому можно сказать, что основной тренд в этом году — на натуральные ткани с принтом.

Если говорить о самих рисунках на ткани, то здесь нет явного тренда. У каждого бренда свой узнаваемый принт и стиль: кому-то нужны цветы, кому-то геометрия, а кому-то абстрактные формы. Мы не работаем с большими сетями, для которых попасть в тренд — жизненно необходимая задача.

Он не просто увеличивает продажи — это огромная рекламная площадка, которая генерирует большое количество лояльной аудитории. Конечно, продажи важны, но один и тот же метр ткани может стоить для покупателя и 500 рублей, и 1500 — всё зависит от того, как вы позиционируете себя. Генерировать прибыль — это очень сложная задача в отличие генерации объемов оборота.

Мы стараемся не просто продавать «метр ткани», мы помогаем нашим покупателям решить их задачи. Например, наши клиенты часто задают вопросы относительно предназначения ткани и способа шитья. Мы стараемся отвечать каждому клиенту. А потом результаты публикуем в наших соцсетях. Это очень нравится клиентам, ведь они, как настоящие творцы, хотят признания и положительной обратной связи.



Я думаю, самые успешные продавцы не занимаются продажей только на маркетплейсах. Правильно использовать все каналы продаж. А в перспективе развивать собственную площадку сбыта. Свой интернет-магазин позволяет напрямую взаимодействовать с аудиторией, получать обратную связь и улучшать продукт. Если вы смогли раскрутить этот канал, вы застрахованы от конкуренции своим брендом.

Это сложная задача, которая потребует от вас денег, времени, таланта, но вы обретаете самое важное на рынке — собственную аудиторию.

Рынок перегружен самой разной продукцией. Покупать «безымянную» одежду будут, но за очень маленькие деньги. А когда нет собственного большого производства, вы не сможете конкурировать по цене с крупными фабриками. Именно поэтому нужны дизайнеры, креативные люди, творцы, умеющие рассказывать истории своим покупателям.

Поэтому мой совет — развивать и продвигать собственный интернет-магазин.



к содержанию



«Притяжение» будет

19 апреля 2024 года в Сочи состоится очередной слёт полиграфистов «Притяжение». О том, какие темы будут самыми актуальными на весенней встрече профессионального сообщества, мы поговорили с руководителем проекта AXIOM и организатором слёта Яной Ивановой и директором екатеринбургской типографии «Профиль» Алексеем Гончаровым.

Беседовала Юлия Васина

Слёт «Притяжение» — встреча единомышленников и профессионалов, которые вместе достигают новых высот и поднимают полиграфическую отрасль на новый уровень, то есть, по сути, задают тренд. Концепция слёта состоит из трёх аксиом: путешествуй, развивайся, общайся. Одной из ключевых задач слёта является создание дружеской атмосферы и комфортной среды общения между представителями печатной отрасли. В прошлом году мероприятие получило массу положительных отзывов: впечатлениями от встречи участники делятся до сих пор. Обязательной частью каждого слёта полиграфистов являются выбор наиболее актуальных тем и их раскрытие. В 2024 году актуальной темой станет **«Управление продажами. Презентация модуля CRM* для типографии»**. В данном случае мы опираемся на собственный опыт и опыт коллег, а вся теория подкреплена практикой.

Что же всё-таки нужно полиграфисту из многообразия функций системы управления взаимоотношениями клиент-менеджер? CRM — это звено в общей системе управления предприятием, которое должно отвечать за часть бизнес-процесса, где происходит принятие и обсуждение заказа — до стадии запуска заказа в производство. Казалось бы, классика жанра, чего тут сложного! И современные CRM-системы имеют огромный набор инструментов для того, чтобы гибко настроить под себя. И всё это идеально подходит для торговых компаний, у них нет заморочек с необходимостью производить товары, а вот полиграфическое производство имеет огромную вариативность продукции, кучу предварительных расчётов, и все доступные инструменты заходят «со



ПРИТЯЖЕНИЕ
СЛЕТ ПОЛИГРАФИСТОВ

Сочи
19 апреля
2024

CRM  **ERP**

скрипом». Здесь и появляется необходимость в специализированном калькуляторе: расчёт требуется производить «на лету» — типографии не могут позволить себе отпустить клиента к конкуренту. Да и менеджер должен понимать в моменте, хватает ли материала и может ли производство технически изготовить продукт под запрос заказчика и в какой срок — это важно. Поэтому для полиграфического предприятия возникает потребность в единой системе, а менеджеру необходимо получать все эти данные в одном окне.

Ко всему прочему, меняется способ коммуникации менеджера с клиентом. Ещё недавно большинство заявок менеджеры получали по электронной почте, хорошим тоном было

позвонить и поговорить с клиентом — обсудить особенности заказа, и даже не так и давно были FTP-сервера для получения тяжёлых макетов, была даже специальная система учёта и передачи флеш-карт обратно клиенту. Сейчас на первый план выходят мессенджеры, и они полностью вытесняют старые способы корпоративного общения. Преимущество работы через новые каналы бесспорное, все вопросы можно порешать быстро и оперативно, обменяться файлами и многое ещё чего. С одной стороны — одни плюсы, с другой стороны — все мессенджеры связаны с номером телефона сотрудника, а зачастую это ещё и их личные номера. И вот это уже очень плохо для компании.

Что из этого следует? Во-первых, нет возможности контролировать своевременную обработку заявки от клиента, а руководителю — причины отказа от заказа. В этом году, проводя собрание с менеджерами после сезона, отметил для себя, что многие сотрудники жаловались на невозможность контролировать состояние обработанности заявки, объём сообщений большой и пока общался с одними, очень легко забыть ответить

* CRM (customer relationship management) — это функциональный инструмент для управления взаимоотношениями с клиентами предприятия.



другому. На этом этапе, опять же, возникает необходимость в системе, которая будет регистрировать входящие сообщения и даст возможность контролировать этот процесс.

Во-вторых, это привязка клиента к номеру сотрудника: многие даже и не знают, куда звонить в случае, если менеджер им не ответил, а наверняка есть и случаи, что клиент не знает даже названия типографии при такой системе общения. Как следствие, на качество общения влияют и такие факторы, как болезнь, отпуск, отгулы, — это становятся проблемой, не говоря уже про увольнение менеджера.

Эти задачи необходимо решать в первую очередь. Требуется объединение каналов коммуникации в единое пространство: единый входящий номер, единая электронная почта — можно сказать, принцип «одного окна». Во вторую очередь нужно создать для менеджера удобное и эффективное рабочее место, где он сможет работать, не упуская ни одного заказа. Система не должна мешать менеджеру, он не должен бороться с ней, она должна помочь организовать его работу и улучшить клиентский сервис, тогда и клиенту захочется вернуться в вашу типографию снова и снова. В этом и есть залог стабильного дохода полиграфического производства. У руководителя в этом случае появится возможность контролировать процесс, анализировать факторы, искать зоны роста, считает Алексей Гончаров.

ПРИТЯЖЕНИЕ
СЛЕТ ПОЛИГРАФИСТОВ

CRM ERP
ПРЕЗЕНТАЦИЯ МОДУЛЯ CRM

НЕ ТЕРЯЙТЕ КЛИЕНТОВ. Удобно менеджеру:

- 1 | Омниканальность. Объединение каналов коммуникаций (ватсап, телеграмм, почта) в одном окне.
- 2 | Персонализация. Автоматическое распределение входящих запросов по менеджерам.
- 3 | Оптимизация. Расчет стоимости заказа и отправка ТЗ не выходя из чата с клиентом.
- 4 | Файлообмен. Принимайте файлы и согласовывайте макеты в одном окне.
- 5 | Многозадачность. Управление и постановка задач в одном окне. Все важные задачи под контролем.

НЕ РВИТЕ ЦЕПОЧКИ. Удобно руководителю:

- 1 | Единая карточка клиента.
- 2 | Отсутствие привязки клиентов к менеджерам. Клиенты принадлежат типографии.
- 3 | Отсутствие разрыва цепочки продаж-производство.
- 4 | Контроль входящих запросов.
- 5 | Анализ результатов взаимодействия клиент-менеджер.
- 6 | Доступ к переписке для руководителя и подключение специалистов к чатам.

Сочи. 19 апреля 2024 г.



Проанализировав все популярные системы, в AXIOM для себя прекрасно осознали, что в них предлагается очень большое количество возможностей и все они не совсем подходят под полиграфическое производство ввиду разрыва цепочки «продажа — производство». Более того, в самой системе AXIOM уже реализована часть функционала, который предлагается в CRM. Тогда и было принято решение — создать свою CRM. Тем более что это хорошо укладывается в философию проекта AXIOM: предлагать готовые, работающие решения. Модуль CRM команда проекта и презентует на слёте полиграфистов «Притяжение» в Сочи, резюмировала Яна Иванова.

Также на слёте в Сочи пойдёт разговор о текущих трендах и изменениях, уже происходящих последние несколько лет, в B2B-продажах, а также о компетенциях, которые необходимо развивать менеджеру по продажам в нынешних реалиях. Спикером и бизнес-тренером в этом году станет руководитель функции обучения сбытовых подразделений «Контур» Светлана Филонова. А организаторы со своей стороны уверены, что дружеская атмосфера и морской воздух сделают общение коллег не только полезным и продуктивным, но и максимально комфортным. Присоединяйтесь! 🗣️



к содержанию



Широкоформатная печать-2024

Что произошло и как работать?

Российские полиграфические предприятия уже два года живут в условиях жёстких ограничений. В обстановке, когда крупнейшие западные поставщики оборудования ушли с отечественного рынка, первоначально образовался вакуум, который, однако, продлился недолго.

На смену привычным европейским, японским брендам появились китайские, индийские, турецкие и даже российские марки.

Владимир Сорокин

Нельзя сказать, что появление «восточных» брендов стало неожиданностью. Многие российские поставщики оборудования уже давно сотрудничали с компаниями из КНР, однако ещё совсем недавно к китайской продукции отношение было немного предвзятое, общераспространённой была точка зрения, что китайская техника уступает условной западной. В нынешних реалиях, когда предложение оборудования значительно трансформировалось, необходима определённая перестройка взглядов и холодный рациональный расчёт в вопросах применения предлагаемого на рынке оборудования. При этом обоснованно начать с анализа сегодняшнего состояния рынка, а также изменений, которые на нём произошли или, возможно, произойдут в ближайшее время.

Обсуждая трансформацию рынка полиграфического оборудования, уместно отдельно рассмотреть изменения, которые произошли в сегменте широкоформатной печати.

Широкие перспективы

Широкоформатная печать, как, собственно, следует из названия, представляет собой технологический процесс нанесения изображения на различного рода материалы, с одной существенной особенностью: размеры запечатываемого материала велики, для чего требуется применение специальных широкоформатных принтеров или плоттеров.



Широкоформатные принтеры имеют высокое разрешение — до полутора тысяч и более dpi, что требует предельной точности механики позиционирования печатающей головки и высокого качества полиграфического материала — чернил.

Обсуждая тему широкоформатной печати в целом, нельзя не коснуться наиболее перспективного направления ультрафиолетовой (УФ) печати. УФ-технология представляет собой разновидность струйной печати, с применением специальных чернил, которые затвердевают под воздействием ультрафиолетового излучения.

Преимущество заключается в том, что УФ-чернила затвердевают практически мгновенно, исключая риск отмарывания. Как результат, получается высококачественная готовая продукция с чёткими контурами без «раздавливания» точек.

Более того, УФ-печать обеспечивает точность цветопередачи и высокую детализацию мелких элементов изображения.

Оборудование и материалы для широкоформатной печати в России в массе своей не производятся, поэтому введение санкций оказалось чувствительным для российских рекламных компаний, специализирующихся на изготовлении элементов наружной рекламы.

Как пережили?

Оглядываясь на прошедшие два года, **Сергей Головченко**, руководитель отдела продаж GO!Digital



к содержанию





ПРИТЯЖЕНИЕ
СЛЕТ ПОЛИГРАФИСТОВ

CRM ERP

Презентация модуля CRM

Сочи
19 апреля
2024

Регистрация на мероприятие на сайте

<https://притяжение-полиграфистов.рф/>

Программа «Притяжение»

- **13:00–13:20** **Сбор гостей. Приветственный кофе-брейк.**
- **13:20–13:30** **Открытие «Притяжение». Приветственное слово.**
Спикер: *Иванова Яна.*
- **13:30–14:30** **«Изменения и тренды В2В продаж. Как изменились продажи за несколько лет? Развитие менеджеров по продажам, их навыков и компетенций в современных реалиях. Инструменты управления продажами».**
Спикер: *Филонова Светлана.* Бизнес-тренер, руководитель функции обучения сбытовых подразделений компании «Контур». Автор курсов: «Переговоры без манипуляций: как договориться с выгодой для бизнеса», «Тренер по продажам».
- **14:30–15:30** **Презентация модуля CRM**
Спикер: *Алексей Гончаров.* «Аксиома».
- **15:30–16:00** **Постоянная рубрика «Открытый микрофон».**
Любой участник «Притяжения» может поделиться опытом решения задач по заданной теме.
Спикер: *Вячеслав Филоненко.*
Типография «PixelPrint», Казахстан, Алматы.
Тема: Адаптация CRM в полиграфическом производстве. Опыт типографии.
- **16:00–19:00** **Организованная автобусная экскурсия с профессиональными гидами.**
Музей «Дача Сталина» – одна из важнейших достопримечательностей города.
- **19:00–02:00** **Мацестинская ротонда. Фуршет. Неформальное общение с коллегами на побережье станет прекрасным завершением вечера, а может быть началом новых и полезных знакомств.**

Регистрационный взнос – 10 000 рублей за человека.

Информационные партнеры – **publish**  **PRINTING TECHNOLOGY**

Организация тура от партнера «Бизнес-тур»:

8 (343) 379 31 41

x5@b66.ru – Кристина

Организатор: 

12+

РЕКЛАМА



По словам директора «Цифровой типографии Б» (Ставрополь) Владимира Бочкова, принтер GO!Digital UV-740D оправдал его ожидания по соотношению цены и качества. На выбор данной модели повлияло наличие расходных материалов на складе поставщика и технической поддержки

и Mimaki в ГК «РУССКОМ», констатировал, что преодолеть непростой период российским компаниям помогли навыки, приобретённые в прошлые трудные времена, благодаря которым теперь российский бизнес обладает необходимой смекалкой, позитивным мышлением, опытом быстро приспосабливаться к изменениям внешней среды. Успех остался за теми, кто сумел сохранить уникальную культуру предпринимательства, направленную на качественное взаимодействие с партнёрами и заказчиками.

Солидарную позицию высказал **Дмитрий Грацков**, директор по маркетингу «Смарт-Т», который поделился своим видением успешного преодоления кризисного периода. Гарантией достаточно безболезненного прохождения его фирмы через «бурные» времена стало то, что в структуре холдинга «Смарт-Т» на протяжении пяти лет успешно функционировала компания «КОВЧЕГ», которая занималась поставкой техники из КНР. На фундаменте наработок «КОВЧЕГА» и благодаря результатам активного поиска был оперативно сформирован оптимальный портфель предложений «Смарт-Т», способный полноценно заменить оборудование ушедших поставщиков.

Руководитель отдела продаж «Технографики» **Александр Татарин** отмечает рост объёмов рынка. Причём вырос как количественный, так и качественный состав заказов. До 2022 года основными заказчиками УФ-оборудования были рекламные-производственные компании. Начиная с середины прошлого года, отмечается резкий всплеск заказов оборудования от производителей конечной узконаправленной продукции. Это

различные заводы и компании по производству продуктов народного потребления, высокотехнологичные производства, представители лёгкой и тяжёлой промышленности. Требования к качеству поставляемого оборудования и его комплектациям также увеличились. Причиной этого стала потребность в обновлении парка оборудования у игроков, давно находящихся на рынке и чётко представляющих свои потребности и задачи. Процесс переговоров и подбор оборудования стал куда труднее и кропотливее, но, отталкиваясь от прошлого опыта поставок, так и остался обычной чётко структурированной рутинной.

Операционный директор «Текс-Дизайн» **Сергей Белокуров** подтверждает, что западные компании спешно покинули рынок, а на их место приходят китайские, индийские и в небольшом количестве турецкие производители и, конечно, уже можно говорить о появлении российских производителей. Если быть точными, то западные станки покупать и получать тоже можно, только с большими рисками и непредсказуемыми сроками поставок. Западные вендоры де-юре из России ушли, как бы совсем пропали, а де-факто перестали быть в том виде, как были раньше. В то же время российские поставщики, конечно, немного изменили свои приоритеты. Молодцы те, считает Сергей, кто перестроился, но, к сожалению, есть и такие компании, которые не смогли стать на новые рельсы: такие или считают убытки из-за потери доли рынка, или разорились.

Руководитель отдела продаж «ПРИЗМИКС» **Динара Броневицкая** соглашается с подобным описанием сегодняшнего положения дел. Все глобально известные и «устоявшиеся» на рынке бренды из России за последние годы ушли, и китайские производители плотно оседают на рынке. В этот период в её компании начали развивать бренд LIYU Platinum, который идеально вписался в их продуктовую линейку. Более того, несмотря на значительные опасения относительно качества и «восточных корней», эти принтеры уже получили высокую оценку клиентов, изначально привыкших работать с премиальными брендами.

Подводя краткие итоги прошедших двух лет, **Дмитрий Грацков** считает, что экономическая ситуация в России стала триггером дальнейшего развития и расширения продуктовых линеек. Например, «Смарт-Т» стала ещё плотнее заниматься направлением автоматизированного промышленного раскроя (оборудование iESHO) и зашла в сегмент техники для производства этикеток.

Насколько велики изменения?

Время кризиса также является возможностью, которой стараются воспользоваться не только компании со смежных направлений, но и но-



вые игроки. **Сергей Головченко** считает, что это, безусловно, создаёт дополнительную конкуренцию, которая отлично влияет на рынок, как для заказчиков, имеющих выбор и разнообразные предложения, так и для поставщиков, которым необходимо искать новые инструменты для продвижения продуктов, а также его улучшения.

Александр Татарин не склонен сильно преувеличивать изменения рынка, крупные поставщики оборудования остались на первых ролях. В повседневной работе, в большинстве случаев, делая мониторинг конкурентных предложений, мы не слышим никаких новых имён, говорит он. Тем не менее отрицать, что за последний год появились новые компании, нельзя. Сейчас они проходят путь, который компания «Технографика» прошла более десяти лет назад, предлагая оборудование начального уровня, «щупая» различные сегменты. В всех смыслах это позитивное движение рынка.

Дмитрий Грацков считает, что уместно говорить не столько о трансформации рынка, сколько об его расширении. В качестве примера, говоря о «Смарт-Т», он сообщил о выводе на рынок солидной линейки сублимационных, сольвентных



В печатной мастерской Свято-Троицкой Сергиевой Лавры запущен планшетный УФ-принтер Sprinter TC-CF2513. Там печатают картины, фрески, иконы для храмов и дома, художественные фотографии на холсте, дереве, пластике и керамике

и УФ-принтеров от крупнейших китайских производителей GongZheng, ARK-JET и Sprinter, благодаря чему можно удовлетворить любые потребности клиентов на полиграфическом, рекламном и текстильном рынке. Традиционно предлагаются ламинаторы MEFU — одни из лучших в Китае, режущие плоттеры iECHO, VULCAN и ARK-CUT,



ПЛАНШЕТНЫЕ ПРИНТЕРЫ PLATINUM

НАДЁЖНЫЙ 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 10 см
До 8 цветов (СМУК + 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

Как дела с чернилами?

Дмитрий Грацков рассказал, что с переходом на продажи принтеров из Китая перед поставщиками стояла задача выбора качественных чернил для каждого печатного направления — сольвента, УФ, сублимации, прямой пигментной печати. Как и в случае оборудования, был скрупулёзно исследован рынок предложений и по итогам собственных испытаний отобрана широкая линейка качественных безопасных чернил, которую «Смарт-Т» предлагает под брендом Artix: сольвентные чернила Artix Pro и разные серии сублимационных чернил Artix Sb и УФ-чернил Artix LH, LUS, LF.

Примерно похожую ситуацию обрисовал **Сергей Головченко**, пояснив, что ситуация с чернилами требовала большого внимания, т. к. чернила — это ежедневная основа работы оборудования. ГК «РУССКОМ» работала параллельно в нескольких направлениях: создание стабильного стока оригинальных расходников в РФ и тестирование в своём демонстрационном зале альтернативных расходников на различных машинах. Это дало отличный результат: удалось не только предложить чернила по адекватным ценам в наличии, но и создать полноценную замену, мало чем уступающую оригиналу, но более финансово выгодную.

Александр Татаринов считает, что если не принимать во внимание предложения купить чернила по цене «в три раза дешевле, чем у вас», то все качественные чернила давно найдутся на рынке. Продавцы всем известны, уровень цен тоже. На главную роль вышла возможность поставки этих чернил, сроки и доступность на складе продавца. «Технографика» давно наладила процесс поставки УФ-чернил FujiFilm и поддерживает большой складской запас, таким образом были не только удержаны покупатели, но и удалось пополнить клиентскую базу новыми контрагентами.

Сергей Белокуров предупреждает, что почти все чернила на рынке — это продукция производителей из западных стран. При переходе на чернила китайских производителей могут быть нюансы.

Динара Броневицкая описывает ситуацию с чернилами как стабильную: у LIYU есть свои чернила Platinum очень высокого качества, которое полностью удовлетворяет клиентов.

лазерные станки PHOTONIM; сейчас предложение термопрессов TitanJet (Корея) дополнено качественным, надёжным и недорогим китайским каландром HOTA.

Активно развивается направление производства этикеток, для чего в ассортимент были включены станки для механической и лазерной высадки как iECHO, так и нового поставщика — компании Darui. Также предлагается машина под брендом Darui для продольной резки этикеток и тонерный принтер для печати этой продукции. «Смарт-Т» осваивает рынок ЦПМ и уже предлагает в продажу корейскую машину Dilli NEO PICASSO PLUS.

В целом сегодня клиентам предлагаются самые широкие возможности выбора в зависимости от объёмов их производства и финансовых возможностей.

Сергей Белокуров говорит, что на отечественный рынок поставляется достаточно широкий спектр оборудования. Поставщики стремятся отработать ситуацию по максимуму, даже те компании, которые совсем недавно избегали поставок китайского оборудования и негативно высказывались о нём, теперь активно работают с партнёрами из КНР, мотивируя свой выбор проведённой работой по выбору надёжных, проверенных поставщиков.

Так ли много стало китайского оборудования?

Дмитрий Грацков предельно реалистичен в своём мнении, говоря, что в нынешних обстоятельствах выбор китайских поставщиков для российских компаний различных отраслей стал практически безальтернативен, поэтому можно предположить, что промышленная продукция китайских производителей сегодня на российском рынке явно преобладает.

Если говорить об оборудовании и расходниках, которые по качеству и надёжности не уступают западным аналогам, то в таком внедрении «китайцев» на отечественный рынок нет ничего плохого — практика уже показала, что китайская техника как бюджетного, так и среднего ценового сегмента оказалась на высоте и пользуется сейчас большим спросом у российских производителей.

Сергей Головченко согласен, что сегодня тяжело переоценить «широту» захода китайской продукции по направлению цифровой печати, что показала, например, последняя выставка «Реклама-2023». Очень быстро произошла смена эпох, не все производства успевают перестроить свои технологические процессы под новые реалии, но такова природа вещей — на всё необходимо время.

Александр Татаринов не считает процесс появления китайского оборудования чем-то новым, сформировавшимся за последние два года. Рынок всегда был заполнен различными китайскими производителями. К примеру, «Технографика» построила свой бизнес на таких гигантах, как Dosaп и Jwei, при этом не стоит забывать и про более бюджетное оборудование марок LIST, Techno-Jet или Woodpecker. Западные бренды почти всегда находились на догоняющих ролях по количеству и составу предложений. Известные китайские марки давно поделены между старыми игроками. Конкуренты, которые занимались поставками японских и европейских станков, перешли на продажи оборудования из КНР. Основным маркером нахождения китайских брендов в России была прошедшая выставка «Реклама-2023» и июньская выставка в Шанхае. Встречные потоки гостей из обеих стран как ми-

До 1449 м²/ч

Onset X

Высокоскоростные планшетные принтеры



До 905 м²/ч

Jeti Tauro

Высокоскоростные гибридные принтеры



До 250 м²/ч

Avinci

Сублимационная печать – прямая или на трансферной бумаге



До 248 м²/ч

Jeti Mira

Скоростной планшетный принтер с опцией RTR



До 224 м²/ч

Oberon

Скоростной рулонный принтер



До 129 м²/ч

Anapurna

Среднескоростные планшетные, рулонные и гибридные принтеры



Asanti ПО

- Рабочий поток и управление цветом
- Допечатная подготовка
- Интуитивно понятное управление
- Работает на базе Adobe PDF



Чернила

- УФ и сублимация
- Жесткие и гибкие носители
- Низкое потребление
- GREENGUARD Gold сертификат

Комплексные решения для всех потребностей вашего печатного производства

Ознакомьтесь с нашим полным ассортиментом широкоформатных струйных принтеров с соответствующими чернилами и программным обеспечением. Будьте уверены в их высокой производительности и выдающемся качестве печати при наилучшей стоимости владения, а также безупречном сервисе и поддержке по всему миру.

www.agfa.com/printing/large-format

THINK INKJET
THINK **AGFA**



г. Москва, Дербеневская наб., д. 7, стр. 22
Тел: +7 (495) 212-26-82, +7 (495) 212-26-83

РЕКЛАМА





В Docan H3000 — модели 2024 года — каретка расположена по широкой стороне стола 3,2 м, что даёт ощутимый прирост по скорости печати. А замена ремённого привода каретки на линейный магнитный двигатель позволила упростить конструкцию и повысить надёжность машины

нимум не уступают лучшим годам до пандемии COVID-19.

А разница-то есть?

Дмитрий Грацков в своих оценках предлагает руководствоваться принципом разделения продукции по уровню качества. Если говорить о качественном китайском оборудовании, то оно сегодня по уровню сборки, надёжности комплектующих, точности и функциональности не только не уступает западным и японским аналогам, но по некоторым позициям даже их превосходит.

Всем давно известно, что в КНР, при поддержке государства, активно ведутся разработки как в области механики и электроники, так и программного обеспечения (в чём они однозначно преуспели). Разработчики опираются на самые продвинутые мировые технологии и внедряют в свои станки наиболее современные и эффективные решения. Это позволяет им обеспечить своему оборудованию высокую производительность и максимальную точность. Все китайские компании, с которыми работает компания «Смарт-Т», имеют десятки и даже сотни патентов на изобретения, которые регистрируются не только в самом Китае, но и в западных странах.

Но разница всё-таки есть. Китайская техника, несомненно, выгодно отличается от западной/японской своей ценой. В Китае уровень оплаты труда отличается от стран-конкурентов и на предприятиях повсеместно внедряются системы эффективного управления производством. В итоге это позволяет предлагать продукцию достойного качества с существенным ценовым преимуществом.

Динара Броневицкая осторожно отмечает, что качество китайской продукции, безусловно, другое: оно стало значительно лучше, чем 5–10 лет назад. Но важно понимать, что отличия меж-

ду разными производителями могут быть кардинальными, поэтому основным критерием для каждого поставщика остаётся запрос клиента — что ищем: низкие цены или суперкачество и производительность. Сейчас в Китае есть решения для каждого запроса, и это очень ценно. Что касается сравнения с «топовыми» мировыми марками, то говорить о замене одних брендов на другие в полном объёме преждевременно.

Из числа бросающихся в глаза различий **Сергей Белокуров** выделяет низкий уровень автоматизации процессов, меньшее количество датчиков, сенсоров, а электроника и ПО уступают западным образцам. Чаще всего станки менее производительные, чем некоторые европейские. Однако ситуация постоянно развивается, продолжает Сергей, не нужно оглядываться назад и «с тоской вспоминать старые времена», необходимо смотреть и думать, что будет впереди, проводить регулярный мониторинг рынка, на основе результатов которого принимать решение, оборудование какого китайского производителя позволит оптимальным образом решить задачи вашего бизнеса.

Александр Татарин согласен с дифференцированным подходом в оценке китайского оборудования. Основываясь на многолетнем опыте «Технографики», которая предлагает на рынке бренды Docan и Jwei, таким образом как бы противопоставляет китайских и западных производителей в своих поставках. Низший (начальный) и средний сегмент оборудования не только догнал, но и перегнал японские и европейские аналоги. Технологические новшества, комплектующие, культура производства, техническая поддержка зачастую даже удивляют своим качеством.

Вместе с тем программные решения до сих пор остаются «сырыми». При несомненной выросшей надёжности и удобстве использования, всё равно остались некоторые непонятные российскому пользователю решения (дизайн ПО, способ управления, обилие настроек и т. д.). Подобного рода недоработки слегка тормозят переход клиентов, привыкших к западным технологиям.

Более глубоко предлагает взглянуть на данный вопрос **Сергей Головченко**. В наше время уже не рационально давать оценки по шкале «хуже» или «лучше». Необходимо понять, что это ДРУГОЕ оборудование со своими достоинствами и недостатками, как и любая вещь. К счастью, идеала не существует, иначе весь мир использовал бы один и тот же принтер, создав монополию и уничтожив целый бизнес-пласт. Китайское производство серьёзно выросло качественно за последние 15 лет, а в РФ существует много производств, давно использующих китайские аналоги, объективных критериев сравнения очень мало.

Насколько замена равноценна в комплексе?

Сергей Белокуров категоричен в своём мнении: равноценной замену западного оборудования на китайское назвать никак нельзя по многим параметрам. Но это компромисс, который был и будет всегда. Кроме того, цена китайской продукции «приятнее», чем у условных западных производителей.

С ним не согласен **Александр Татаринов**, утверждая по опыту компании «Технографика», что китайское оборудование способно равноценно заменить западные аналоги.

Дмитрий Грацков уверен, что лучшие образцы, несомненно, являются равноценной заменой. Оборудование китайских поставщиков, таких как GongZheng, Sprinter, iECHO, VULCAN, успешно продаётся не только в России, но и странах Западной Европы и в США, и их экспансия в экономически развитых странах с каждым годом только наращивается.

Сергей Головченко придерживается взвешенного подхода. Китайские производители и их продукты имеют ряд неоспоримых плюсов, но имеют и недостатки. За небольшой период сотрудничества и поставок китайских продуктов ГК «РУССКОМ», используя опыт прошлых лет и компетенции своих сотрудников, провела значительную работу, что позволило развить

положительные стороны китайской продукции, а также сгладить недостатки. В итоге появилась возможность поставок оборудования, не имеющих аналогов. Техника будет совершенствоваться и далее, благодаря опыту российских компаний и специалистов, при тесном взаимодействии и отлаженной высококачественной обратной связи с китайскими партнёрами.

Что с УФ-печатью?

Дмитрий Грацков считает, что запрос на экологически чистые технологии сохраняется повсеместно, поэтому, если говорить о печати, высокая востребованность УФ-принтеров, как планшетных, так и рулонных, и далее будет демонстрировать положительную динамику. За короткий срок УФ-технология сделала колоссальный рывок вперёд, и в будущем, скорее всего, её совершенствование продолжится, а доступность оборудования вырастет.

В свою очередь, текстильная сублимационная печать сейчас находится в подлинном расцвете. Технология уже годами отработана, качество многих недорогих альтернативных чернил сегодня заслуживает самой высокой оценки.

В полиграфии, рекламе, сувенирном и упаковочном производстве растёт спрос на производственные планшетные режущие плоттеры. Это оборудование позволяет практически полностью

ТЕКСТИЛЬНЫЕ ШИРОКОФОРМАТНЫЕ ПРИНТЕРЫ ДЛЯ СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТИ

SMART-T
www.smart-t.ru

ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР

для многопрофильных РПК
и швейных производств



Самые
передовые
печатающие
головки Epson i3200

5 моделей
в наличии
в шоуруме



скорость печати
до 363 м²/час



скорость печати
до 95 м²/час

Компания Smart-T является официальным дистрибьютором GongZheng в России и странах СНГ



В гибридном принтере PLATINUM EQ3 HYBRID можно выбирать конфигурацию, максимально подходящую для конкретного производства по типу и количеству печатных головок: Konica Minolta 1024i, Ricoh GEN 5 или Ricoh GEN 6

автоматизировать резку и вспомогательные процессы (биговку, черчение) и обеспечить оперативность производства стандартной и уникальной продукции высокого качества.

Сергей Головченко говорит, что каждая компания преследует свои цели, действует в русле своего целевого направления. Востребованность ведёт к качественной замене ушедших брендов, поэтому ГК «РУССКОМ» расширила свой товарный портфель от стандартных решений до любого типа продукта, включая УФ-планшеты любых форматов, UV DTF, DTG и сверхширокоформатные сольвентные и УФ-машины до 5 м шириной. Перспективы УФ-машин достаточно оптимистичные, данная техника плотно обосновалась во всех отраслях цифровой пьезоэлектрической печати, а это большой задел на дальнейшее развитие.

Александр Татарин отмечает, что активно идёт обновление устаревшего парка оборудования. Большинство компаний, к счастью, понимает, что время — это деньги, и рассматривает возможность приобретения высокопроизводительных принтеров. Потихоньку зарождается спрос на автоматизацию процесса печати.

В «Технографике» задумались об этом уже несколько лет назад, т. к. сейчас узким местом на производстве становится обслуживающий персонал. Скорости печати в 100+ квадратных метров в час вызывают больше вопросов (например, «сколько рук нам нужно» для обеспечения непрерывности рабочего процесса), чем восхищения. Поэтому в ближайшее время будет появляться всё больше решений в части автоматизации и сокращения участия человека в работе оборудования.

Широко развивается технология UV DTF-нанесения, например, принтеры линейки Techno-Jet, способные создавать изображения на тех носителях, которые невозможно запечатать прямым способом нанесения. Пока что компании-поставщики не полностью изучили такой вид печати, и зачастую у покупателя после общения с несколькими менеджерами создаётся «каша в голове». Данный сегмент является перспективным, и «Техно-

графика» предлагает своим клиентам детальный бизнес-план по интеграции нового оборудования в их производственные цепочки.

Сергей Белокуров отмечает постепенно растущую востребованность в рулонных принтерах. Многие клиенты вновь заговорили, что «сольвент запретят и УФ является спасением в этом случае». При этом необходимо понимать, что ничего принципиально нового в самой технологии в ближайшее время не появится.

Позитивным моментом является наличие в России отечественных производителей УФ-принтеров: Bigprinter (Москва), SkyTech (Красноярск), Iqdemu (Новосибирск). Все три компании производят ультрафиолетовые принтеры, кто-то планшетные, кто-то рулонные, кто-то гибридные. Но этим компаниям, даже после того как ушли западные игроки, приходится нелегко. Конкуренция с китайскими производителями, которые поставляют продукцию на весь мир, огромная. Безусловно, с «китайцами» сложно соревноваться в цене. Хотя у каждого производителя есть какие-то «варёные плюшечки», которые их отличают от китайских аналогов. Но основное, наверное, преимущество российских производителей состоит в наличии лучшего сервиса по сравнению с китайскими аналогами.

Что же в итоге?

Краткий обзор мнений показал, что рынок оборудования и расходных материалов для широкоформатной печати в целом адаптировался после введения антироссийских санкций. Наблюдавшийся первоначально некий «вакуум» быстро заполнили китайские поставщики. Из российских компаний в наиболее выигрышном положении оказались те, у кого уже давно были наработаны прочные деловые связи с китайскими партнёрами. В целом большинство отечественных поставщиков сумело приспособиться к изменившейся геополитической ситуации и продолжить работу в новых условиях.

По-прежнему не существует единого мнения, насколько всеобъемлюще китайское оборудование может заменить европейское или японское. То же самое относится к расходным материалам. Участники обсуждения едины в одном: качество китайского оборудования непрерывно улучшается, при этом цены китайских производителей значительно ниже, чем у западных.

Центральным аргументом в пользу китайского оборудования является фактическая безальтернативность производственных источников, которая подкрепляется низкими ценами.

Участники опроса в целом оптимистично оценили текущую ситуацию, выразив уверенность в стабильной и бесперебойной поставке оборудования и материалов для широкоформатной печати. ▣

Хороший год

Чем ознаменовался для «Смарт-Т» минувший 2023 год, как провести за год более тысячи инсталляций оборудования и зачем внедрять систему наставничества, рассказывает директор компании по маркетингу Дмитрий Грацков.

Каковы основные достижения компании в прошлом году?

Скажу сразу: год стал самым успешным для нашей компании за всю её 22-летнюю историю. Несмотря на нынешние непростые условия мы достигли рекордных показателей по объёму продаж, вышли на новый для себя рынок этикеточного оборудования, значительно расширили и без того внушительный штат технических специалистов, а также добились абсолютного лидерства в сегменте цифрового раскроя.

Дабы не быть голословным, пройду по цифрам. За прошлый год мы осуществили 1324 инсталляции, а общее количество заявок, выполненных нашим сервисным центром, перевалило за 6600. Другими словами, ежедневно наши клиенты в среднем подписывали 27 актов на ремонт, запуск и регламентное обслуживание оборудования. Притом что выполнение некоторых заявок, например, инсталляции отдельных сложных комплексов **iESHO**, занимает до двух недель. Поэтому в реальности график работы наших специалистов был ещё напряжённей.

Поистине взрывной рост пришёлся на сегмент раскройного оборудования **iESHO**. За минувший год «Смарт-Т» удвоила количество инсталляций режущих плоттеров и автоматических раскройщиков — с 101 в 2022 году до 198 в 2023-м. И если год назад по объёму продаж мы прочно вошли в топ-3 мировых дистрибьюторов **iESHO**, пропустив вперёд лишь коллег из США и Турции, то сейчас идём ноздря в ноздю, часто единолично занимая лидирующую позицию.

Касательно техники **iESHO** отмечу такой важный момент, как повторное приобретение, — лучший показатель удовлетворённости от её надёжной работы и экономической эффективности. На десятках предприятий работает уже по 2–3 единицы режущих плоттеров и раскройщиков, это стало нормой. Но есть и флагманы: на столичной швейной фабрике «Золотое Руно» установлено уже пять больших комплексов для раскроя настила **iESHO**



GLS, а на крупном промышленном производстве в Ижевске, чьё название я не буду раскрывать, практически круглосуточно трудятся целых девять наших раскройщиков **iESHO TK4S**.

А как объясните такую динамику? Ведь промышленные раскройщики — продукт сложный и высокотехнологичный.

Одна из причин успеха **iESHO** кроется в нашем принципиальном подходе: сначала создать прочный фундамент для бесперебойной работы оборудования, а уже потом предлагать его потребителям. Мы никогда не занимались банальной «продажей железа», нам всегда было важно предоставить клиентам самые оптимальные технологии и условия для успешного прибыльного бизнеса. Именно поэтому наши инвестиции в сервисную службу, демонстрационно-испытательный центр и недавно созданный технологический отдел являются рекордными по масштабу, но без них невозможно обеспечить тот уровень поддержки клиентов, к которому мы стремимся.

Раз речь зашла о сервисе, приведу ещё несколько цифр: на сегодня 87 штатных технических специалистов холдинга «Смарт-Т» работают «в полях». Это беспрецедентно даже по мировым меркам, что уж говорить про отечественный рынок. Из них 28 — инженеры по профилю оборудования **iESHO**, причём они есть в каждом из одиннадцати наших региональных представительств — от Санкт-Петербурга до Новосибирска, от Минска до Алматы и Ташкента.

Раз речь зашла о сервисе, приведу ещё несколько цифр: на сегодня 87 штатных технических специалистов холдинга «Смарт-Т» работают «в полях». Это беспрецедентно даже по мировым меркам, что уж говорить про отечественный рынок. Из них 28 — инженеры по профилю оборудования **iESHO**, причём они есть в каждом из одиннадцати наших региональных представительств — от Санкт-Петербурга до Новосибирска, от Минска до Алматы и Ташкента.

А как проходит обучение новых специалистов и внедрение в сервисный центр?

У нас активно применяется система наставничества. Новый инженер прикрепляется к опытному, вместе с ним ездит на ремонты и запуски; не просто наблюдает за работой, а довольно скоро и сам принимает в ней участие, начиная с простых операций. Как показывает практика, трёх месяцев вполне достаточно, чтобы





На производстве фотообоев Print Walls работает четыре экосольвентных принтера ARK-JET SOL 1600



Приоритетное внимание «Смарт-Т» уделяет непрерывному обучению своих технических специалистов

«второй номер» стал самостоятельным, а ещё через полгода-год — полноценным специалистом, способным обучать прибывающих новичков.

Разумеется, в холдинге отлажен непрерывный учебный процесс на базе нашего центрального демозала. В этом году он значительно расширился — его площадь составляет 900 м². Это позволило разместить в нём около 50 единиц разнообразного оборудования, которое наряду с ежедневными демонстрациями потенциальным клиентам используется и для обучения наших инженеров.

Растёт и развивается наша обширная электронная «База знаний», куда стекается информация от производителей и от наших технических специалистов. Это внушительный по объёму ресурс, аккумулирующий весь наш многолетний опыт.

А как изменился рынок оборудования и есть ли особые приметы времени?

Надо констатировать, что завершился глобальный процесс переформатирования рынка печати и раскроя в целом. Западные и японские поставщики практически окончательно ушли с рынка (однако мы, к слову, продолжаем поставки наиболее популярных моделей принтеров Mimaki), а их место заняли высокотехнологичные и активно развивающиеся производители из КНР. Миф о «китайских гаражниках» окончательно канул в лету, примером тому — истории компаний, где еженочно трудятся по несколько принтеров **ARK-JET**, оказывающихся в эксплуатации в 2–3 раза доступней западных аналогов без потери в качестве готовой продукции.

Несмотря на давнишние разговоры о скорой кончине экосольвентная печать и не думает сдавать позиции. Изменилось лишь одно: на смену японской технике, зачастую недоступной условному небольшому региональному рекламному производству, пришли недорогие современные скоростные принтеры, работающие на качественных бюджетных чернилах и способные радикально изменить позиции даже крохотного начинающего печатного бизнеса. Наглядный пример — наш абсолютный бестселлер, экосольвентный принтер **ARK-JET SOL 1600**, количество инсталляций которого

в минувшем году достигло 187 единиц. Это абсолютный рекорд продаж для России! Ещё важнее, что во многих компаниях трудится уже по 2–3 единицы этой модели, а на столичном производстве фресок и обоев PrintWalls — целых 4 принтера.

Активно развивается рынок цифровой текстильной печати. Отмечу характерную черту российского рынка: если в ряде стран (Турция, Индия) основу этого сегмента формируют несколько крупных игроков с парком промышленного оборудования, то в России таких грандов попросту нет. Вме-

сто них неуклонно растущий розничный спрос на «текстильную цифру» удовлетворяют сотни и тысячи относительно небольших компаний, использующих на производстве несколько современных текстильных принтеров и гибко реагирующих на запросы заказчиков.

И здесь отлично «выстрелили» наши **GongZheng** и **ARK-JET**, оснащённые двумя, тремя или четырьмя печатающими головками последнего поколения Epson i3200. Доступные, неприхотливые и надёжные машины

Активно развивается рынок цифровой текстильной печати. И здесь отлично «выстрелили» наши GongZheng и ARK-JET.

Доступные, неприхотливые и надёжные машины с недорогими чернилами быстро завоевали доверие клиентов.



Пять комплексов для раскроя настила iECHO GLS на швейной фабрике «Золотое Руно» (Москва)

с недорогими чернилами быстро завоевали доверие клиентов. Красноречиво о популярности этих машин говорят цифры: объем продаж текстильных принтеров ARK-JET для сублимационной печати в 2023 году увеличился по сравнению с предыдущим в шесть раз и составил 63 единицы. Взяв резвый старт менее года назад, отличную динамику демонстрируют и принтеры GongZheng; количество их инсталляций превысило три десятка, а в этом году, судя по активному спросу, приблизится к сотне.

А как дела с УФ-принтерами и оборудованием для постпечатной обработки? Наряду с экосольвентом эти направления наиболее востребованы у рекламщиков.

И здесь нам есть о чём рассказать. В 2023 году мы поставили 72 УФ-принтера. Больше трети из них — планшетные машины **Sprinter**, где явным фаворитом является модель TC-CF2513 с рабочим полем 2,5×1,3 м. Остальные инсталляции — принтеры ARK-JET, среди которых отмечу рулонный ARK-JET UV 1800 с рабочей шириной 1,8 м и конфигурацией CMYK + W, а также планшетную модель ARK-JET UV6090 G5i с размером стола 60×90 см (CMYK + W + V), особенно популярную у производителей сувенирной продукции.

Отличные результаты демонстрируют наши режущие плоттеры **VULCAN** — универсальная планшетная модель FC-500VC/FC-800VC для постпечатной обработки полиграфии или изготовления упаковки и компактный станок SC-350 с листовой автоподачей для высечки стикеров и этикеток. Если в 2022 году мы уста-

новили 93 плоттера **VULCAN**, то в 2023-м число инсталляций выросло в полтора раза и достигло 139 штук.

Каковы планы и приоритетные задачи у холдинга «Смарт-Т» на 2024 год?

Одна из основных целей — дальнейшая экспансия на рынке оборудования для цифровой печати и отделки этикетки. Сформированный нами солидный портфель (промышленная ЦПМ **Dilli**, отделочное оборудование **Brotech**, станки для лазерной и механической высечки **Darui**, а также тонерный принтер с белым цветом) позволяет успешно конкурировать с другими поставщиками, а ведущие позиции наших партнёров-производителей на мировой арене укрепляют веру в успех.

Важной задачей остаётся работа на рынке раскройного оборудования. Здесь возможности техники iECHO выходят далеко за рамки традиционной швейной, мебельной, упаковочной или рекламной отрасли. Промышленное производство в России наконец-таки развернулось в полной мере, и трудно назвать его области, где нет наших раскройных комплексов. У нас амбициозные планы на этот счёт, и мы не видим препонов, которые помешали бы очередной раз удвоить продажи iECHO. Это похоже на снежный ком: чем больше мы проводим инсталляций этого оборудования, тем сильнее волна позитивных отзывов и тем чаще появляются желающие автоматизировать своё производство именно с помощью станков iECHO.

Мы не видим препонов, которые помешали бы очередной раз удвоить продажи iECHO. Это похоже на снежный ком: чем больше мы проводим инсталляций этого оборудования, тем сильнее волна позитивных отзывов и тем чаще появляются желающие автоматизировать своё производство именно с помощью станков iECHO.

Безусловно, будем укреплять наше лидерство в сфере поставок расходных материалов. Сейчас по объёму продаж экосольвентных и текстильных сублимационных чернил мы вышли на первое место на рынке. К беспрецедентным объёмам поставок немецких экосольвентных чернил **Marabu** добавились недорогие альтернативные чернила **Artix** производства КНР; вместе они сумели улучшить показатели 2022 года в несколько раз. Отличную динамику показывают наши чернила для текстильной сублимации — их продажи в прошлом году выросли на 186%.

И конечно же, продолжим наращивать поставки и расширять ассортимент цифрового печатного оборудования для типографий и рекламных производств. Широкоформатные принтеры — это самый массовый рынок, где мы традиционно сильны и чувствуем себя как рыба в воде. ■

Тренды будущей упаковки

Журнал Publish совместно с выставкой UPAKEXPO 25 января 2024 года провёл конференцию «Производство полиграфической упаковки в новой реальности: что случилось за два года». Ситуация на рынке производства упаковки полностью изменилась: не осталось больше привычного хода вещей, всю работу пришлось выстраивать в изменившихся условиях, налаживать заново производственные процессы. Как справляются с этим компании? Какие новые возможности открываются? Читайте об этом прямо сейчас.

Редакция Publish

Генеральный директор ГК «Смарт-Т» Андрей Макачёв рассказал о работе компании в условиях глобальной трансформации российского рынка упаковки. «Смарт-Т» была образована в 2002 году, и за более чем 21 год была построена широкая сеть филиалов по России, также открыты офисы в Казахстане, Кыргызстане, Узбекистане и Беларуси. Общая численность работников более 250 человек, и в каждом филиале есть группа сервисных инженеров, склад расходных материалов, запчастей. В 2023 году произошёл значительный рост штата компании — на 40 человек за счёт увеличения числа сервисных инженеров. Основные направления деятельности сейчас — это поставки оборудования для цифровой печати, в том числе для полиграфии упаковки.

Видеозаписи выступлений и материалы спикеров смотрите по ссылке:



зал «Смарт-Т» расширился до 900 кв. м, в нём представлено более 50 единиц различной техники — принтеры, раскройщики самых разных классов, плоттеры, где на постоянной основе работают шесть инженеров и три технолога.

Редактор **Wizart Polygraphic** Татьяна Кусова поделилась своим представлением о нейросетях, гибкой занятости и прогнозах на 2024 года. Wizart Polygraphic — студия запуска тиражей этикетки, которая помогает брендам, типографиям делать это быстро и легко. Для этого компания разрабатывает новые технологии, варианты печати, обучает специалистов в типографиях по узким профильным темам, работает как технологическая поддержка. Благодаря этому накоплен огромный опыт по созданию продуктов в сфере упаковочных решений. Тренды полиграфии в этикетке могут быть как скоротечными, так и более основательными. Как пример: ещё 20 лет назад говорили, что флексопечать дышит на ладан, что её обязательно заменит «цифра», тем не менее этот тренд на противостояние до сих пор сохраняется и это держит в тонусе обе. Другой тренд — экологичная упаковка и этикетка, и это очень сложная многокомпонентная история как для клиентов, так и для производителей материалов. Появившиеся нейросети сейчас рассматриваются как эпатаж и провокация, но вполне может быть, что они станут основным источником по генерации идей для дизайне-



Андрей Макачёв, «Смарт-Т»:
У нас на сайте опубликованы сотни примеров различного опыта внедрения оборудования в самых разных отраслях».

Андрей отметил, что исход западных брендов с российского рынка, в том числе Mimaki, мог привести к краху компании, однако работа второй компании группы под удачным названием «Ковчег» с 2018 года была направлена на развитие поставок китайской техники. И за это время были налажены связи с производителями оборудования премиум-класса, выстроена логистика, был обеспечен сервис. Китайская техника оказалась производительнее западных аналогов, экономичнее и по расходным материалам, и по обслуживанию, и по запчастям, и, зачастую, и надёжней. За счёт нового оборудования демо-

Татьяна Кусова, Wizart Polygraphic:
«Появившиеся нейросети сейчас рассматриваются как эпатаж и провокация, но вполне может быть, что они станут основным источником генерации идей для дизайнеров».



ров. Подробнее о трендах Татьяна рассказывает в статье «Не всё то тренд, о чём в начале года пишут» в Publish № 1/2, 2024 г.

Директор департамента ламинаторов и офисной техники **ГК «РУССКОМ» Ирина Джатиева** представила один из реализованных в их компании проектов в сегменте гофрокартонной упаковки со струйной печатью, а подробнее об этом рассказал директор типографии **«РАКУРС» Никита Беглаков**, который имеет опыт работы в отрасли более 25 лет. Он решил занять нишу малотиражной гофроупаковки, пока ещё не до конца обеспеченную оборудованием в нашей стране, и в связи с трудностями с западной техникой внимание его было обращено на китайский рынок полиграфического оборудования. У них, считает Никита, самые перспективные малотиражные машины — это однопроходные принтеры и УФ-печать, которые сейчас могут заменить западное оборудование во всём, потому что достигли хороших показателей в качестве и скорости. По внешнему виду и конструкции оборудование GO!Digital похоже на бренды от западных или японских фирм. К этому прилагается беспроблемная технология запуска и работы на машинах, что важно, когда начинаешь осваивать новую нишу. Маленький тираж упаковки будет интересен и для поставщиков маркетплейсов, поэтому оптимальным было выбрать именно небольшой принтер.



Никита Беглаков, «РАКУРС»:
«Малотиражная печать по упаковке, по гофрокартону появилась достаточно недавно и ещё не очень распространена, что является конкурентным преимуществом».

Александр Савин из «Нисса Дистрибуция» раскрыл видение своей компании на оборудование для изготовления упаковки. «Нисса Дистрибуция» работает на рынке более 25 лет и поставляет оборудование для цифровой печати — для типографий, редакционно-издательских отделов. Упаковка и выборочная лакировка — новое направление для неё. Для современного заказчика приоритетным становятся тактильные и визуальные ощущения, поэтому и оборудование подбирается в соответствии с этими запросами. Новое решение в форматах B2 и B3 — оборудование для печати с выборочной лакировкой с разрешением 600 dpi, которое оснащено модулем коронарного заряда бумаги, модулем непосредственно фольгирования, и всё это находится в одной технологической линии. Существует и отдельное модульное решение для ламинации, фольгирования. Вырубка готовой продукции, которая раньше осуществ-



лялась с помощью тигельных прессов, сейчас заменяется планшетными раскройщиками. «Нисса Дистрибуция» получила эксклюзивные права на поставку оборудования китайского бренда AOL, который входит в топ-3 китайских производителей этого сегмента. Формат машин — от 600×400 до 1600×1200 мм. Скорость работы позволяет изготавливать короткие и штучные тиражи прямо при заказе. Машины могут работать и с самоклеящейся, и с картоном толщиной от 2 до 6 мм.

Александр Савин, «Нисса Дистрибуция»:
«Для современного заказчика приоритетным становятся тактильные и визуальные ощущения, поэтому и оборудование подбирается в соответствии с этими запросами».



Широкоформатные плоттеры AOL ориентированы на сегмент цифровой печати, они работают с материалом толщиной 18–20 мм в базовой комплектации, и есть возможность увеличить это значение до 150 мм. Станок укомплектован быстросъёмными промышленными инструментами. На все машины предоставляется гарантия на три года.

Конструктор-разработчик упаковки типографии **«РоСК» Елена Никонорова** рассказала о примере коллаборации в области эксклюзивной защищённой упаковки. Петербургская офсетная типография «РоСК» 30 лет занимается производством картонной упаковки. Елена считает, что тенденция такова, что стандартными, привычными способами упаковку уже не защитить. Представленный на конференции продукт — это плод коллаборации с PPF, давними партнёрами — поставщиками материалов для разных видов тиснения фольгой. Для примера были использованы деревянные пазлы с драконом. Чтобы показать заказчикам, как можно защитить их упаковку, было сделано три дизайна дракона: зелёный дракон на зелёном фоне, на чёрном фоне и цветной дракончик. Лазерная гравировка с нанозффектами при тиснении фольгой создали голографический эффект с глубиной и переливами. Под разным углом зрения они играют по-разному (матовым, блестящим,

Елена Никонорова, «РоСК»:
«У нас получился слоёный пирог из разных технологий, который делает подделку вашего продукта невозможным».



«бензиновыми» разводами). И никто с первого раза не понимает способ нанесения изображения, принимая это за странный лак, а на самом деле — это фольга для горячего тиснения. Более подробно о создании этой уникальной упаковки читайте в Publish № 1/2, 2024 г.



Елена Попова, «НПО «КРИПТЕН»:
«Наша голограмма трансформировалась в пломбировочную наклейку, которая также содержит голографические эффекты, защищает упаковку от вскрытия и повреждения, клеится на любые поверхности — металл, картон, стекло».

Начальник отдела стратегического развития «НПО «КРИПТЕН» Елена Попова поделилась информацией о голографических элементах, которые находят применение в сфере производства упаковки. «Криптен» работает с 1997 года и выпускает 4 млн кв. метров голографической продукции в год. С помощью оптических защищённых технологий можно защитить продукцию от подделки, увеличить продажи в магазинах. Голограмма до сих пор является самым надёжным элементом защиты продукции от подделки и контрафакта, но при этом она стала трансформироваться с учётом требований современного масс-маркета. «Криптен» ежегодно выделяет более 30% прибыли на различные научные исследования, результатом которых является 21 патент и 9 товарных знаков. Ведётся разработка плёнок для ламинирования, холодного и горячего тиснения, для картонов, по фольге горячего тиснения. А выборочную металлизацию ПЭТ, которая интересна типографиям, занимающимся гибкой упаковкой, в России делает только «Криптен».

От компании «Дубль В» выступил дуэт — директор дивизиона индустриальной полиграфии **Нина Лепихова** и ведущий менеджер департамента «Фольга» **Виктория Мисонжник**. Они по очереди делились опытом: какие материалы нужны для того, что ваш товар заметили на полке. За два года в «Дубль В» было проведено много экспериментов и исследований рынка картона от разных производителей. Остановились на отечественном производителе картона для упаковки — картоне «Кама». Он и китайский бренд Bravo закрывают основную потребность клиентов в картоне для упаковки. Помимо этого есть двухсторонний мелованный картон для высококачественной премиум-упаковки класса люкс. Пластиковая упаковка и картонная с пластиковым окошком также сейчас привлекательна для покупателя.

Самоклеющаяся этикетка есть не только для ролевой печати, но и для листовой офсетной печати, и постоянными поставщиками как бума-

ги, так и плёнки являются бренды FEDRIGONI и RITRAMA. Компания проводит тщательную селекцию, очень чётко отслеживает качество материалов, и многие типографии уже попробовали эти материалы и работают с ними.

Постоянный поставщик «Дубль В» — Еххон производит краски для любого вида печати (офсетной, флексо), для прямой печати по пластиковой таре. Эти краски отличаются низким уровнем запаха, что очень важно для пищевой упаковки. В компании есть станция по смешению красок и есть возможность смешать краску нужного цвета или Pantone с металлизированной краской.

Из расходных материалов всегда необходимы плёнки для ламинации: есть и прозрачные глянцевые и матовые, «цифровые» плёнки, непрозрачные, металлизированные (серебро, золото, белая, жемчужная). Большой популярностью пользуются водные лаки с огромным выбором эффектов, включая термостойкие и химостойкие с эффектом софта. В последнее время всё больше требуется фольга для горячего тиснения, дифракционная фольга, фольга для холодного тиснения (как для узкоролонного флексооборудования, так и для офсетных машин), фольга для цифрового нанесения.

Нина Лепихова, «Дубль В»:
«Возможность балансировать между поставками из Азии и Европы позволяет нам максимально закрыть потребности клиентов».



В дополнение к основным материалам «Дубль В» предлагает целый ряд клеев: различные дисперсии и термоклей, желатиновый клей, латексный, турклей. Виктория рассказала о новинке — клеевых стержнях (специальном расплаве на основе дисперсии).

Генеральный директор **Svetofor Display Светлана Ерохина** рассказала про производство кашированной упаковки сложных форм. «Светофор» уже 10 лет занимается производством препаков — рекламных стоек из картона. Эти стойки, образуя дополнительные места продажи товаров в супермаркетах, облегчают воз-



Светлана Ерохина, Svetofor Display: **«Я популяризатор продаж на препаках в сети и на всех ритейл-конференциях выступаю за увеличение рынка промоупаковки».**

возможность новому производителю попасть на полки. Товар переупаковывают в большие коробки с полками и поставляют в торговые сети. И когда вы видите такие отдельно стоящие стойки, это на самом деле большая коробка, в которой товар приехал в магазин. Есть промоупаковка b2c — непосредственно для физического лица, и есть упаковка для бизнеса. Для бизнеса самым важным в такой упаковке является снижение расходов по всем статьям: 1) отсутствие расходов на мерчандайзинг; 2) снижение расходов по транспортировке и хранению товара; 3) сезонные и акционные товары легко ставятся и убираются. Светлана подчеркнула, что товары производятся в заводской упаковке, а переупаковываются в такие стойки уже непосредственно у поставщиков, которые и заказывают промоупаковку в типографиях. Чтобы выпускать промоупаковку, нужны достаточно большие машины — офсетной и цифровой печати, линии автоматической склейки и гибкая система управления производством, потому что количество деталей у одного изделия очень большое. А так как это работает ещё и как краткосрочная реклама, то никаких материалов в конструкции кроме гофрокартона не допускается. Тиражи до 300 штук, считает Светлана,



Денис Ходанович, «Делаем дело»: «Если вы хотите иметь низкую себестоимость, то грузите оборудование по полной, эта очевидная вещь доказывается простым экономическим расчётом».

рентабельно делать в «цифре», но не в каждой типографии есть необходимое оборудование, чтобы производить кашировку, высечку самого толстого 5-слойного картона, который нужен, чтобы выдерживать необходимый вес товара. В целом кашировочная упаковка — одно из перспективных направлений упаковки будущего.

Владелец сервиса «Делаем дело» Денис Ходанович предложил обсудить расчёт себестоимости и цены во флексопечати. На примере типографии, владеющей двумя единицами флексографского оборудования и одним станком продольного раскроя и перемотки материала, он на глазах у аудитории подсчитал примерную себестоимость узкоруллонной продукции. Подробнее об этом Publish писал в № 1/2 за 2024 год в статье «Флексо-счёт».



SC300 ПРИНТЕР GO!DIGITAL ДЛЯ ПЕЧАТИ ПО ГОФРОКАРТОНУ



Струйная печать со скоростью **30 м/мин** по гофрокартону, микрогофрокартону, бумажной упаковке, на коробках для пиццы и пакетах

Равномерная и стабильная подача запечатываемого материала. Вакуумная конвейерная лента с перфорацией

Надёжные печатающие головы и система непрерывной подачи и циркуляции чернил. Экологичные чернила на водной основе



РЕКЛАМА



ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ
(495)785-58-05
gofra-printer.ru info@russcom.ru

Ответственный «Минт Принт»

Каковы преимущества у типографии с уникальным оборудованием, почему пять коробочек — это хороший тираж и кому нужна цифровая гофроупаковка, рассказывает директор екатеринбургской цифровой типографии «Минт Принт» Алексей Кузнецов.

Анна Гуслистова

«Минт Принт» — это давно построенный семейный бизнес. Сперва работа шла в сфере наружной рекламы — занимались производством световых вывесок. Дело спорилось, но хотелось большего, и в 2013 году Алексей вместе с сестрой решили освоить полиграфию. Для начала побывали на выставке в Дюссельдорфе, и им понравилось действующее оборудование. А почему бы не окунуться в печатный бизнес?! В Хегох любезно помогли окончательно определиться: провели несколько экскурсий по клиентам — передовым типографиям. «Всё было красиво, а главное — прибыльно, и мы очаровались этой идеей», — вспоминает Алексей. Изначально ставку сделали на уникальные функции оборудования: планировалось качество печати такого уровня, которого в Екатеринбурге ещё не существовало. Первой ЦПМ стала Хегох Color 1000 с опциями: прозрачный лак и т. д.

Предложение сориентировали на широкий рынок: через производство за день проходило от 30 до 100 заказов. Как правило — малые тиражи от разнообразных, но не обязательно небольших клиентов. Например, крупному застройщику потребовалось некоторое количество рекламных материалов — типография гарантировала достойный результат.

У руководства «Минт Принт» существует разделение труда: сестра занимается экономикой и финансами, а производство, стратегия, клиенты — по большей части в ведении Алексея. Отношения с заказчиками строились так, что, получив качественную продукцию, они хваливали коллегам добросовестную типографию. Сарафанное радио оправдало надежды!



«У нас отличные отзывы, хорошие сроки, мы строго следим за выполнением обязательств. Если вдруг и случается брак, мы берём на себя ответственность и переделываем», — объясняет Алексей причины успеха.

«Минт Принт» располагается весьма компактно — единственный офис совмещён с производственной площадкой. «У нас никогда не было заоблачных амбиций стать самыми-самыми. Думаю, мы входим в пятёрку ведущих цифро-

вых типографий Екатеринбурга, и это хороший результат», — скромно констатирует Алексей. Но и довольствоваться малым не в характере уральцев.

Поскольку дела шли благополучно, была приобретена ещё одна печатная машина Хегох — Versant 3100, настало время развивать послепечатные процессы.

Дело — в упаковке

Одновременно с покупкой новой ЦПМ в типографии начали производство малотиражной упаковки. По части печати ничего не изменилось — это «цифра». Добавилось оборудование для работы с упаковочными материалами — толстым картоном и прочим: купили клеемазки, крышкоделки — послепечатные машины для малотиражного производства. Интересно, что решение о входе в новый сегмент было принято на основании стратегии расширения ассортимента выпускаемой продукции и снижения доли в очень конкурентной нише стандартной полиграфии: визитки, буклеты, календари. «Это стало уже неинтересно, потому что такие заказы идут своим чередом, и они будут всегда», — поясняет Алексей.

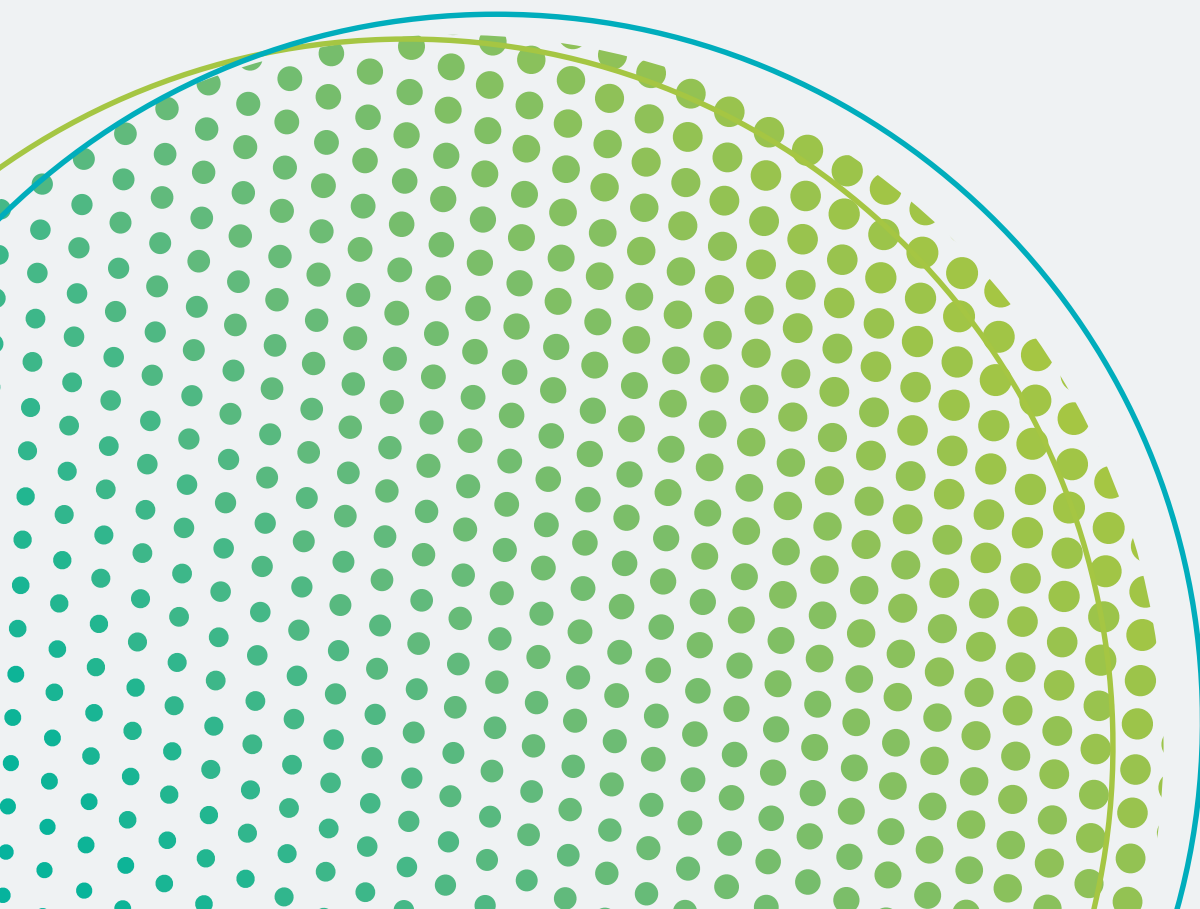
printech



9-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

18-21 ИЮНЯ
2024
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ ОБ УЧАСТИИ
printech-expo.ru

ITE ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

В типографию приходят люди, которым нужно то пять коробок, то сто коробок картонных сувенирных, на магнетиках. Вот это как раз и привлекает Алексея с точки зрения проектирования конструкции, изготовления и роста популярности в народе.

Важно было освоить принципы разработки упаковочных решений, понять, как тут всё устроено: как делать развёртки, раскраивать картон... «В чём в чём, а в дизайнерах сейчас недостатка нет, — улыбается Алексей. — Клиенты часто приходят со своими брендбуками, с готовыми идеями. Проблемы обычно начинаются на этапе производства: большинство уже намыкались с отказами во многих типографиях — у них эти заказы просто-напросто не берут. Пять или пятьдесят штук — мелочёвка, не хотят и связываться. А мы готовы работать, ведь главное — люди и добрая молва о нас».

Гофровозможности

Для развития упаковочного направления Алексей осознанно выбрал особенное решение — прямую печать на гофрокартоне. Так совпало, что в 2022 году внезапно закончились запасы тонера и расходных материалов для цифровой печати. «Менеджеры вопрошали, а что же делать, как печатать будем? У меня на полке лежала коробочка из гофры, я взял маркер и сказал: вот прямо на гофре и будем рисовать», — вспоминает Алексей.

Как раз в это время на рынке стали появляться первые доступные решения для прямой печати на гофрокартоне. ГК «РУССКОМ» — один из самых известных поставщиков оборудования, вопросы были только в хорошем ценовом предложении и понятных сроках поставки. По квалифицированной оценке Алексея, с **GO!Digital SC600 mini** всё прошло отлично: «Видно, что не в первый раз устанавливали — действовали профессионально». Сам принтер работает на двух печатающих го-



ловках с листами шириной до 1200 мм и максимальной шириной печати 600 мм. Однопроходная печать идёт со скоростью 30 м/мин на листовых материалах, готовых коробках, пакетах и упаковке толщиной до 80 мм. А заправляется он безвредными пигментными чернилами на водной основе.

Новое = успешное

Клиенты восприняли новинку на ура: печатают и образцы, и учитывают это в новых проектах. На коротких тиражах — 100–300 или 500 экземпляров — прямая печать полноцветного изображения оказывается гораздо выгоднее по сравнению со способом кашировки или другими альтернативными, например, флексопечатью.

Гофроупаковка стала самостоятельным направлением в типографии. Правда, пришлось из помещения в жилом доме перенести производство в отдельный цех площадью около 150 м². Но Алексей доволен: в обороте гофропечать занимает около 20%, а в прибыли — около 40%. «Для нас это высокомаржинальное производство: мы работаем с маленькими партиями, когда клиент, например, заказывает пять настольных комплектов игр и готов за каждую платить солидную сумму, которая всё равно будет меньше, если делать то же самое на офсете», — поясняет он.

Следующий этап усиления производства — решение вопроса с вырубкой коробок из листа. Сейчас Алексей выбирает между режущим плоттером и тигельным прессом: какая технология будет более подходящей для их производства? Пока печатать приходится

в основном на готовых изделиях — машина это позволяет. В типографии помогают заказчикам подобрать нужный размер гофроупаковки из готовых вариантов, а можно и привезти заготовки по своим запросам. В «Минт Принт» верны себе: всегда идти навстречу клиенту. ▣

Что происходит в Центральной Азии?

Полиграфический рынок последних лет

Согласно последним оценкам, текущее население Центрально-Азиатского региона составляет более 80 миллионов человек: это 1% от всего населения Земли. За последние десять лет население Центральной Азии ежегодно увеличивалось в среднем более чем на один миллион человек. Такой демографический рост стал драйвером и для роста в полиграфическом сегменте. Но не только он.

Арман Жумагалиев

Регион Центральной Азии (ЦА) включает такие страны, как Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан. Первые две из них входят в Евразийский экономический союз (ЕАЭС), поэтому фактически не имеют ограничений на передвижения товаров с Россией. При этом каждая из стран ЦА имеет прямой доступ к китайскому рынку оборудования и материалов, а у Казахстана, Кыргызстана и Таджикистана имеется собственная сухопутная граница с КНР.

Объёмы полиграфического рынка и его особенности

По субъективным оценкам в регионе Центральной Азии на сегодняшний день функционируют около двух тысяч полиграфических предприятий разного уровня. Например, в Казахстане имеется 150–200 офсетных типографий, 100–120 — флексо-типографий и порядка 450–500 цифровых типографий, включая рекламные агентства и рекламно-производственные компании, имеющие собственные печатные мощности. В соседнем Узбекистане эти цифры как минимум в 1,5 раза больше. Только за счёт стабильного прироста населения в регионе ежегодно появляется несколько десятков новых полиграфических предприятий.

Но в целом полиграфический рынок центральноазиатских стран за последние несколько лет пережил такие же экономические потрясения, как и многие другие отрасли данного региона. Впрочем, специфика проблем, свойственных именно полиграфической сфере, наложила на них свой отпечаток.

Хронология событий выглядит следующим образом. Исторически после создания ЕАЭС в 2015 году привезти готовую полиграфическую продукцию в Казахстан стало стоить столько же, сколько привезти бумагу и краску. Поэтому

большинство крупных региональных компаний размещали свои заказы на печать в более оснащённых и продвинутых российских типографиях, некоторые из которых ориентировались именно на работу с Казахстаном и постепенно увеличили долю заказов из ЦА до 80–90% своей общей загрузки. Примерно в эти же годы стало невыгодно размещать заказы в китайских типографиях, так как существенно усилился контроль на границе, а доставка готовой полиграфической продукции с уплатой всех официальных налогов и пошлин стала нерентабельной. По мере укрепления юаня и ослабления рубля печататься в Китае стало ещё менее интересно.

В 2020 году с началом пандемии коронавируса значительно снизился объём издаваемой коммерческой продукции в связи с массовым переходом бизнеса на интернет-технологии, но зато постепенно начали расти объёмы печати этикетки и упаковки. В 2022 году после введения санкций на поставку полиграфического оборудования и материалов в РФ в типографии Казахстана и других стран Центральной Азии перетёк большой объём заказов от брендов, которые раньше размещали их в российских типографиях.

В 2023 году полиграфический рынок в РФ более-менее приспособился на работу в новых условиях, перейдя на использование китайских и турецких расходных материалов. В связи с этим некоторые заказы на печать, которые ранее были переведены в Центральную Азию, стали возвращаться обратно в РФ, т. к. применение более дешёвых материалов позволило обеспечить более низкую стоимость изготовления тиражей. Более того, многие российские типографии стали целенаправленно искать клиентов в Казахстане, предлагая им более привлекательные цены. Однако далеко не всех заказчиков устроило изменение качества печати в связи с использо-

Рынок Центральной Азии

Приблизительно 1850 типографий



С учётом типографий всех типов: офсетные, флексо, цифровые, рекламно-производственные и т. д.

Рис. 1. Оценка количества типографий в странах Центральной Азии

ванием более дешёвых материалов, несмотря на более привлекательную цену. Поэтому отток заказов обратно в РФ хоть и был заметным, но не оказался стопроцентным.

В связи с ощутимым ростом объёмов производства среди существующих проблем отрасли на первое место вышла кадровая. Нехватка специалистов замедляет развитие типографий в Центрально-Азиатском регионе, так как им приходится либо нанимать непрофильных работников, либо переманивать их друг у друга повышенными окладами.

Другой проблемой стало увеличение сроков поставок некоторых полиграфических материалов из-за запрета провоза товаров через границы Российской Федерации и Республики Беларусь. А благодаря переходу в РФ на использование китайских расходных материалов, многим типографиям региона ЦА также приходится применять их на производстве для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность по ценам, с одной стороны, а по срокам выполнения заказов — с другой.

Тенденции и перспективы

Прежде чем перейти к тенденциям на центральноазиатском рынке, нужно отметить, что многие американские, европейские и японские компании, потеряв для себя рынок РФ, пытаются вся-

чески остаться хотя бы в Центральной Азии. Поэтому в 2023 году состоялось открытие местных представительств значительного числа иностранных компаний.

Это, наряду с реэкспортом, стало одной из главных причин существенного экономического роста во всех странах данного региона. По итогам 2023 года рекордсменом стал Кыргызстан, так как Казахстан и Узбекистан в большей степени были вынуждены принимать во внимание возросший риск введения вторичных санкций.

Для иллюстрации происходящих структурных и технологических изменений, в том числе на полиграфических рынках стран Центральной Азии, приведены графики на рис. 2. На графиках поставок в Казахстан и Кыргызстан виден существенный рост в 2023 году, что, безусловно, связано с увеличением реэкспорта продукции в РФ.

В связи с ростом заказов на печать этикеточной продукции в 2023 году большинство контрактов было заключено на приобретение флексографских и рулонных цифровых печатных машин. В частности, в прошлом году в Центральной Азии были введены в эксплуатацию ЦПМ Dilli, Konica Minolta AccurioLabel 230, Durst, три цифровые машины для облагораживания полиграфической продукции MGI, а в ближайшее время состоится инсталляция ЦПМ Konica Minolta AccurioLabel 400. Эта тенденция сохранится и в 2024 году.

Экспорт товаров из Германии в указанные страны на октябрь 2023 г., млн евро.

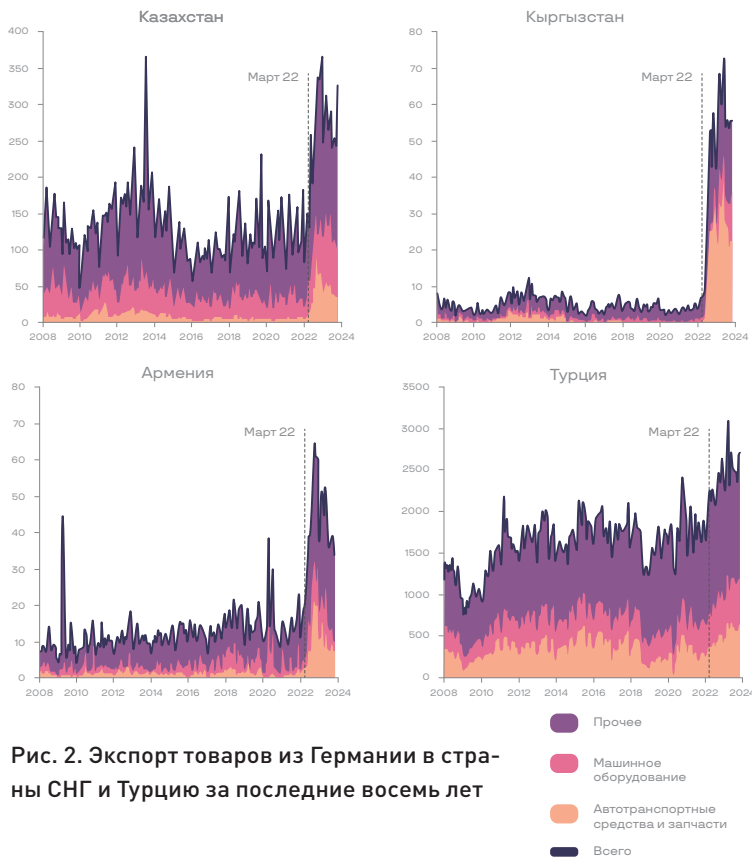


Рис. 2. Экспорт товаров из Германии в страны СНГ и Турцию за последние восемь лет

Надо паковать

Упаковочных типографий в регионе пока немного, так как предприятий, выпускающих продукцию, которой требуется картонная упаковка, незначительное количество. Офсетных типографий в Центральной Азии тоже немного, а для печати рекламной полиграфии используется в значительной мере цифровое печатное оборудование. В 2023 году было много поставок листовых ЦПМ, и эта тенденция также продолжится и в 2024 году благодаря новым инвестиционным проектам.

По итогам 2023 года практически во всех типографиях региона ЦА наблюдался рост на 20–30% по сравнению с 2022 годом, что было обусловлено большим количеством заказов, ранее производимых в РФ. В 2024 году этот фактор, скорее всего, уже не будет доминировать. Более того, как уже отмечалось, в конце 2023 года наметился отток подобных заказов обратно в РФ. Однако в Казахстане в новом году намечается запуск многих новых производственных предприятий международных компаний, которые, избавившись от своих активов в России, инвестировали в открытие новых производств в регионе ЦА.

Для этой новой продукции потребуется большое количество упаковки и этикетки, что обеспечит региональные типографии новыми объ-

ёмными заказами. Помимо этого, наблюдается кратный рост на поставку продуктов питания из ЦА в РФ, после ухода с российского рынка европейских поставщиков. Для этих продуктов, в первую очередь фруктов и сухофруктов, также требуется изготовление упаковки и этикетки. Всё это должно обеспечить дальнейший рост заказов в типографиях ЦА в 2024 году.

Перспективный двадцать четвёртый

Согласно опросу, который мы провели, практически все средние и крупные типографии в регионе ЦА планируют либо расширение, либо обновление парка своего оборудования, так как все понимают, что в 2024 году это можно сделать наиболее эффективно и успешно. Но при этом все отмечают, что российские типографии оправались от шока после введённых санкций, адаптировались к новым материалам и китайскому оборудованию и пытаются вернуть заказчиков, которые перешли к размещению своих тиражей на печать в центральноазиатские типографии. Данный фактор может повлиять на ожидаемый рост объёмов в 2024 году и вызывает оправданное опасение у региональных типографий. Однако большинство из них полагает, что в 2024 году рост отечественных производственных предприятий в РФ загрузит российские типографии заказами на печать этикетки и упаковки настолько, что им будет не до переманивания низкими ценами заказчиков из Центрально-Азиатского региона.

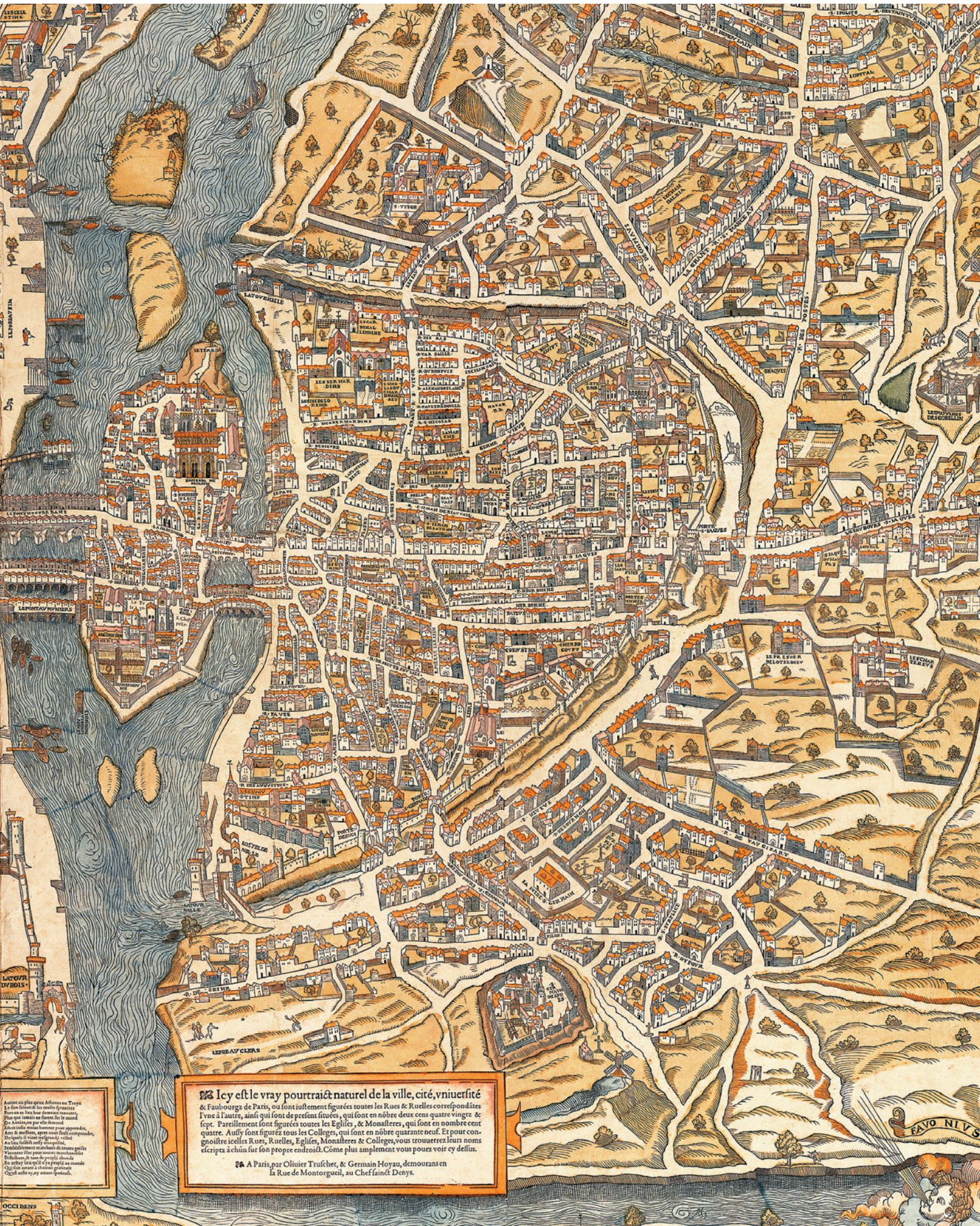
Что касается поставок полиграфического оборудования и материалов, то в 2024 году процесс открытия в странах ЦА представительств иностранных полиграфических компаний, ранее базировавшихся в России и работавших оттуда на территории всего СНГ, постепенно будет завершаться. Те, кто не откроет представительство или не найдёт себе партнёра для работы в ЦА, скорее всего, просто уйдут с рынка.

В частности, Print Store удалось заключить много новых партнёрских договоров с европейскими, американскими и японскими производителями полиграфического оборудования и материалов, в числе которых Omet, Xeikon, GEW, Apex

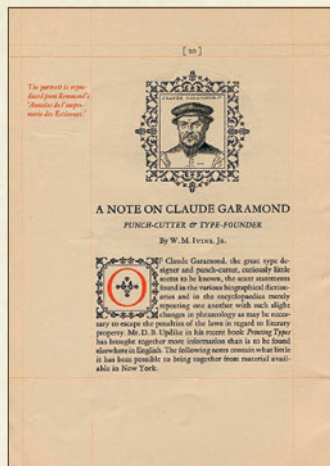
International, Toyo Ink, Rotometal, Swedev, Recyl Graphics, Fujifilm, KeenCut, Imago, Es-Te и прочие. Также компания подтвердила статус дистрибьютора 3M и начала отгрузки из Европы. ■



Об авторе: Арман Жумагалиев, директор Print Store — компания работает в Казахстане, Узбекистане, Кыргызстане, России, а также в Испании.



План Парижа во времена правления Генриха II, составленный Оливье Труше и Жерменом Ойо в 1550–1552 гг.



Биографическая статья о Клоде Гарамоне в американском *Monotype Journal* (Vol. 9 No. 6, Jan-Feb 1923) напечатанная шрифтом Monotype Garamond, созданном по матрицам Жаннона

Если бы в 1640-х годах кто-то сказал Жану Жаннону что-то вроде «Ваши шрифты достойны самого Гарамона!» или «Это второй Гарамон!», он, несомненно, оказался бы весьма польщён и счёл бы подобное сравнение за комплимент. Сто лет прошло, но мастера помнили, он оставался непревзойдённым и считался легендой. Но если бы Жаннон узнал, что через три с половиной столетия его шрифт будет красоваться перед 50-миллионной публикой со всего мира под именем Гарамона, он бы, как говорится, не понял юмора. Да, приятно, когда твою работу ценят и даже путают с творением мэтра, однако всё-таки хочется видеть на ней собственное имя.

По иронии судьбы немалая часть шрифтов группы Garamond, в том числе используемый во всем мире шрифт из Microsoft Office, в реальности базируется на работах Жана Жаннона (1580—1658) —

малоизвестного типографа и пуансониста. Забавно, но даже популярная биографическая статья о Клоде Гарамоне с его портретом в американском *Monotype Journal* (Vol. 9 No. 6, Jan-Feb 1923) напечатана шрифтом Monotype Garamond, созданном по матрицам Жаннона. Как же так получилось?

Судьба полиграфиста

Эту историю нужно рассказывать сразу в трёх временных слоях. Началась она в первой половине 16 века в Париже, где молодой Клод Гарамон учился печатному и гравёрному делу в мастерских Жюффруа Тори и Антуана Ожеро. Оба его наставника совмещали несколько амплуа: типограф, издатель, книготорговец, пуансонист. Обучали Клода всем этим видам деятельности. Оба работали в итальянской традиции, оба почитали Альда Мануция и вдохновлялись его шрифтами. Точнее, шрифтами Фраческо Гриффо, который, как известно, с Альдом рассорился. И Тори, и Ожеро

достигли успеха в своей сфере и ушли из жизни примерно в одно время. Правда, очень по-разному.

Тори в 1530 году стал королевским типографом Франциска I, двумя годами позже — главным библиотекарем Парижского университета, а в 1533 году тихо умер в своём доме. Ожеро казнён и сожжён на площади Мобер 24 декабря 1534 года как фигурант «Дела о листовках». В ночь на 18 октября в крупнейших городах Франции — Париже, Блуа, Руане, Туре, Орлеане — кто-то прибил к дверям важных зданий листовки с антицерковной пропагандой. Одну из них нашли прямо в королевском замке, что особенно взбесило Франциска I — можно ли говорить о безопасности Его Величества, если какие-то заговорщики имеют доступ чуть ли не в королевскую спальню? Хотя авторов крамольных текстов установить так и не удалось, следствие было скорым: меньше чем через месяц предполагаемые распространители отправились на костёр, а за ним в конце декабря и Ожеро, обвинённый в печати листовок. После этого король начал принимать меры к тому, чтобы «лютеранская ересь», она же Реформация, не проникла во Францию, а немногочисленные протестанты ушли в подполье.

Насколько эти скандальные события коснулись Клода Гарамона, мы не знаем; к тому времени он уже создал свои первые шрифты антиква, сразу же купленные несколькими типографиями, и стремительно набирал популярность. Власти ему благоволили: в 1539 году королевским указом пожаловали собственную мастерскую, а в 1543 году — титул королевского пуансониста за греческий шрифт Grecs du Roi,



Париж в 16 веке. Карта из атласа Брауна и Хогенберга

названный в честь монарха. Созданные им в 1540 году на основе шрифта Bembo Франческо Гриффо антиква и курсив ещё более двух столетий оставались самыми популярными и часто используемыми в Европе.

Время приключений

Современник Лютера, Микеланджело, Коперника, Франциско Писарро и Генриха VIII,

Гарамон жил в эпоху позднего Ренессанса и Реформации, колонизации Америки и начинавшейся научной революции, религиозных войн и экзотических протестантских сект.

Но политические, экономические и культурные потрясения мало его задели. Он умер в 1561 году, чуть-чуть не дожив до Гугенотских войн, которые будут опустошать Францию почти сорок лет. Прожил спокойную жизнь, насыщенную продуктивным трудом, застал настоящий бум производства шрифтов, самую интенсивную фазу, когда именитые мастера вырезали все новые матрицы, а типографии охотно их скупали.

Талантливый художник и признанный мастер, Гарамон не обладал коммерческим чутьём и деловой хваткой, не сумел разбогатеть. После его смерти вдова вынуждена была распродавать оставшиеся наборы матриц, большую часть которых приобрёл крупнейший издатель Европы Кристоф Плантен. Они до сих пор хранятся в музее-типографии в Антверпене и атрибутируются совершенно однозначно. Однако часть матриц разошлась по небольшим типографиям; они продавались, перепродавались, кочевали по всей Европе. Терялись этикетки с ящиков, забывалось их происхождение. Та же судьба постигла многие шрифты, проданные Гарамоном при жизни. А через несколько сотен лет специалистам пришлось иметь дело со шрифтами «вроде бы Гарамона», которые потребовалось атрибутировать заново.

Но мы тем временем погружаемся во второй временной слой — первую половину 17 века, когда в Европе полыхала Тридцатилетняя война, а Францией почти что правил могущественный кардинал Ришелье. Лет за двадцать до того, как в Париж — по утверждению

Александра Дюма — приехал д'Артаньян, во французской столице появился уроженец окрестностей Женевы Жан Жаннон. Он не стал начинать свою карьеру с оскорбления трёх храбрых мушкетёров, а направился устраиваться в типографию Робера Этьенна III — внука того самого Робера Этьенна, первого крупного печатника Франции, основного клиента мастерской Ожеро, а потом и Гарамона. До этого Жан обучался печатному делу на родине и в Германии, после работы у Этьенна, видимо, открыл собственную типографию, и ничего не говорило о том, что уже в зрелом возрасте он займётся ещё и изготовлением шрифтов. Две профессии уже окончательно разделились.

Покинуть Париж

Жаннон был самым настоящим кальвинистом, протестантом. Или, как говорили во Франции, гугенотом. Но, в отличие от Этьенна-старшего, которому по этой причине пришлось эмигрировать в Женеву, Жану в Париже ничего не угрожало. Гугенотские войны завершились в 1598 году Нантским эдиктом, гарантировавшим протестантам все права. Так что до 1685 года,

когда Людовик XIV данный эдикт отменил и гугеноты снова оказались вне закона, две конфессии уживались во Франции относительно мирно и равноправно. Правда, это вовсе не означало, что любой гугенот мог жить в столице спокойно и беззаботно — теперь над ним стояли свои церковные власти.



«Новый завет», напечатанный в типографии Робера Этьенна шрифтом Клода Гарамона grecs du roi

Парижа ополчились на него за печать нескольких изданий католической пропаганды. Неизвестно, с чего и зачем он вдруг стал сотрудничать с католиками, но на самом деле ничего страшного в этом не было — война давно закончилась. Жить ведь на что-то надо, поэтому многие типографы спокойно брали заказы даже на религиозную литературу чужой конфессии. Но то ли пропаганда в этот раз оказалась особенно забористой, то ли Жан проявил характер и послал уважаемых пасторов куда подальше... В общем, с тех пор жизнь его сильно осложнилась, а заказов — поубавилось. Недовольно бормоча «Дай им волю, они станут хуже иезуитов...», Жаннон решил покинуть Париж, оставив типографию сыну.



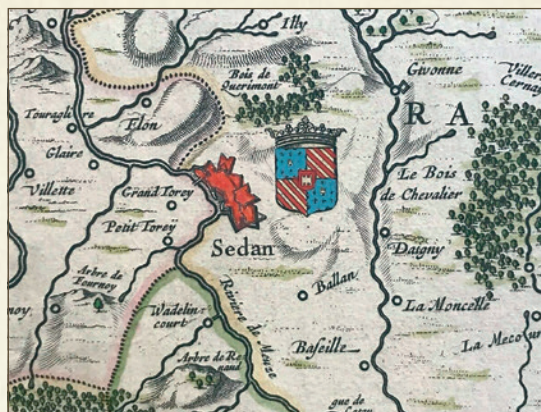
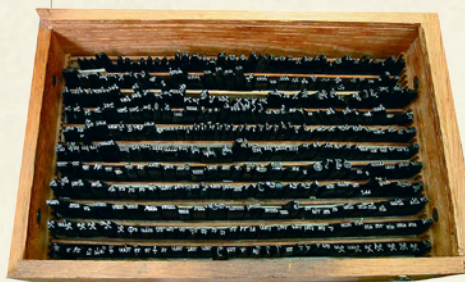
Матрицы: начало

Путь его лежал в Седан — маленькое протестантское княжество на востоке современной Франции возле Бельгии и Люксембурга, которое с началом религиозных войн в 1562 году объявило независимость от французской короны и до сих пор сохраняло этот хрупкий статус отдельного государства. В Седане имела своя Академия — можно сказать, гугенотский университет, где получала образование немалая часть протестантской элиты Франции. Жаннон стал официальным печатником и издателем Академии. И вот на этом

довольно высоком и, несомненно, почётном посту

он однажды почему-то захотел попробовать себя в качестве пуансониста. Сам он как-то писал, что для печати некоего издания у него не нашлось подходящего шрифта и тогда он решил создать матрицы самостоятельно. Может, так оно и было. Во всяком случае, у Жаннона стало получаться. Скоро обрёл популярность его очень мелкий шрифт *Sédanoise*, потом несколько крупных. В те годы на рынке шрифтов наблюдалось затишье — он насытился и даже перенасытился ещё к концу прошлого столетия, так что новая продукция теперь появлялась нечасто, а многие шрифты по-прежнему отливались с оригинальных матриц признанных «классиков». На кого мог ориентироваться начинающий пуансонист, знакомый со всеми видами шрифтов, но не получивший специального образования в данной области? Ну конечно же! Нет, он не пытался «повторить» или скопировать Гарамона, как тот в своё время не старался скопировать Гриффо. Просто великий мастер создал канон. В рамках которого теперь мыслили пуансонисты, с которым привыкли работать типографы, и который привыкли видеть в книгах читатели.

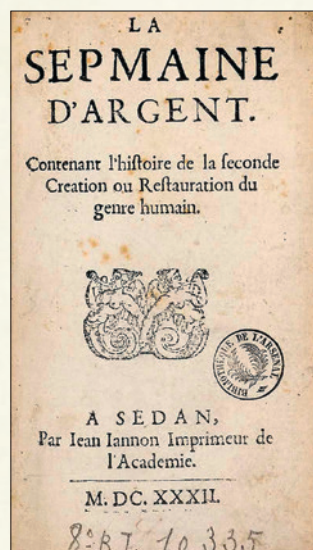
Оригинальные матрицы шрифта Гарамона *grecs du roi*



Кан в Нормандии в середине 17 века. Гравюра Матиаса Мериана

В 1640 году Жаннону невольно пришлось вернуться в Париж при самых печальных обстоятельствах: неожиданно умер его сын Антипа. Осталась типография, судьбу которой следовало решить. Современные авторы развили массу домыслов и фантазий о приключениях Жана в столице. Это один из типичных случаев, когда отсутствие исторических фактов компенсируется историческими мифами.

Одно из изданий Жаннона в качестве официального типографа Седанской Академии



Достоверных фактов о нашем герое известно довольно мало, так что писатели что-то «логично» домысливают, что-то добавляют от себя — и возникают удивительные истории.

Шрифты на королевской службе

Одна из них повествует о том, как кардинал Ришелье в 1641 году повелел арестовать гугенота Жаннона, конфисковать его оборудование и матрицы шрифтов, а всё для того, чтобы напечатать ими свой трактат «В защиту основных положений католической веры». Не говоря уже о том, что католические типографы Парижа в очередь бы выстроились за заказом самого Ришелье, а некоторые готовы были печатать его текст даже и бесплатно, любым шрифтом по выбору автора... да с чего бы персона такого ранга вообще обратила своё внимание на заезжего печатника? Зачем бросать его в тюрьму? Откуда, собственно, информация об аресте?



Крепость Седана — такой её увидел Жан Жаннон в 1630-х годах

В реальности всё оказалось проще. В 1640 году по инициативе кардинала Ришелье был основан **Королевский печатный двор** — официальная типография короля, для которой тут же начали заказывать и скупать оборудование и шрифты. Шрифтов старались добыть как можно больше, самых разных и самых лучших, чтобы получилась самая крупная и богатая коллекция. Вот и Жан Жаннон, как раз размышлявший, что делать с пустой типографией и долго ли ещё ему придётся задержаться в столице, в 1641 году получил предложение, от которого не смог, да и не захотел отказаться. Сохранился даже договор на покупку ряда его матриц Королевским печатным двором. И никакого криминала. «В защиту основных положений...», похоже, действительно печатали одним из его шрифтов, хотя у некоторых специалистов есть сомнения.

Но образ типографа-мученика, усилиями коварного Ришелье пострадавшего за религиозные убеждения, так привлекателен! На необъятных просторах интернета можно даже встретить информацию, что Жаннон стал жертвой инквизиции — притом, что ещё с 16 века преследованием еретиков во Франции занималась светская власть, а «подвалы инквизиции» (там, где они вообще были) давно остались в прошлом. Притом, что в период между 1598 и 1685 годами в стране вообще не преследовали гугенотов.

Обыск без арестов

Ещё одна история рассказывает нам о том, как власти явились с обыском в новую типографию Жаннона в Кане.



Кан в Нормандии в середине 17 века. Гравюра Матиаса Мериана

Конечно же, по наводке злобного кардинала. Да, ареста удалось избежать, но конфисковали оборудование и все шрифты!

В данном случае реальная история ещё интереснее, хотя Жаннон играет в ней скорее второстепенную роль.

В октябре 1643 года он, прихватив остатки парижской типографии, отправился в Нормандию, в Кан,

где стал партнёром **Пьера де Кардоннеля** — торговца из богатой и влиятельной купеческой семьи. Пьер вёл свои дела в основном в Англии, но когда на острове по ту сторону Ла-Манша разразилась революция, он предпочёл взять паузу, вернулся в Кан и поселился в родовом гнезде. Мы не знаем, где и как он познакомился с Жанноном, известно лишь, что Пьер уговорил печатника перебраться в Нормандию и открыть совместную типографию. Кардоннель был не просто богачом, а богатым интеллектуалом — получил хорошее образование, читал на древних языках, поддерживал учёных. Он мог себе это позволить. Но уже через несколько месяцев начались неприятности.

13 марта 1644 года в дом Кардоннеля явились с обыском два представителя городского совета с двумя судебными исполнителями. Они искали нелегальную типографию, о которой властям сообщили «доброжелатели». Войдя в небольшую пристройку, обнаружили там за работой наборщика и самого Жаннона, который тоже представился наборщиком. Всё оборудование немедленно опечатали, шрифты сложили обратно в ящики, опечатали, ящики — в шкаф, на который тоже повесили печати. Типография прекратила деятельность.

Разъярённый таким самоуправством, Кардоннель немедленно составил петицию на имя канцлера королевства Пьера Сегье. «Я, между прочим, уважаемый человек, владею коллекцией ценных манускриптов, — гневно писал Кардоннель, — которые и намереваюсь напечатать по совету господина канцлера и почтенных профессоров. Я никогда не печатал без разрешения цензуры и направил господину канцлеру копию текста, получив его одобрение».





Geographia Sacra seu Phaleg et Sanaan Самюэля Бошара — книга по востоковедению, напечатанная Жанноном в Кане

Что же случилось? Над чем работал Жаннон со своим новым партнёром? Почему городские власти посчитали это опасным и нелегальным? Политические памфлеты? Религиозная пропаганда? Нет, всего лишь восто-

коведение! Они готовили к печати двухтомник **Самюэля Бошара** — местного пастора и одного из ведущих ориенталистов Европы. Бошар знал арабский, сирийский, халдейский, коптский, персидский, финикийский языки, занимался лингвистическим анализом библейских текстов. В первом томе его монументального труда *Geographia Sacra seu Phaleg et Sanaan* речь шла о расселении народов во времена Вавилонской башни, во втором — о финикийском языке и финикийской колонизации. Что здесь может быть опасного?

Снова в Седан

Однако имел место донос. Однако типографию закрыли. Почему? Конфессионально смешанное население Кана жило мирно и дружно. Но не церкви. Между церквями по-прежнему шла борьба за власть, деньги и умы. Поскольку тогдашняя ориенталистика существовала в тесном союзе с теологией — ведь анализу и переводам подвергались в основном библейские и другие религиозные тексты — католики считали, что эта наука должна оставаться в их руках, а протестантам в ней делать нечего. Данное мнение транслировалось с самого верха. Даже главе Королевского печатного двора было приказано скупать у всех арабские и прочие восточные шрифты. Неудивительно, что петицию Кардоннеля отвергли.

Но у коммерсанта-интеллектуала оказались чрезвычайно обширные связи.

Уже 10 мая 1644 года он добыл королевскую привилегию на печать труда Бошара сроком на десять лет!

Правда, это не слишком помогло. Местные власти продолжали мешать публикации, упирая на то, что Кардоннель вообще не является сертифицированным типографом, так что привилегия незаконна, и не

собирались снимать печати с оборудования. О конфискации речь не шла, хотя некоторые историки пишут, что, возможно, по указке Парижа власти могли изъять арабские шрифты. Но и пользоваться им было невозможно. Они препирались ещё более полугода, но работа всё же возобновилась, и в октябре 1646 года книга вышла из печати.

К тому времени Жаннона в Кане уже не было. Он вернулся в Седан в конце 1645 года, ещё до окончания проекта. Оборудование, вероятнее всего, продал Кардоннелю. В Седане его ждали типография и мастерская по изготовлению шрифтов, за которыми присматривал другой сын, Пьер. За время его отсутствия многое изменилось: Седан перестал быть независимым княжеством — его правитель Фредерик-Морис де Ла Тур принял участие в заговоре против короля, а после разоблачения вынужден был отказаться от прав на Седан и передать его короне, чтобы сохранить собственную голову.

О дальнейшей жизни Жаннона практически ничего не известно. После его смерти в 1658 году типография продолжала работать, а мастерскую семья продала шесть лет спустя. Он не считался крупным типографом или великим пуансонистом — в историю вошли совсем другие имена. Где-то в недрах Королевского печатного двора остались его шрифты — неизвестно, сколько именно. Шли годы, учреждение это переживало многочисленные потрясения вместе с французским государством, терялись документы, перемещались вещи в хранилище...

«Гарамон» по ошибке

...А мы наконец оказываемся в третьем временном слое — в начале 20 века.

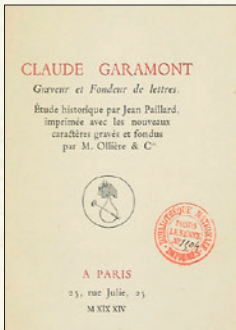
Многими годами ранее, ещё в первой половине 19 столетия, сотрудники печатного двора обнаружили неизвестные шрифты, вроде бы напоминающие работы Гарамона.

Впрочем, сколько их было таких, похожих? Никто особо не старался выяснить их происхождение — похожи, и ладно. Всё равно они нигде не используются. Но при подготовке к Всемирной выставке вопрос этот вдруг приобрёл государственное значение. Ведь оригинальные матрицы Гарамона предстояло увидеть всему миру! Тогдашний директор бывшего Королевского и Императорского, а теперь Национального печатного двора **Артур Кристиан** почему-то счёл эту атрибуцию верной. Трудно сказать, чем он руководствовался: проводилась ли экспертиза или он просто положился на мнение предшественников? Во всяком случае, он поручился своим авторитетом и многолетней репутацией своей организации, что отобранные

для Всемирной выставки матрицы достоверно принадлежат руке великого мастера.

Какие после этого могли быть сомнения? Экспозиция имела большой успех. Такой серьёзный информационный повод вызвал волну интереса к Клоду Гарамону и книгопечатанию 16 века. Вытащили из хранилищ другие работы мастера, даже не подозревая, что часть из них не имеет к Гарамону никакого отношения. Много говорили о преемственности поколений и о «возрождении» его шрифтов. На основе знаменитых матриц в следующие годы появилось несколько «осовремененных» дизайнов — все они имели в названии слово Garamond. Некоторые совершенно зря.

К шрифтам есть вопросы...



Публикация Жана Пайяра, в 1914 году впервые выразившего сомнения в принадлежности некоторых шрифтов Garamond руке Клода Гарамона

Первые сомнения в аутентичности тех самых матриц высказал в 1914 году историк **Жан Пайяр**. Но он погиб на войне вскоре публикации своих вы-

водов, а статью его почти никто не прочёл. Только в 1926 году с ней ознакомилась **Беатрис Уорд** — американская журналистка и типограф, только что приехавшая в Европу. Работая библиотекарем в American Type Founders — объединении американских компаний по изготовлению шрифтов, она услышала однажды от архивариуса фирмы, что тот сомневается в авторстве имеющихся у них матриц. Кажется, это не Гарамон; похож, да, но всё-таки не слишком, ему не удалось найти ни одной книги 16 века с таким шрифтом, только более поздние — почему?

Беатрис была женщиной целеустремлённой — не зря же год спустя ей предложили должность редактора, а ещё через два года пост директора по рекламе в компании Monotype, сегодня известной как концерн Monotype Imaging. В конце 1920-х годов женщина на таких постах вызывала удивление, недоумение, а у кого-то и возмущение.

Беатрис Уорд в 1926 году выяснила, что показанные на Всемирной выставке «матрицы Гарамона» на самом деле принадлежат Жаннону



Оказавшись в Париже, она устремилась в архивы и библиотеки — и нашла тот самый договор между Жанном Жанноном и Королевским печатным двором о покупке шрифтов, а также несколько образцов печатной продукции Жаннона, которая позволила точно атрибутировать его шрифты. Результаты своих исследований она опубликовала под мужским псевдонимом Paul Beaumont, позже объяснив, что «иначе никто не поверил бы, что какая-то женщина может знать что-нибудь о типографском деле, полиграфии и тому подобном».

Дальше выяснилось много интересного. Например, что созданный компанией American Type Founders в 1917 году шрифт ATF Garamond, или Garamond No.3, на самом деле сделан на основе матриц Жаннона. Как и разработанный в 1922–1923 годах концерном Monotype шрифт Monotype Garamond, а также Garamont, созданный знаменитым американским ди-

зайнером шрифтов Фредериком Гауди. С годами этот список разрастался и сегодня насчитывает пару десятков позиций.



ATF Garamond, или Garamond No.3, созданный компанией American Type Founders как «возрождённый» шрифт Гарамона на основе матриц Жаннона

Итак, справедливость восторжествовала? Жаннон вошёл в историю как автор образцов для многих шрифтов, используемых сегодня в полиграфии и текстовых редакторах. Но поменять названия этих шрифтов почему-то так и не удосужились. Все они признаны, но всё так и носят имя Клода Гарамона — национального достояния Франции. Всё-таки хорошо, что человек не может заглянуть в будущее. Наверняка Жаннону было бы даже приятно, что его работу перепутали с творением мэтра, но всё-таки он захотел бы видеть её на Всемирной выставке под своим именем. С другой стороны, будучи верно атрибутированными, матрицы какого-то Жана Жаннона на этой выставке и не появились бы.

Об авторе: **Ксения Чепикова**, историк, переводчик, популяризатор науки. Специалист по истории Западной Европы XVI–XVII веков, истории науки и знаний. Автор ряда книг и статей по истории науки, образования, книгопечатания, картографии.



Что делать, когда нечего делать?

Последние несколько лет меня удивляет нитьё некоторых коллег на недостаточную загрузку их типографий. У меня и в некоторых знакомых мне типографиях уже лет пять — ровно обратные проблемы: очередь из заказов на несколько месяцев вперёд. На моём рынке нет больших прибылей, но явно есть свободное место и неудовлетворённый спрос.

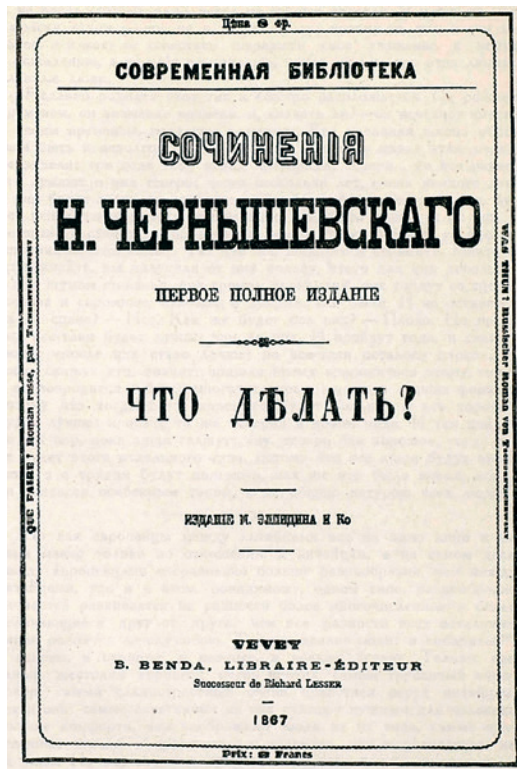
Дмитрий Пупин

Поэтому мне бы хотелось обратить внимание коллег на такую область полиграфии, как бумажно-беловые товары, или «бумбел». Я занимаюсь их производством уже 29 лет: они меня кормят и будут кормить, и знаю я про них достаточно много.

В этом бизнесе есть место как для полиграфии с большими объёмами в сотни тонн в месяц, так и микробизнесам, которые могут «цифрой» распечатывать какие-нибудь стикерпаки. Каждому найдётся место, достойное его амбиций, производственных возможностей и капитала.

Стратегия входа и работы на рынке бумбела может быть любой, в зависимости от того, что вам ближе по душе. Можно следить за модой, за медиа и продавать быстро-дорого что-то традиционное, но с актуальными дизайнами, популярными персонажами, небольшими тиражами — с риском недопродать и выкинуть остатки в мусор, когда товар из моды выйдет. Можно пытаться брать рынок штурмом — объёмом и ценой. Можно придумывать новые инновационные товары, например, какие-то узконишевые ежедневники для специфической аудитории. Канцелярские книги для пунктов приёма передач заключённым страниц на 500 (?): вчера навещал друга в тюрьме впервые в жизни и был потрясён, сколько там пишут шариковыми ручками в амбарных книгах. Медицинские карты для детей с весёлыми «антиплачущими» картинками для раковых хосписов? Продукция на национальных языках ближнего зарубежья, в том числе и на экспорт?

Есть место и «пахарям», любящим годами настраивать рутинный и однообразный биз-



нес, и пассионариям, любящим творить что-то новое. Интернет-торговля даёт возможность предложить любой товар напрямую потенциальному покупателю, минуя посредников. Но для каких-то проектов профессиональные посредники или традиционный ритейл — наоборот, отличный попутчик и незаменимое подспорье в продажах и маркетинге.

Рентабельность производства бумбела в сравнении с некоторыми другими видами полиграфии в реальности очень невелика и довольно заурядна, даже если со стороны вам кажется иначе. Это, наверное, главный минус. Вы можете ждать денег иногда годами, и есть риск не получить оплату за свою продукцию никогда: в основном в этой отрасли

принято работать с отсрочками или вообще под реализацию — риски неплатежей более чем реальны и огромны. А те, кто покупает по предоплате, — они видят совсем другие, очень низкие цены от своих поставщиков. Поэтому будьте крайне подозрительны к потенциальным клиентам, которые готовы брать в отсрочку товар по сильно завышенным ценам.

Из плюсов — рынок в целом мягче, добрее: по срокам, по качеству. Не купит календарь или ежедневник один клиент — продадите другому. Собственно, поэтому я когда-то в этот рынок и полез из упаковки и этикетки.

Если есть идеи, желание заняться печатью бумбела — пишите, я всегда открыт для общения с коллегами, что могу — всегда подскажу dimarpupin@gmail.ru. 📧



Новая жизнь старого принтера

xerox™ **made
to
think.**

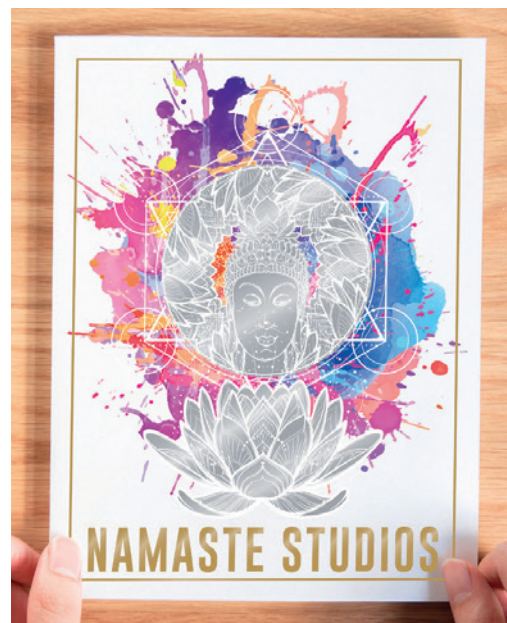
Творческий подход к каждому отпечатку!

Специализированная печать — одна из самых быстро развивающихся областей в цифровых технологиях. Она открывает безграничные возможности для дизайнеров, полиграфистов и пользователей услуг печати.¹

Несомненно, ожидания в отношении цифровой печати также меняются. Вы готовы к этим переменам? Технология Xerox® Adaptive CMYK Plus даёт вам большую свободу дизайна. Теперь вы можете использовать четыре новых высококлассных компонента CMYK Plus на своём принтере Xerox® Color C60/70, Xerox® PrimeLink C9065/70, Xerox® Versant 180/280.

Мерцающий золотой. Завораживающий серебряный. Универсальный белый. Плюс изысканный глянец.

Эти тонеры добавляют эффектные акценты в печатные материалы, и их можно использовать в любое время, чтобы расширить традиционные возможности CMYK-печати.



- ✓ **ВЫДЕЛЯЙТЕСЬ**
- ✓ **ГИБКОСТЬ И АДАПТИВНОСТЬ**
- ✓ **ПОВЫШЕННАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ**

24–89%
пользователей
премиальных услуг
печати готовы платить
больше за возможности,
выходящие
за рамки простой
CMYK-печати¹



Всего за **15 минут**, выполнив всего **три простых действия**, вы сможете извлечь набор тонер-картриджей CMYK и установить на его место новый потрясающий набор декоративных тонеров — золотой, серебряный, белый и прозрачный.



TOO RedCopy,
г. Алматы,
ул. Карасай батыра,
111-113, 1 этаж.
www.rcopy.kz,
info@rcopy.kz



Тел: +7 (701) 311 89 17, +7 (707) 373 62 63

¹ Keypoint Intelligence/InfoTrends, «Beyond CMYK: The Use of Special Effects in Digital Printing»

Полиграфия «С пылу с жару»

В 2000-е годы рынок оперативной полиграфии на всём пространстве бывшего СССР был на самом начальном этапе своего становления. По сути, в существовавших тогда небольших копи-центрах в основном оказывались лишь услуги по копированию различной документации и, изредка, печати фотографий. С создания подобного салона оперативной полиграфии в 2001 году в южной столице Казахстана, Алматы, начал свой собственный бизнес Андрей Агеев — основатель сети центров оперативной полиграфии Red Copy Centre.

Александр Сургучёв

Ставка делалась именно на оперативное оказание копировальных услуг, и клиенты должны были получать свои заказы, не выходя из офиса, как говорится, с пылу с жару. И это сработало. Возможность посидеть в уютной обстановке, попить чашечку кофе и через некоторое время получить свой заказ стала быстро набирать популярность. Вначале компании пришлось работать с использованием лишь двух копировальных машин Хегох, но постепенно за счёт установки нового цифрового печатного оборудования предприятию удалось существенно расширить спектр оказываемых услуг.



лон оперативной полиграфии, а ещё через три года — третий. Предприятие начинает оказывать услуги не только по чёрно-белому и цветному копированию, сканированию и распечатке документов не только форматов А4 и А3, но и А2, А1 и даже А0. С расширением парка печатного и послепечатного оборудования сильно увеличился и ассортимент изготавливаемой полиграфической продукции.

Все три филиала с момента своего создания были оборудованы по единому стандарту. В каждом из них было установлено по две цветных и монохромных ЦПМ Хегох, а также по одному цветному и чёрно-белому широкоформатному принтеру. На сегодняшний день в Red Copy Centre эксплуатируются цветные ЦПМ **Xerox Versant 280** и **Color C75**, а парк монохромных машин состоит из моделей **PrimeLink B9100**. Часть ЦПМ снабжены финишерами-буклетмейкерами для производства брошюр в автоматическом режиме.

Как всё развивалось

С 1995-го по 2001 год Андрей работал сертифицированным сервисным инженером у официального дилера Хегох в Казахстане, поэтому, зная о возможностях и качестве оборудования не понаслышке, он принял решение строить все бизнес-процессы в сегменте цифровой печати с этим вендором. Спустя более чем 20 лет совместной работы Андрей по-прежнему отмечает высокую надёжность оборудования Хегох, отсутствие проблем с расходными материалами и запасными частями, а также отличную поддержку в плане обучения и сервисного обеспечения.

Уже в 2008 году Андрей Агеев открывает второй са-



Как всё работает

Установленные на предприятии ЦПМ Xerox Versant 280 позволяют использовать материалы плотностью до 400 г/м² (при автоматической двусторонней печати — до 350 г/м²), что даёт возможность выпускать визитки, открытки и приглашения. Наряду с обычной бумагой, Versant 280 поддерживает печать на конвертах, наклей-



к содержанию



ках, синтетических материалах, трансферной бумаге и даже магнитных носителях. Также данная ЦПМ запечатывает плотные материалы быстрее, чем любое другое оборудование того же сегмента, — до 80 страниц А4 в минуту с разрешением 2400×2400 dpi при разрешении растрирования 1200×1200 dpi 10 бит. Очень полезной функцией для Red Copy Centre оказался опциональный пакет Adaptive СМУК+, благодаря которому ЦПМ Versant 280 помимо СМУК позволяет наносить белый, золотой, серебряный, прозрачный и флуоресцентные тонеры. Это открыло совершенно уникальные возможности для необычных видов продукции.


Для монохромной печати брошюр и каталогов, а также для биллинговой печати оптимальным оборудованием оказались ЦПМ PrimeLink B9100 с производительностью до 100 страниц в минуту — настоящие современные «рабочие лошади» для центров оперативной полиграфии.

Ну и, конечно, всё это сегодня в Red Copy Centre дополняет внушительный набор различного финишного оборудования, включая резательные машины, переплётное оборудование, ламинаторы, фольгираторы и многое другое. В отличие от печатного оборудования в сегменте послепечати применяется оборудование различных торговых марок, среди которых как




известные западные бренды, так и китайские производители.

Печатные мощности дублируются на случай неожиданных обстоятельств, а также на период пиковых нагрузок. Для Red Copy Centre очень важно не подвести своих постоянных клиентов, среди которых многие рекламные агентства, биллинговые компании и проектные организации, для которых критично выполнение заказов в сжатые сроки и без каких-либо задержек. Но даже в такие дни при максимальной загрузке в 70–80% у предприятия пока ещё остаётся запас для роста.




ASIA PRINT
EXCLUSIVE PARTNER




Сделано в Японии

Duplo™
KAZAKHSTAN


Термоклеевая машина
PFI Bind 2100 Pur




Дискиратор
DC 618




Планшетный резчик
PFI BLADE
DIGITAL CUTTING TABLE




Встроенный
фальцовщик
DC-F100



NOVЫЙ
Брошюровщик
DBM 700




Листоподборочные башни
DSC-10/60i



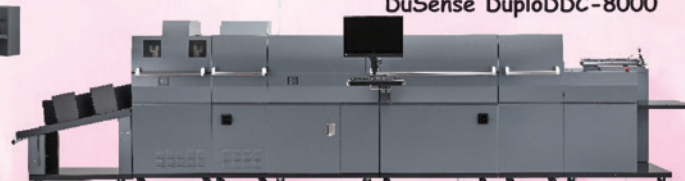
B3+

Лакировальная машина
DuSense DDC 810




B2+

Лакировальная машина
DuSense DuploDDC-8000



Фальцовщик
DF1300-L



050009 Республика Казахстан г. Алматы, ул. Шевченко 165 Б, оф. 502
 тел: 8 (727) 392-06-55; 392-02-77 8 777 795 20 86.
 manager@asiaprint.kz www.asiaprint.kz inst:@asiaprint.kz





В планах на ближайшее будущее у Red Copy Centre — открытие уже четвёртого салона оперативной полиграфии в Алматы. Его планируется также оснастить парой цветных ЦПМ Versant 280, которые как нельзя лучше подходят для решения производственных задач предприятия.



Каждый из трёх салонов работает в будние дни с 9 до 18 часов. Суммарно штат сотрудников на сегодняшний день насчитывает 12 человек, включая собственного сервисного инженера, обслуживающего весь парк установленного оборудова-

ования. У некоторых стаж работы на предприятии превышает 15–20 лет. Персоналом компания дорожит, поэтому коллектив очень дружный и сплочённый. Периодически организуются корпоративы, а раз в год в июле проходит выездное мероприятие, приуроченное к очередной годовщине основания предприятия, во время которого обсуждаются не только текущие задачи, но и планы на будущее. В последние годы оно традиционно проходит на берегу красивейшего озера Иссык-Куль в соседней Киргизии.

Какие планы

По словам Андрея Агеева, за последние 10 лет Red Copy Centre пришлось практически удвоить цены на выпускаемую полиграфическую продукцию. В основном это было связано с падением курса тенге к доллару и, как следствие, ростом себестоимости расходных материалов и оборудования. А по мере нарастания процесса цифровизации в различных сферах промышленности снизился объём заказов на широкоформатные чертежи и схемы. Одновременно наблюдался рост интернет-заказов, доля которых уже достигла 70% в общем объёме. При этом постепенно расширялась и география интернет-заказов. Сегодня они поступают уже не только из Алматы и Алматинской области, но и из других регионов страны.

В планах на ближайшее будущее у Red Copy Centre — открытие уже четвёртого салона оперативной полиграфии в Алматы. Его планируется также оснастить парой цветных ЦПМ Versant 280, которые как нельзя лучше подходят для решения производственных задач предприятия. Примерный месячный объём печати каждой такой машины — порядка 50–60 тысяч страниц, и это, в случае объединения производственных мощностей на одной площадке, делает рентабельным переход на более производительную ЦПМ Xerox Iridesse.

Однако Андрей пока считает это преждевременным. Для многих клиентов Red Copy Centre немаловажной является возможность изготовления заказа в ходе визита в салон, что станет невозможным или как минимум сильно растянется по времени при необходимости доставки готового тиража с единой для всех салонов производственной площадки. К тому же наличие по паре ЦПМ в нескольких центрах делает производство гораздо устойчивее, ведь в случае поломки одной из машин её подменит вторая на время ремонта. А если и этого окажется недостаточно, то часть несрочных заказов можно перекинуть на печать в другой филиал.

Также Андрей рассматривает возможность открытия нового направления бизнеса — печать цифровой этикетки, но данная идея пока находится на стадии изучения. ▣



Премиальный Duplo

Одним из важных событий этого года в мире послепечатного оборудования стал выход буклетмейкера Duplo DBM-700. О том, какими преимуществами обладает новая модель и почему вообще так важно расставлять правильные приоритеты при выборе оборудования, мы поговорили с директором AsiaPrint Дмитрием Кузнецовым.

Расскажите, пожалуйста, про новинку — буклетмейкер Duplo DBM-700.

Выход на рынок буклетмейкера Duplo DBM-700 стал для нас важным событием, поскольку мы как дистрибьюторы Duplo в Казахстане всегда стараемся в кратчайшие сроки обеспечить своих клиентов всеми актуальными предложениями. Новый агрегат оснащён — в зависимости от комплектации — двумя или четырьмя головками для скрепления, модулем квадрачения корешка и триммером. При этом буклетмейкер может за час изготавливать до 5200 брошюр и пробивать на скобу до 70 листов, делая толстые брошюры на 280 страниц. На предыдущей модели буклетмейкера — DBM-600 — можно было собирать и скреплять блоки в два раза меньше. Это очень серьёзная возможность для таких работ, когда производительность оборудования увеличивает возможности производства в два раза, и это при заявленной производительности машины до 9000 блоков/час в режиме деления двойников. Важной особенностью является совместимость нового DBM-700 со всеми предыдущими автоподатчиками и башнями листоподбора. Нововведением является то, что модуль квадрачения теперь устанавливается до модуля подрезки.

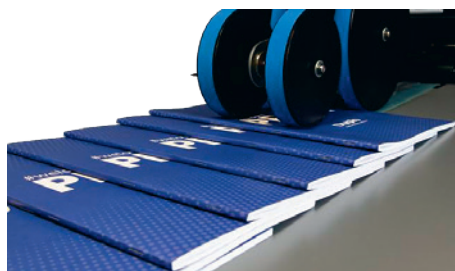
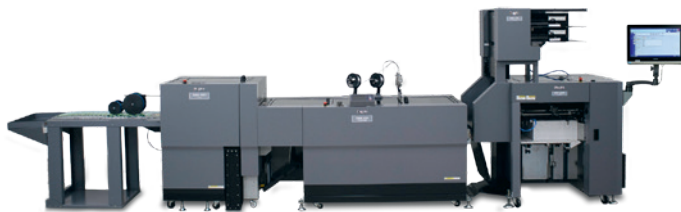


Дмитрий, ваша компания вот уже более 10 лет является официальным представителем Duplo в Казахстане, видимо, не случайно это сотрудничество продолжается так долго?

Когда наше сотрудничество с Duplo только начиналось, мы, как и многие, знали, что это очень известный бренд премиального уровня, однако настоящее понимание преимуществ этого оборудования пришло несколько позже. Сталкиваясь по роду своей деятельности с различным послепечатным оборудованием, в том числе и японских производителей, я для себя сформулировал, в чём выражены сильные стороны агрегатов Duplo: это надёжность, автоматизация и функционал. Это то, что позволяет многим цифровым производствам годами эксплуатировать данные машины каждый день, при этом полностью автоматизируя послепечатный участок и уходя таким образом от ручных операций.

То есть в какой-то мере Duplo минимизирует человеческий фактор на производстве?

Абсолютно точно. Возможности оборудования сегодня таковы, что все необходимые виды работ



Duplo DBM-700 имеет несколько конфигураций на выбор клиента



[к содержанию](#)

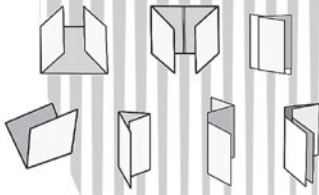


Встроенный фальцовщик Duplo DC-F100

Встроенный фальцовщик DC-F100 специально создан для расширения возможностей DC-618 или DC-648.

В дополнение к стандартным функциям резки, биговки и перфорации теперь Вы можете полностью выполнять различные виды работ, включая фальцовку и укладку таких изделий, как поздравительные открытки, брошюры и листовки, — и все это за один проход.

Этот подход автоматизирует всю настройку задания из одной точки, сокращая количество операций, ошибок и отходов. Выполнение отделочных работ за один проход с участием всего одного оператора приводит к значительной экономии средств на оборудовании, времени и трудозатратах.



закладываются уже на этапе макета. Это хорошо видно на примере наших универсальных машин по резке, подрезке, биговке и перфорации — линейке DC: 618, 648 и 746.

Информация о продукции вводится непосредственно на самом агрегате, и машина с точностью до 0,1 мм определяет, сколько резов, биггов или линий перфораций необходимо сделать в том или ином заказе: машины обладают возможностью принимать решение! Ещё два-три года назад это казалось невозможным. Таким образом, практически сводится к минимуму количество брака на послепечатной стадии. Экономится время и высвобождаются человеческие руки. Чем меньше ручного вмешательства, тем меньше брака!

А что скажете про другие новики?

В этом году один из примеров инноваций — Duplo DC F-100, модуль фальцовки для универсальных машин DC 618 и DC 648. Теперь машина, которая резала, биговала и перфорировала, получила важную в современной полиграфии опцию — фальцевания: автоматизация ещё одного ежедневного процесса в работе типографии стала доступной.

Увеличивается спрос в области рулонной печати, и Duplo, не оставаясь в стороне, предлагает решение для постпечатной обработки, используя уже готовые механические решения, но внедряя в них функциональное ПО, что является очень значимым и важным фактором при использовании таких машин в современном производстве.

Duplo
KAZAKHSTAN

Pfi
330

Полностью автоматическая машина PFI 330 представляет собой систему резки этикеток шириной 330 мм, которая использует QR-коды для идентификации каждой работы и автоматически режет и разрезает этикетки в соответствии с требованиями клиентов. Он использует восемь режущих головок и режет со скоростью до 12 м/мин. Максимальный размер резки 330 мм x 1 метр. Обрезки удаляются автоматически, в то время как другие автоматизированные функции включают коррекцию отклонений, позиционирование, непрерывную резку, раскатывание, продольную резку и намотку.

Однако сегодня Duplo не единственный производитель подобного оборудования, представленный на рынке Казахстана. Что позволяет вам оставаться одним из флагманов направления?

Не скрою, конкуренция сейчас действительно высокая, и демократичная стоимость оборудования — это не то, чем мы можем привлечь клиента. Однако, если проводить параллель с рынком автомобилей, надо понимать, что всегда будет существовать доступный массовый продукт и параллельно с ним более дорогостоящее — люксовое — направление, и дело здесь не только в престиже. Высокая надёжность и качество наших агрегатов — это то, что принципиально отличает нас от других производителей.

Красноречивым примером может служить то, что мы даём своим клиентам гарантию до семи лет на определённые виды оборудования Duplo. А возможно это только потому, что мы уверены в качестве оборудования и знаем, что его ресурс гораздо выше, чем ресурс, заложенный производителем.

В конце мая 2024 ожидается большое событие в мире полиграфии — выставка drupa. Планируете ли вы её посещение?

Обязательно! Ведь drupa 2024 — крупнейшее и важнейшее мероприятие для отрасли, тем более что это будет первая очная выставка за прошедшие восемь лет. Более того, поскольку Asia Print является официальным эксклюзивным представителем бренда Duplo в Казахстане, мы готовы оказать помощь и содействие в оформлении документов для посещения выставки drupa всем заинтересованным лицам и приглашаем всех желающих обращаться к нам. 📄

Презентация машины на Drupa 2024
с 28 мая по 7 июня
Германия, Дюссельдорф



к содержанию



Красивое!

Как создавалась обложка для Publish Eurasia № 3, 2024 г., в которой используется цифровое облагораживание с 3D-эффектами.

Юлия Васина

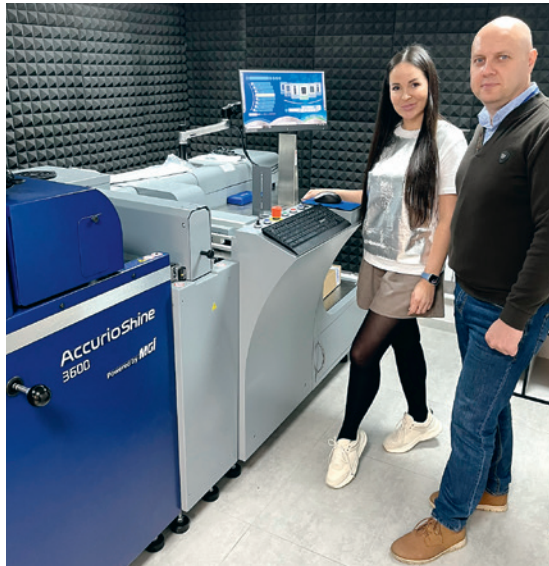
Перефразируя известный мем с котиками, интересующимися, продадут ли им рыбов или только покажут, мы сформулировали цель проекта с обложкой этого номера Publish Eurasia просто — показать красивое:

- Вы продаёте 3D-эффекты?
- Нет, только показываем.
- Красивое!

Темой номера был определён прекрасный весенний праздник Наурыз — отличный повод создать нечто прекрасное и запоминающееся! С этой задачей мы обратились к дизайнеру **Марии Ефимовой**, которая уже не раз делала для Publish обложки. Мария предложила несколько идей, из которых мы остановились на варианте с национальным казахским колоритом и простором для цифрового облагораживания. Иллюстрацию для проекта подготовила **Анна Цыбульская**. Конечно, к празднику девушки выбирают самую красивую и яркую одежду, а для лошадей подбирают богато украшенную сбрую. И в этом случае особенно уместны 3D-тиснение золотой фольгой и нанесение 3D-лака, создающие ощущение праздника и оживляющие композицию.

Техническая реализация

Печать обложки тиражом 400 экз. было предложено выполнить типографии **White Media** (Алматы), где в ноябре 2023 г. были установлены сразу две промышленных машины **Konica Minolta** — цветная ЦПМ **AccurioPress C12000e** (это новая модификация, выпущенная летом 2023 г.) и система цифрового облагораживания **AccurioShine 3600**. Директор **White Media Диана Терентьева** отметила: «Мы были очень рады принять участие в проекте печати и облагораживания обложки для профессионального журнала Publish Eurasia. Это отличный способ продемонстрировать наши новые возможности коллегам-полиграфистам, которых мы приглашаем к сотрудничеству. Располагая новым промышленным оборудованием Konica Minolta, мы можем оказывать услуги по цветной печати и цифровому облагораживанию с 3D-эффектами, гарантируя сроки, качество и вау-эффект».



На фото — директор **White Media Диана Терентьева** с руководителем направления **индустриальной печати «Коника Минолта Бизнес Сольюшнз Казахстан» Михаилом Тарновским** в печатном цехе с **Konica Minolta AccurioShine 3600**

Напомним, что выпущенная в 2022 г. модель **AccurioShine 3600** была разработана для того, чтобы привнести цифровые спецэффекты в сферу коммерческой печати, отделки и упаковки. В машине используются ключевые компоненты хорошо отлаженной и популярной технологии **MGI JETvarnish**, включая интеллектуальную и адаптивную систему привода **AIS SmartScanner**. Небольшая занимаемая площадь **AccurioShine 3600** позволяет типографиям иметь в своём распоряжении систему для оперативного облагораживания печатной продукции без использования форм и штампов. Универсальная запатентованная формула лака позволяет производить как традиционное обычное выборочное УФ-лакирование, так и реализо-

вывать 3D-спецэффекты на широком ассортименте носителей плотностью до 450 г/м² с офсетной и цифровой запечаткой, ламинированных или покрытых водно-дисперсионными лаками. Максимальный формат материала — 364x750 мм. Толщина УФ-лака, который отверждается экономичной светодиодной УФ-сушкой, варьируется от 21 до 116 мкм, за счёт чего можно добиться различных 3D-эффектов. Нанесение лака, используемого также в качестве «клея» для фольги, выполняется через неподвижные печатающие головки, перекрывающие всю ширину подачи. В результате достигается высокая производительность — до 2077 листов формата А3 в час (скорость снижается при увеличении толщины лака).

Печать была самой простой задачей — **AccurioPress C12000e** выдаёт 120 стр./мин (69 страниц формата А3 в минуту), причём скорость печати не снижается и для плотной бумаги (на обложку выбрали мелованную бумагу плотностью 250 г/м²). Уже через несколько минут обложки можно было ламинировать. Опыт показывает, что лучшие результаты при цифровом облагораживании и получаются после ламинирования отпечатков плёнкой с тач-эффектом — на ней достигается хороший контраст выделяемых лаком и фольгой участков и отличная адгезия. Так и сделали.



к содержанию





Исходные файлы макета обложки. Первый из них — для цветной печати (в нём была также оборотная сторона), второй — для нанесения фольги (это делалось первым прогоном), третий — для нанесения лака

Далее пришло время спецэффектов. Помимо финальной версии дизайна, Мария подготовила также две сепарации для 3D-эффектов. Одну — для лака, другую — для фольги. Согласно руководству разработчика машины, макеты для облагораживания должны готовиться особым образом. Для каждого прогона следует на основе цветного макета для печати подготовить также TIFF-файл в градациях серого с чёрно-белым (bitmap) альфа-каналом. Чёрные пиксели в нём определяют, где на макет будет наноситься лак. Толщиной покрытия дизайнер управлять не может — её задаёт оператор машины. TIFF-файл в градациях серого используется сканером AIS SmartScanner для точной приводки лака к изображению на отпечатанных листах. Такой подход позволяет даже компенсировать возможные искажения геометрии, которые могут возникнуть в процессе печати, — лак всё равно «ляжет» по требуемым контурам.

Впрочем, в White Media при содействии сервисной службы Konica Minolta Kazakhstan реализовали более простой техпроцесс для цифрового облагораживания. За счёт использования в типографии RIP Caldera от заказчика требуется лишь предоставить цветной файл для печати и сепарации для лака и фольги в любом удобном ему виде — например, выделенные в файле CorelDRAW. В нашем случае оператор использовал цветной PDF-файл с макетом для печати и два отдельных PDF-файла сепараций спецэффектов.

Посмотрите видео с пробным экземпляром обложки



ПО для управления AccurioShine 3600 даёт оператору большие возможности. Например, можно корректировать толщину лакового покрытия по всему макету (в нашем случае было задано 60 мкм) или в отдельных областях, а также выбирать нанесение не сплошного гладкого слоя лака, а фактуры, выбрав её из библиотеки. По макету можно рассчитывать себестоимость с учётом расхода лака и фольги. Затрат на изготовление штампов и форм, а также на приладку при такой технологии нет, поэтому себестоимость одного экземпляра практически не зависит от тиража. В White Media уже выве-

ли определённые средние цифры, чтобы можно было дать заказчику ориентир по цене, даже если макет ещё не готов. Что касается обложки Publish Eurasia, то на неё было потрачено 1,6 мл лака (включая лак, использованный как подложка для нанесения фольги на втором прогоне) и около 0,42 погонных метра фольги общей стоимостью около 297 тенге.

Всего на изготовление тиража после одобрения пробных экземпляров ушло два с половиной рабочих дня, но это в условиях обычной работы, когда параллельно продолжали выполняться и другие заказы. При непрерывной работе новое промышленное оборудование позволило бы выполнить весь заказ за одну смену.

Не только показывают!

Наш вариант мема в начале этой статьи не совсем точный, ведь красивое в типографии не только показывают, но и продают. Цифровое облагораживание 3D-лаком и фольгой — не только эффективная, но и очень впечатляющая технология. Оно обеспечивает очень яркий глянец фольги, недостижимый с помощью традиционного тиснения, а 3D-эффект не оставит равнодушным никого. Люди подолгу рассматривают такую продукцию, наблюдая за игрой света, пробуют на ощупь рельефные элементы. И это — ещё один весомый аргумент в пользу эффективности и перспектив печатных коммуникаций. ■

publish
Eurasia

3 [265] март 2024

Publish Eurasia

Официальный представитель в Казахстане — ТОО «Publish Eurasia (Паблিশ Евразия)»

Адрес: 050054, Казахстан, г. Алматы, Турксибский район, улица Заветная, д. 31

Электронная почта: info@publish-eurasia.kz

Дизайн обложки — Мария Ефимова, иллюстрация — Анна Максимова

Обложка отпечатана в типографии WhiteMedia, г. Алматы, ул. Кастеева, 38





7-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОМОМАТЕРИАЛОВ И РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ

**АЛМАТЫ
КАЗАХСТАН**

**3 - 5 АПРЕЛЯ
2024**

**+7 (701) 068 93 85
+7 (727) 266 36 80**

**info@kazpromo.kz
kazpromo.kz**

ПОЛУЧИТЕ



БИЛЕТ

16+

РЕКЛАМА

ОРГАНИЗАТОР / ORGANIZER

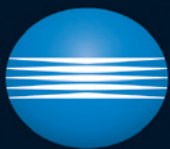


Central Asia Trade Exhibitions

Казахстан, Алматы, А25С9В3
Мкрн. Самал-1, 9/2, офис 43

**+7 (727) 266 36 80
info@centralasiaexpo.kz**

**+7 701 068 93 85
info@reklamexpo.kz**



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