

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№6 АВГУСТ, 2024



ВОНДЕКЪ
ВРЕМЪ



RUIYUAN - Лидер китайского рынка
в сфере производства оборудования
для печати по жести.

Постоянное обновление продукции.
Более 500 линий, работающих по всему миру.



Высококачественное управление:
оригинальная немецкая модульная
конструкция Siemens SIMOTION,
Точность приводки $\leq 0,03$ мм
Воспроизведение 98% точки



АО «ВИП-Системы»
Официальный представитель
RUIYUAN в России.
E-mail: yury.ukolov@viprussia.ru
Тел.: 7 (495) 258-67-03

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №6 (182)-2024

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Санкции как драйвер роста, и Кто от этого выиграл? 2

АВТОМАТИЗАЦИЯ

Анна Кожарская, «Типография им. 1 Мая», Борисов, Беларусь
«Типография им. 1 Мая»: повышая эффективность и культуру производства 6

ЭТИКЕТКА

Андрей Решетов, «Флекс-Принт», Москва
«Флекс-Принт»: планомерное развитие и Label Source 12

ИСТОРИЯ

Стикер: реализация в искусстве 18

БИЗНЕС

Антон Сырников, типография «Эврика», Санкт-Петербург
«Эврика!» 20

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Анри Мелуа, типография «Четыре Цвета», Санкт-Петербург
А. Мелуа: о непрерывном поиске, особенностях момента и нюансах технологии ... 25

УПАКОВКА

Михаил Тенцер, «Борус», Тула
Типография «Борус»: угадали с путем развития 28

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

Реклама в номере:	Смарт-Т 5
Альфа-Дизайн 1	Сонора вкладка
ВИП-Системы клапан, 2-я обл.	Танзор 21
Илим 3-я обл.	Т-Системы клапан
МакЦентр 31	ХД РУС 29
Моноритм 9	Lamstore 17
Нисса Центрум 13	NCL клапан
Октопринт Сервис клапан, 3	Ricoh 27
Смарт-НН 11	Yam International клапан, 4-я обл.

Учредитель: издательство «Курсив»

Генеральный директор
А.Ч. Амангельдыев

Исполнительный директор
Н.В. Шапинова

Ответственный секретарь
Л.В. Артемова

Зам. ген. директора по маркетингу
и рекламе
Е.А. Маслова

Зам. главного редактора
М.Ю. Беляева

Корректор
А. А. Архангельский

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

© Издательство «Курсив»
Все права защищены
Отпечатано в «Вива Стар»
Тел.: 8 (495) 737-63-53
Тираж 3000 экз.

ВНИМАНИЕ!

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

СЕЗОН ОТКРЫТ



Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

– издания в твердом переплете
(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).
А также любую другую полиграфическую продукцию.

– сувенирную продукцию и подарочные наборы
(в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).

из высококачественных переплетных материалов,
цвет которых Вы можете выбрать по каталогу **Pantone**

100 оттенков итальянской
искусственной кожи

1000 оттенков итальянского
переплетного шелка

на нашем складе в Москве

www.alfa-design.ru



(495)221-74-94



Санкции как драйвер роста, и Кто от этого выиграл?

Многие аспекты экономического развития в нашей стране не всегда поддаются четкому логичному прогнозированию. Введенные против нашей страны и полиграфической промышленности невиданные доселе санкции по всем предварительным просчетам должны были отрасль если не уничтожить, то как минимум радикально затормозить. Никакого развития не предполагалось, объемы производства должны были сократиться в разы. Россия должна была остаться без книг, газет, упаковки, наглядной агитации и даже без школьных тетрадей и учебников. Все должно было погрузиться в хаос. Но так не получилось...

Более того, введенные санкции, неожиданно для всех их введших, привели к бурному росту многих разделов экономики России, включая полиграфию. Объемы полиграфических заказов выросли, цены самих заказов тоже. В результате, по самым грубым подсчетам, за прошлый 2023 год Россия импортировала рекордный объ-

Можно ли развиваться в условиях жесткого санкционного давления? В теории всегда считалось, что невозможно. Собственно для этого они и нужны. Но российская экономика и полиграфическое производство как ее часть показали, что можно, и очень даже активно. Вопрос теперь в том, насколько долго это развитие будет продолжаться

ем полиграфического оборудования, соизмеримый по затратам на него с самыми «жирными» полиграфическими годами начала нулевых этого

века. У типографий появились оборотные средства, причем в весьма существенных объемах, позволяющих активно приобретать оборудование в надежде на продолжающийся рост объема заказов.

Взрывной рост второй половины 2022 г. объяснить можно. После «шоковой» весны и начала лета целый ряд заказчиков решил, что «пока есть хоть какая-то возможность, надо свои заказы отпечатать впрок, а там будет видно». Впрок печатали и книги, и упаковку, и этикетку, и даже рекламную продукцию. Целый ряд типографий тогда имел возможность работать на закупленных ранее материалах и в результате собрал много заказов, еще и существенно увеличив цены. Сформировался «Рынок продавца». И до конца 2022 г. и даже начала 2023 г. этот «рынок» работал. Он позволил целому ряду типографий сформировать приличную прибыль.

Дальше получилось любопытнее: «рынок продавца» постепенно закончился, а вот объем заказов в полигра-

фии продолжил расти. Причины этого понятны. Есть вполне понятные причины, в первую очередь, прекращение импорта многих товаров в связи с уходом компаний-производителей из России. Решив оставить Россию без своих товаров, они способствовали тому, что пустующую нишу стали заполнять производители из нашей страны. И заполнять вполне успешно. Конечно, часть ниши заповили товары из стран, к санкциям не присоединившихся или присоединившихся частично, но при этом существенная доля отечественных компаний смогла занять часть освободившейся ниши.

Конечно, в подавляющем большинстве объем дополнительных заказов появился для типографий, печатающих упаковку. Причем самую разную: и картонную, и полимерную, и этикетки, преимущественно самоклеящиеся.

Впрочем, и в области коммерческой продукции объемы сохранились и даже выросли. В книжном сегменте, например, происходит процесс постепенного увеличения доли продукции в твердом переплете. Причем весьма значительное. Клиенты все меньше и меньше заказывают книги в обложке. Книга — теперь продукт дорогой и должен выглядеть соответствующе. Это способствовало тому, что книжные типографии, имеющие возможность выпускать книги в твердом переплете, получили дополнительный доход, и это при условии, что общий тираж книг, выпущенных в прошлом году, несколько сократился по сравнению с весьма активным во втором полугодии 2022 г.

Еще интереснее ситуация с малой полиграфией. Из общения с рядом цифровых типографий получается, что объем заказов в этом сегменте тоже заметно вырос. Этому способствовало два разнонаправленных фактора. С одной стороны, многие заказчики, исторически вкладывающиеся в бумажную рекламную продукцию, стали делить тиражи на более мелкие партии. В целом, производство полиграфической продукции заметно подорожало, поэтому сразу печатать большой тираж для многих стало дорого и они делят заказ на части и печатают по мере рас-

ходования. В офсетную типографию с таким заказом не пойдешь, поэтому они достаются цифровикам. Впрочем, это не единственная причина роста заказов у цифровых типографий. Постепенно растет доля малых предприятий, успешно развивающих свой бизнес для которых печатная реклама становится необходимым инструментом.

В области коммерческой печати продолжают размещать заказы многие производители, заказывая каталоги своих товаров. После ухода ряда зарубежных журналов рынок стабилизировался, и те, кто остались, и смогли адаптироваться после падения рекламного рынка (большую

долю рынка рекламы в периодике принадлежала иностранным компаниям, из России ушедшим) продолжают печатать свои издания, и многие даже растут в объеме и тираже. Во всяком случае, общее падение объемов журналов и тиражей в 2023 г. по сравнению с досанкционными годами не драматично (около 20%). При этом нужно учесть, что с рынка ушло несколько десятков крупных журналов с иностранными корнями, выходящих большими объемами и очень большими тиражами. Именно они создавали основной объем заказов в журнальной периодике. Так что сохранение 80% досанкционного объема — большой успех.

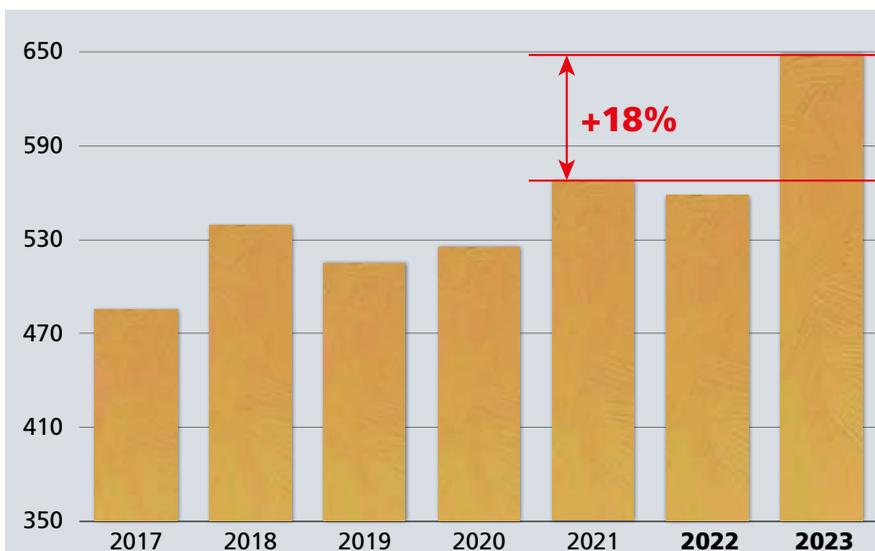
ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



oktoprint
SERVICE

www.oktoprint.ru



Рост объемов заказов во флексографской печати в России по итогам 2023 г. Показан объем потребления пластин для флексографской печати в тыс. м². Чем больше пластин было использовано, тем больше заказов (в штуках) в отрасль пришло. Если в 2022 г. отрасль была в стадии осмысления ситуации, то в 2023 г. появились новые заказы от новых российских производителей, которые получили шанс развития в связи с уходом иностранных компаний

Но, конечно, основной рост объемов приходится на все разделы упаковки. Это и картонная упаковка, и гибкая упаковка, и даже этикетка. Замена товаров, которые больше не поступают из-за рубежа, производится в России. Импортный товар приезжал полностью упакованный, и дополнительных объемов полиграфических заказов не создавал. А вот аналогичные товары, производимые в России, требуют и упаковки, и этикетки, и транспортной тары. И создают объемы заказов на эти виды продукции. Более того, иностранные товаропроизводители, имеющие заводы в России, до ухода часто импортировали упаковку из-за рубежа. Считалось, что в России нет возможности производить качественную гибкую упаковку: нет ни сырья, ни качественной печати. По разным оценкам, в Россию в период 2010-2020 гг. поставлялось от 50 до 100 тыс. тонн гибкой упаковки. Учитывая, что единица гибкой упаковки (условный пакет для чипсов) весил в лучшем случае пару-тройку грамм, понятно, какой объем упаковки приезжал в Россию. И приезжал он по большей части из стран Евросоюза, Турции и Китая. Пандемия сократила импорт из Китая, а начало СВО — из Евросоюза. Да и из Турции поставлять стало сложно.

Все эти факторы в совокупности создали большой спрос на гибкую упаковку в России. И если к середине двадцатых годов объемы производства полимеров для гибкой упаковки в

России стал активно расти, то мощности по печати и переработке полимерных материалов в упаковку отставали. В результате к 2020 г. сформировался практически взрывной рост запросов на производство гибкой упаковки в России, что, в свою очередь, подстегнуло интерес в развитии флексографской (причем разных ее видов) широкоформатной и узкоформатной печати этикеток. Поэтому по результатам 2023 г. видны активные инвестиции именно во флексографию. Рост объема закупок флексографского оборудования составляет десятки процентов (в целом плюс почти 50%). Причем помимо поставок из Китая встречаются и машины из Европы в заметных количествах. Параллельный импорт работает.

Необходимо отметить и другие факторы, влияющие на активные инвестиции типографий во флексографское оборудование. Последние несколько лет идет замена сухой этикетки на самоклеящуюся. Это процесс начался давно, но в последнее время он активизировался, в частности в связи с российским виноделием. Сейчас сухая этикетка остается только в сегменте консервов и то, там тоже идет замена. Для консервов в стекле уже практически используется только самоклеяйка, остаются только консервы в металлических банках. Но все чаще консервные банки делают из жести с напечатанным изображением. Не зря в прошлом году, да и в текущем тоже идут установки серьезных

печатных машин для печати по жести. В результате даже некоторые офсетные типографии, ранее специализирующиеся на этикетке, устанавливают у себя флексографские печатные машины.

Бесспорно, флексография в России в максимальной степени выиграла от сложившейся ситуации. Если офсетной техники в России было достаточно и до начала роста интереса к производству упаковки в России, то флексографской было откровенно мало. Первые попытки развивать это направление в России начались только в середине 90-х годов прошлого века. Перестроить коммерческую офсетную типографию в офсетную по выпуску картонной упаковки относительно несложно, и многие типографии это сделали, либо полностью перейдя из коммерческого в упаковочный сегмент, либо став универсальными. А вот специализация на флексографии требует закупать все заново, начиная с печатной техники. И сейчас мы имеем бум развития этого направления.

Справедливости ради отметим и тот факт, что в офсете объем производства упаковки тоже растет. И за счет ушедших из России поставщиков, и за счет расширения предложений товаров в России. По данным экспертов, в России за 2022-2023 гг. вместо 45 ушедших брендов косметики появилось более 200 российских. Похожая ситуация и в фармацевтике. Целый ряд иностранных препаратов заменили российскими аналогами, и еще целый ряд предстоит в ближайшее время заменить, поскольку поставки из-за рубежа остановлены или сокращены.

В той или иной степени указанные тенденции прослеживаются во всех товарных группах. Вместо одного крупного иностранного производителя появляется несколько отечественных аналогов. И для этой продукции необходима упаковка и этикетка. Насколько долго этот процесс будет продолжаться — сказать сложно. В начале текущего года, увидев взрывной рост объемов покупки оборудования для изготовления упаковки мы предположили, что в 2024 г. будет «отскок». Все базовые экономические теории говорят о том, что после бурного роста он должен быть. Но Россия развивается вопреки всем экономическим законам. В текущем году темпы инвестирования пока еще очень высокие. Объясняется это продолжающимся ростом производства упаковки.

Рыночные аналитики предсказыва-

вают дальнейший рост объемов производства упаковки в России. Общий объем рынка упаковки в 2021 г. оценивался в 1,2 трлн руб., в 2022 г. он увеличился до 1,4 трлн (+16%). В 2023 г. объем составил 1,47 трлн, а к концу 2025 г. вырастет до 1,6 трлн. Темп роста около 50 млрд руб. в год! Но в процентах темпы роста сокращаются. Если 2022 г. дал прирост в 16%, то дальнейший рост снижается до 5-7% в год. Это тоже очень много для большой развитой отрасли, но все же прогнозируется снижение темпов. Объясняется достаточно просто: основные возникшие «дыры» в дефиците упаковки были закрыты в 2022–начале 2023 гг. Постепенно темп роста производства упаковки должен сравняться с темпом ее потребления, точнее с темпом потребления самих товаров, иначе будет кризис перепроизводства упаковки, которое ударит по производителям, выбив некоторых слабых игроков, автоматически снизив общий объем.

К сожалению, надеяться на активный рост потребления в нашей стране сложно. Доходы населения растут медленно, соответственно активно потреблять страна не будет. Экспортный рынок у России тоже сложный. На богатые рынки (Европа, США, Япония, Китай) России со своими товарами (отличными от сырья) выйти очень сложно, если не сказать невозможно. На бедные рынки (Африка) выйти проще, но там сложно надеяться на большое потребление. Есть только определенный объем экспорта в страны Средней Азии и Закавказья, которые были когда-то республиками СССР.

В общем, наш прогноз на снижение объемов инвестиций в развитие производства («отскок») в этом году, скорее всего, не оправдается. Он просто переносится на год-два вперед. Экономика обязательно заставит сравнять производство с потреблением. ■

Цифра в этикетке

Оценивая поставки флексографских машин для печати гибкой упаковки и самоклеящейся этикетки, в стороне остается вопрос использования цифровой печати этой продукции. Цифровые этикеточные машины активно поставлялись в Россию и до начала СВО. Целый ряд мировых производителей привозил в Россию свое оборудование, среди которых HP, Durst, Konica Minolta и др. Точное количество установленного оборудования оценить сложно, но можно уверенно говорить о многих десятках, а может даже сотнях с лишним подобных машин в России.

С началом СВО поставки цифровых машин из санкционных стран почти прекратились (здесь правильное слово «почти», некоторое количество все-таки приезжает параллельным импортом). Но зато активно стали поставаться цифровые машины из Китая. И за прошедшие пару лет парк цифровых этикеточных машин увеличился (или увеличится в ближайšie пару месяцев) машин на 30-35, то есть почти на 30%! Причина проста: цифровые машины очень успешно используются в производстве самоклеящейся этикетки небольшими тиражами. А как мы говорили в основной статье, с уходом крупных мировых торговых марок и замены их российскими тиражи сократились, а вот число наименований увеличилось. И «цифра» здесь в самый раз! Тем более, что струйные цифровые машины из Китая, построенные на струйных головках мировых лидеров (Kyocera, Epson, FujiFilm, Ricoh и др) показывают очень приличное качество печати.

SMART-T
smart-t.ru

+7 495 663-9111



ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ И ВЫСОКОТОЧНОЙ ВЫСЕЧКИ ЭТИКЕТОК

ПРИГЛАШАЕМ В НАШ ШОУРУМ НА ДЕМОНСТРАЦИЮ

DARUI



K1

тонерный принтер с белым цветом



5-10 м/мин. скорость печати | 330 мм максимальная ширина печати

разрешение печати СМУК+W | 1200 x 1200 dpi

LED-модуль OKI | 360 г/м² максимальная плотность носителя



D-J3

станок для лазерной высеки



до 60 м/мин. скорость резки | 200 Вт мощность лазерного излучателя

Функции ламинирования, высеки, удаления облоя, листования и перемотки. и т. д.

Непрерывная и периодическая резка | Подача материала - из рулона в рулон, из рулона в лист



D-S5

станок для высеки



до 10 м/мин. скорость резки | 8 автоматических лезвий

Функции ламинирования, высеки, роспуска на ручки, удаления облоя, перемотки и т. д.

Многозадачный непрерывный переключатель QR-кода | Подача материала - из рулона в рулон

instagram.com/smart.mimaki

vk.com/smart.mimaki

facebook.com/smart.mimaki

t.me/smart_mimaki

youtube.com/c/SmartTchannel

МОСКВА
+7 (495) 663-9111

КРАСНОДАР
+7 (861) 234-3189

УФА
+7 (927) 043-08-07

НОВОСИБИРСК
+7 (383) 36-36-201

МИНСК
+375 (740) 740-9242

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
+7 (812) 331-3993

НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ
+7 (8552) 78-1055

ВОРОНЕЖ
+7 (473) 221-0030

АЛМАТЫ
+7 (727) 339-3369

ТАШКЕНТ
+998 (90) 966-42-04

ИВАНОВО
+7 (910) 995-61-47

КАЗАНЬ
+7 (927) 432-6513

ЕКАТЕРИНБУРГ
+7 (343) 288-5901

АСТАНА
+7 (7172) 52-2874

БИШКЕК
+996 (703) 46-30-84

«Типография им. 1 Мая»: повышая эффективность и культуру производства



Анна Кожарская,
директор,
«Типография им. 1 Мая»
[Борисов, Беларусь]

ется редко. Об интересном опыте типографии — внедрении систем бережливого производства и управления предприятием ASystem — нам рассказала ее директор — Анна Кожарская.

Вековая история

История типографии уходит корнями в позапрошлый век. Первые простые печатные машины в городе Борисове появились в 1880-х годах у разных владельцев нескольких типографий. После революции все частные типографии были национализированы и закрыты, кроме одной, которая впоследствии была названа «Типографией им. 1 Мая». В дальнейшем она развивалась как многие государственные типографии Советского Союза. В 1979 г. у нее появилось новое просторное здание, в котором типография размещается и сейчас. Она по-прежнему остается государственной, но идет по уникальному пути развития. И если материально-техническую базу типографии сложно



На одной печатных машин установлена система видеоконтроля качества печати, разработанная белорусскими инженерами

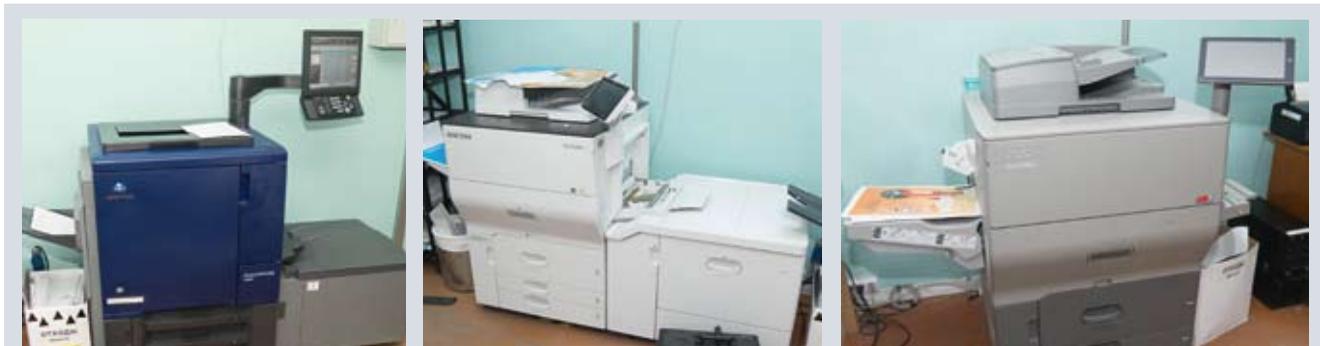
В настоящее время у типографий есть целый ряд вариантов развития: кто-то расширяет комплекс имеющегося оборудования в надежде увеличить объем производства; кто-то диверсифицирует свой бизнес, запуская производство новых продуктов; кто-то полностью перепрофилируется на новую продукцию; кто-то приобретает другие типографии или открывает филиалы в других регионах. Со всем этим приходилось сталкиваться и раньше. А вот в «Типографии им. 1 Мая» из белорусского города Борисова уже несколько лет методично внедряют систему бережливого производства, изначально разработанную для японского автомобилестроения и постепенно ставшую популярной в разных странах и в разных отраслях. В полиграфии эта система встреча-



Здание «Типографии 1 Мая»



Печатная база типографии состоит из листовых и рулонных офсетных машин



В типографии большой цех цифровой печати

назвать суперсовременной, то подходы к ведению бизнеса здесь самые передовые, основанные на принципах бережливой экономики.

Изменения

«В постсоветское время типография была типичной городской, — рассказывает Анна, — она печатала местную газету и выполняла некоторые полиграфические заказы, которые спускали «сверху». В ней даже не было коммерческой службы, никто не искал дополнительные заказы, чтобы заработать. По своей инициативе типография выпускала кое-какую белую продукцию (блокноты, ежедневники), простую по оформлению и очень среднего качества.

Ситуация начала быстро меняться с приходом на производство предыдущего директора. Он вдохнул в предприятие новую жизнь: пришли

талантливые дизайнеры, был создан отдел продаж и маркетинга, стали появляться интересные продукты собственной разработки, которые продавались через свой магазин и другие торговые структуры. Им и было внесено предложение внедрить на предприятии систему бережливого производства. Он видел, что многие виды продукции производятся не самым оптимальным способом, много неэффективной работы, большие производственные потери и времени, и ресурсов».



Большой ассортимент различного оборудования на производстве позволяет выпускать как типовую коммерческую, так и упаковочную продукцию, а также белые товары

Внедрение

Сначала в типографии выделили одного сотрудника, в задачи которого входило постепенное внедрение различных инструментов бережливого производства. Начиналось с простого, например обучения персонала более эффективной работе, проведения деловых игр, демонстрирующих

принципы командной работы и т.д. Нельзя сказать, что персонал воспринял эти нововведения с энтузиазмом. Но постепенно, по мере внедрения разных инструментов системы бережливого производства, сотрудники стали понимать, что это полезно на всех уровнях. В итоге они работают более эффективно, производят больше, что отражается и на зарплате, также снижается уровень взаимных претензий и повышается культура производства.

Система бережливого производства предполагает снижение всех возможных видов потерь. В теории таких потерь восемь видов: простой оборудования, производственный брак, перепроизводство, неэффективное перемещение в процессе работы, излишние транспортные операции, избыточные запасы, излишняя обработка и неиспользуемый потенциал сотрудников. И со всеми этими потерями в «Типографии им. 1 Мая» начали бороться. «Когда я пришла на работу в типографию, — рассказывает Анна, — я стала работать в экономическом отделе, но, когда решили внедрять бережливое производство, меня активно привлекли к этой работе. Приходилось много читать, смотреть

обучающее видео. Постепенно нам удалось сделать очень многое. Для каждого рабочего места был разработан «стандарт», для каждого сотрудника прописаны алгоритмы его поведения. Более того, все, что можно, визуализировано. Мы не просто создали должностные инструкции, к ним разработаны специальные стенды, где отмечаются все сделанные операции и операции, которые еще предстоит сделать. Такая наглядность помогает не только самому сотруднику, но и руководителям — всегда видно, что в каком состоянии, и легко производить контроль.»

«Наша типография не может похвастаться самым современным оборудованием и



Самый большой цех в типографии — послепечатный. После сокращения неэффективно используемых помещений все послепечатное оборудование уместилось в одном цехе



передовыми технологиями производства. И хотя на нашем оборудовании мы успешно производим продукцию высокого качества, нам необходимо конкурентное преимущество. Хотя наша типография практически единственная в Борисове, тем не менее конкуренция у нас очень высокая — недалеко Минск, где много типографий, оснащенных самой передовой техникой. Поэтому для себя мы решили, что, внедрив технологии бережливого производства, мы сможем снизить себестоимость продукции, повысить производительность и найти дополнительные источники доходов. В целом все это получилось, хотя внедрение до конца еще не закончено, процесс совершенствования практически бесконечный».

Порядок во всем!

Впрочем, уже сейчас типография может похвастаться внушительными достижениями: «На некоторых рабочих

местах мы применили диаграммы спагетти и выяснили, как перемещаются сотрудники в процессе работы. Оказалось, что расстановка оборудования не самая оптимальная — приходится делать множество лишних шагов. Расставив оборудование в правильной последовательности, мы смогли существенно увеличить производительность сотрудников (по некоторым позициям — в разы). Другой пример еще интереснее. Типография располагается в трехэтажном здании. До начала внедрения системы бережливого производства все оборудование было расставлено по разным помещениям на всех этажах. В результате бумагу и полуфабрикаты приходилось перемещать на большие расстояния, да еще и между этажами. При этом в разных помещениях было много свободного места, занятого чем-то (невыстиранная полуфабрикаты, бракованная продукция, шкафы и стеллажи с «историческими залежами» и т.д.). Большие площади занимали склады (бумаги, материалов, готовой продукции), но хранение было организовано неудачно. По сути, все хранилось в одном уровне и занимало огромные площади. В итоге было решено привести во всем этом порядок».

В результате грамотного размещения оборудования, многоуровневого складирования материалов, ликвидации ненужных залежей, типографии удалось радикально сократить площади. Оказалось, что можно успешно располо-

ASystem – система управления полиграфическим предприятием



Точный расчет заказа



Складской учет



Планирование производства



Адаптация под самое сложное производство



Контроль всех стадий выполнения заказа



Обмен данными с внешними системами



Оперативная отчетность



Коробочный продукт PrintEffect для малых предприятий





Визуальные элементы системы бережливого производства: а) доска обеспечения материалами (если какой-то материал закончился, оператор переворачивает карточку красной стороной и сразу видно, что нужно приобрести; б) наглядная инструкция по обслуживанию машины; в) стандарт рабочего места (все нужные инструменты на виду на своих местах, если чего-то не хватает — сразу видно и оператор смену не сдаст);

г) список работ которые нужно выполнять ежедневно, еженедельно, ежемесячно и т.д. и результаты выполнения работ (красные карточки нужно выполнить, зеленые — выполнено; д) доски предложений и результаты их рассмотрения руководством

жить все производственные структуры на одном этаже, там же разместить и склады. Производство стало компактным и удобным. Перемещений бумаги и полуфабрикатов стало немного. А благодаря внедрению бережливого производства и повышению квалификаций (компетенций) сотрудников, брака тоже стало меньше, сократилось и время хранения полуфабрикатов. Типография стала работать намного эффективнее. При этом удалось полностью высвободить два этажа, которые сдали в аренду, получив дополнительные доходы.

«Процесс внедрения бережливого производства активно продолжается, — отмечает Анна. — Сейчас в него вовлечены уже все. Разработана спе-

циальная система, позволяющая вовлекать сотрудников в развитие. По методике Kaizen в совершенствование работы вовлечен весь персонал типографии. Разработаны специальные доски, которые позволяют любому сотруднику разместить свое предложение по улучшению чего-либо. Потом руководство рассматривает их и какие-то утверждает. Если предложение утверждено, сотруднику начисляются бонусные баллы, которые потом можно использовать для поощрения».

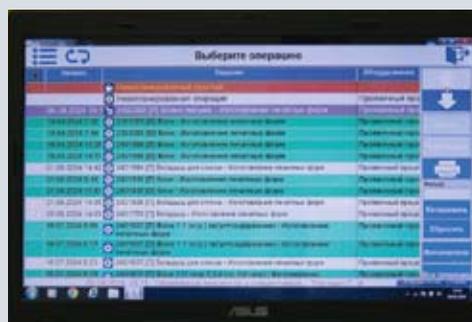
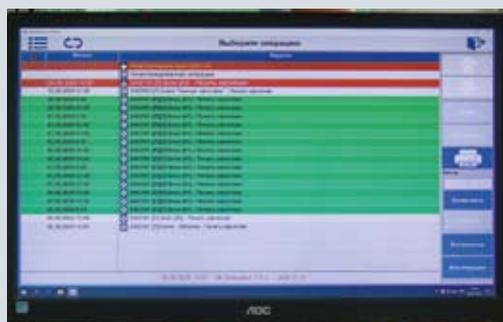
Плюс автоматизация

Еще до начала внедрения бережливого производства «Типография им. 1 Мая» приобрела систему управления ASystem компании «Моноритм»,

которая в итоге стала ее частью: «С приходом в типографию нового прогрессивного директора стало понятно, что работать так, как раньше, уже будет очень сложно. Заказы считались вручную, при этом каждый специалист использовал свои нормативы. Затем они передавались в технологический отдел, где вручную создавали карту технологического процесса, кто-то отдельно заказывал нужные материалы, бухгалтерия вела учет отдельно, то есть она заново вносила заказ, но уже в свою систему. Это было очень сложно, долго и неэффективно. Понять, на каком этапе сейчас тот или иной заказ, можно было только обходя все три этажа производственных помещений. Загрузка оборудования и график по-

становки заказов в производство тоже были крайне неэффективными. И чем больше заказов было, тем больший ком проблем возникал».

Сначала был приобретен программный продукт PrintEffect, тоже компании «Моноритм». «Но это достаточно простой продукт, — говорит Анна, — ориентирован-



Терминалы системы ASystem установлены в разных цехах типографии



Продукция типографии: открытки, календари и ежедневники

ный на совсем небольшие производства, и мы довольно быстро столкнулись с невозможностью на дальнейшее его развития. И тогда было решено приобрести ASystem. Мне довелось участвовать в ее внедрении. Оно началось еще до моего прихода в типографию, но после того, как я пришла на работу, постепенно стала погружаться в процесс внедрения ASystem, и в какой-то момент это стало моей основной работой. Провели нормирование всех этапов производства, создали алгоритмы прохождения заказов, установили терминалы системы ASystem и добились того, что все сотрудники стали грамотно отмечать начало и конец выполнения операции над заказом. Специалисты «Моноритм», обладая огромным опытом внедрения своих систем на разные производства, нам активно помогали. В итоге система с успехом у нас заработала.

Одной из сложных задач было избавиться от дублирования процессов учета заказов в производственной системе и бухгалтерской. Специалисты «Моноритм» решили для нас эту задачу, связав ASystem с бухгалтерской системой 1С, которая у нас работает. Данные стали едиными, точность повысилась, ошибки по причине человеческого фактора практически исчезли. Работа стала проще и эффективнее».

Успехи

В заключение отметим, что прежний директор типографии, добившийся серьезных успехов в развитии предприятия, был переведен на работу в администрацию города Борисова, а Анну, как специалиста, больше всех участвовавшего во внедрении современных систем управления производством, назначили директором типографии: «Хотя мы уже несколько лет занимаемся внедрением системы бережливого производства и автоматизированных систем управления, могу сказать, что мы еще «в пути», еще много разных задач, которые еще нужно решить в будущем. И меня очень сильно удивляют типографии, которые пока еще работают без использования компьютерных систем. К нам часто приезжают представители других предприятий «посмотреть внедрение системы». Мы всех принимаем и показываем, что удалось сделать и что это дает в итоге. Так что мы в каком-то смысле амбассадоры системы ASystem».



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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



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

САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!



типография

Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178Ж
8 800-444-26-40, zakaz@apd52.ru

СБОРНЫЕ ТИРАЖИ
выгодное решение для вашей рекламы

Печатаем по низким ценам –
листочки от А7 до А3, плакаты А2 и А1,
визитки, буклеты, брошюры, папки

Принимаем заказы онлайн 24/7
на нашем сайте:

apd52.ru

Доставка по всем городам России

«Флекс-Принт»: планомерное развитие и Label Source



Андрей Решетов,
генеральный директор,
«Флекс-Принт»
[Москва]

Годом основания расположенной на юге Москвы типографии «Флекс-Принт» считается 1998, но началом современного производства самоклеящихся и других видов этикеток стал 2011 г., когда были приобретены узкоруллонные флексографские машины GiDue. Поводом для нашего визита стала недавняя инсталляция в ней новой флексографской машины, которая была представлена на июньской выставке RosUpack/Printech 2024 компанией «Нисса Центрм». Поговорили мы с директором и владельцем типографии Андреем Решетовым не только о новинке...

Дело случая

«На самом деле в полиграфию я пришел случайно, — рассказывает Андрей, — в 1998 г. удалось приобрести совсем маленькую типографию с одной старой и слабой машиной Расом производства ЮАР, которая, тем не менее, печатала рулонную этикетку. В то время я был финансистом, работал в крупных компаниях, и для меня этот проект был, скажем так, серьезнейшим дауншифтингом. Но воодушевлял тот факт, что раньше я был наемным работником, а теперь перешел на позицию собственника».

Вскоре началось перевооружение типографии: была приобретена первая современная (на тот момент) узкоруллонная 4-красочная флексомашина Combat фирмы GiDue. На ней успешно печатали этикетки в 4 краски плюс лак, «пустышки» и подобную простую продукцию. Затем в типографии появилась еще одна флексомашина — Quadra, по сути тот же Combat, но в более продвинутом,

6-красочном исполнении. Третью машину, модель M3, приобрели позже, но она носила уже другое название, поскольку тогда GiDue вошла в структуру Bobst Group.

«Развивались мы эволюционно, не привлекая сторонних инвестиций, — продолжает рассказ Андрей. — Оборудование приобретали каждые четыре года только на заработанные средства. Обновляли парк машин, когда их загрузка доходила до 65–70%, — на тот момент становилось понятно, что если поступит какой-то крупный заказ, имеющееся оборудование может не справляться. Нашу новую флексографскую машину Label Source YTP-F6-370-10C мы тоже купили немного «на вырост» — чувствовалось, что загрузка растет. Кстати, вторую цифровую печатную машину Durst мы тоже купили в рост — уже не справлялись с растущими объемами заказов. Первая наша ЦПМ хорошо загружена, но в текущей ситуации нужна подстра-



4 июля в типографии «Флекс-Принт» была установлена флексомашина YTP-F6-370-10C Label Source. Это первая машина Label Source, поставленная компанией «Нисса Центрм». Она демонстрировалась на «Росупаке» 2024. Весь комплекс работ по демонтажу на выставке, упаковке, транспортировке в типографию, монтажу, настройке и вводу в эксплуатацию был произведен менее чем за две недели

ховка: краски, запасные части, расходники из Италии идут достаточно долго, хотя мы признательны нашему поставщику, который старается все поставлять вовремя».

Рынок этикетки

Что касается структуры заказов, то «Флекс-Принт» отмечает тенденцию к более коротким тиражам, к продукции с большим числом отделочных опера-

ций, с персонализацией, нумерацией, QR-кодами, переменными данными. Однако коды «Честного знака» в типографии не печатают, поскольку многие товаропроизводители — даже не самые крупные, прогрессивные и большие компании — эти коды уже научились печатать сами, что для них гораздо эффективнее, чем наносить их в виде этикеток, стикеров и проч.

Рассуждая о текущем состоянии рын-

ка этикетки, Андрей считает, что, во-первых, он растет за счет увеличения объемов персонализированной продукции, внедрения разных видов маркировки. Вторая тенденция — рост числа логистических центров типа Ozon, Wildberries и др., которым требуется большое количество логистических, транспортных этикеток, наклеек — со штрихкодами, переменной информацией. Это в плане печати достаточно

простая, чаще всего однокрасочная продукция, но объемы ее стремительно растут. Во «Флекс-Принте» печатают такие этикетки и на ЦПМ, но чаще на флексомашинах, а переменные данные наносят на отделочном или контрольно-перемоточном оборудовании, на котором установлены печатающие головки.

Третье направление — рост спроса на этикетки с контролем вскрытия — с защитой от воровства — от распределительных центров онлайн-торговли. И четвертое — постоянное увеличение количества информации, которое необходимо напечатать на этикетке, поскольку ужесточаются требования к размещению обязательных данных о составе продукта,



Система автосклейки рулонов на подаче (слева) и непрерывная турельная намотка

Все виды печати этикетки



LabelSource YTP-F6
Узкорулонная флексомашина



HanGlobal LabStar 330s
Цифровая печатная машина



Wanjie WJPS
Узкорулонные офсетные машины



HanLabel LabStar 330s Hybrid
Гибридная цифровая печатная машина



производителя товара и т. п. Это также и рост числа самих этикеток, наносимых на упаковку: к примеру, на любой бутылке вина — три этикетки.

Цифровая печать

«После приобретения хорошо оснащенной флексомашины M5 мы установили свою первую ЦПМ Durst, — рассказывает Андрей. — В то время появилось такое чувство,

что мы отстаем технологически. Стала появляться многовидовая продукция, которую на флексомашинах приходилось печатать сутками: 8 красок, 20 видов этикеток, перемычка, приладка... А такой заказ на ЦПМ печатается за два часа! Так что теперь такие многокрасочные работы длиной тиража в километр или даже два легко печатаем. И работы с небольшой площадью запечатки краской печатаем на ЦПМ, даже если они длиной и 3, и 4, и 5 км. Производить такие этикетки цифрой несопоставимо легче: не нужно наносить праймер, дополнительно лакировать и т. п. Наша 5-красочная модель покрывает 95% цветов веера Pantone».

Вторая ЦПМ Durst в более продвинутой модификации появилась во «Флекс-Принт» совсем недавно. При выборе предлагалась гибридная модификация с флексографскими и отделочными секциями, построенная на базе флексомашины Omet, но специалисты типографии посчитали, что отделочные операции лучше разнести на отдельные машины: итоговая скорость оборудования определяется самым медленным звеном. К примеру, если на ЦПМ надо поменять головку, то простаивать будет весь гибрид. Поэтому выбор — за последовательными операциями: одной машине не придется зависеть от другой, хотя количества операций больше, но это в условиях типографии не критично. На экономику цифровой печати в основном влияет значительный расход достаточно дорогой краски — надо наносить крошущий белый и по нему печатать цветными красками. «Считается, что проще сперва белилами напечатать на флексо, но это другая технология, и отпечаток получается другим — такой нарядный оттиск, как на цифре, все равно не получится, — утверждает Андрей. — Такая экономия чаще всего себя не оправдывает. Дополнительной стоимости на гибриде не получается».

Расходники

В связи с одномоментным уходом из России многих западных производителей, случившимся после начала СВО, всем типографиям пришлось в экстренном порядке искать замену привычным ма-

ПЕЧАТАЕТЕ ЭТИКЕТКУ?

Подпишитесь на Flexo.Business

Это новостной Telegram-канал для всех, кто выпускает этикетку и упаковку



УЗНАЕТЕ ПЕРВЫМИ:

Кто что купил

Какие новости у производителей и поставщиков

Как дела у коллег по цеху

Какие интересные решения есть на рынке

Мнение коллег по важным вопросам

Анонсы мероприятий

И многое другое

FLEXO BUSINESS

t.me/flexobusiness



УФ-струйные цифровые печатные машины Durst



Бобинорезальная машина для резки джамбо-рулонов самоклейки на формат и автоматизированный станок для монтажа флексографских форм



Перемотка

териалам, на которых были построены основные технологические процессы... Но в то время во всей отрасли, в полиграфии было необычайное сплочение, единение, взаимопомощь среди типографий, их заказчиков, поставщиков материалов. Улучшилась радикально

финансовая дисциплина, и даже ненужные проблемные клиенты ушли в небытие.

«Вспоминая февраль-март 2022 г., могу сказать, что было страшно, — делится Андрей. — Но должен выразить признательность нашему многолетнему партнеру — компании «Артмарк»: хотя им самим тогда было трудно, но они продолжали поставлять самоклеящуюся, хотя и ввели квотирование для постоянных клиентов. Мы получали 30% от того, что заказывали ранее. И приходилось искать и находить других поставщиков — из Китая и даже из Ирана. С китайскими производителями самоклеящейся удалось установить прямые контакты, и спустя два-три месяца уже прибыли их рулоны самоклеящейся. У нас хватило компетенций для оценки качества их материала, проведения транспортных и таможенных операций. Поскольку получали — и продолжаем получать — китайскую самоклеящуюся в больших джамбо-рулонах, нашли способ как их порезать на нужную ширину. Для этого приобрели китайскую же специальную бобинорезку. И сейчас продолжаем работать с китайским производителем для того, чтобы не полагаться полностью на одного поставщика, да и держать его в тонусе в плане цен».

В последние годы на нашем рынке появилось несколько российских производителей самоклеящихся материалов. Типография с ними активно работает, регулярно тестирует их материалы, они постоянно разрабатывают что-то новое, и качество их продукции растет: «Конечно, с российским производителем работать на порядок лучше — и по срокам, и по сопоставимой цене, и по реакции на запросы: если китайский производитель быстро отреагирует на наш запрос, то мы получим требуемое в лучшем случае только через 6 месяцев, а с российской компанией все гораздо быстрее: нужное получаем уже спустя неделю».

При работе с любым зарубежным, в том числе китайским, производителем неизбежны невозвратные потери и по финансам, и по срокам. Например, если в типографию пришел некачественный материал и поставщик, который дорожит своей репутацией, это признал, то новая партия материала поступит



Специализация типографии «Флекс-Принт» – оперативная и высококачественная печать самоклеящихся этикеток



Многофункциональная отделочная линия Orthotec и шпулерезка



Типография в своей работе использует материалы компании «Танзор»



Уникальная опция машины LabelSource: устройство прессования обложки и результат его работы

только через 6 месяцев, а расходы на транспортировку, таможенную, НДС и т. п. никто, конечно, не компенсирует. А российский производитель, как правило, в таком случае оперативно привозит новую партию и издержки берет на себя.

А вот проблем с красками даже в тот сложный период проблем с красками мы не испытывали, — говорит Андрей. — Много лет работаем с компанией «Танзор», их УФ-краски и лаки нам очень нравятся. И в тот кризисный момент они повели себя очень корректно: так же, как и самоклейщики, ввели квотирование на свои поставки. Тем более хорошо, что это реальный российский производитель, который закупает пигменты и делает хорошие краски и лаки.

Новое приобретение

«Да, время сейчас непростое, — продолжает Андрей, — но трудности были всегда — одни меняются другими, все их мы пережили. Трудности у нас были с УФ-сушками компании GEW, которая ушла с рынка и перестала реагировать на запросы. Установленные на машинах сушки устаревали, деградировали, контроллеры невозможно заменить. Подобные риски вынуждают переходить не только на китайское оборудование, но и на поставщиков комплектующих. Поэтому, выбирая производителя, мы исходили из того, что он базируется на китайских комплектующих. Безусловно, все технологии очень похожи на западные. И мы намеренно выбрали машину с китайскими УФ-сушками, чтобы избежать невозможности продолжать производство.

На выставках в Китае мы рассматривали много вариантов флексомашинок, — продолжает Андрей. — Не все показались такими, которые будут служить долго, не все были технологически продвинутыми, были и прямые копии европейских машин,

но ведь копия всегда хуже оригинала. Одним из решающих факторов при покупке флексографской машины была возможность постоянно, гарантированно и без проблем получать из Китая запчасти, техподдержку. И конечно, выбирали машину под свои текущие работы и тиражи, которые требуют больше отделки при сокращении длины, в соответствующей комплектации.

На нашей новой машине установлены два ламинатора, один из которых может выполнять холодное тиснение. Также есть хорошие решения: по купонной этикетке, по экономии фольги для тиснения, по использованию одновременно двух или трех видов фольги, есть автосклейка рулонов материала — ее мы взяли отдельно. Очень удобная система удаления отходов, которая их «складывает в кубики», что позволяет довольно существенно экономить при утилизации, поскольку «кубики» занимают гораздо меньший объем в контейнере для мусора, нежели ролики довольно большого диаметра, в которые наматывается обложка. В целом решения, которые использованы в машине LabelSource, нам понравились.

Комплектация машины, которую мы приобрели, богатая. Некоторые опции брали «на будущее». У нас есть модуль для изготовления многослойной 8-слойной этикетки. Не все китайские производители обеспечивают такую возможность. Время от времени у нас бывают такие заказы, но обычно двух-четырехслойные. А на нашей машине можно делать до восьми слоев! Надеюсь, в будущем это начнет пользоваться спросом. Автослейка рулонов и турельная непрерывная намотка позволяют без остановки работать с длинными тиражами. Далеко не все флексографские машины имеют такие опции. И хотя в целом тиражи этикеток сокращаются, длинные тиражи все же есть, и иметь



Отделочное оборудование, установленное в типографии: Grafotronic, Newfoil, Rotoflex

возможность их эффективно производить очень полезно.

Сокращающиеся тиражи при увеличении сложности самой продукции требуют от машины возможности быстрой и удобной переналадки с тиража на тираж. И в этом плане в LabelSource много сделано для упрощения настройки на новый тираж, например система автоматической приводки, которая сокращает время простоя. Настраивается быстро и позволяет экономить запечатываемый материал, что в настоящее время немаловажно. В общем, LabelSource оказалась очень продвинутой и с пер-

спективой на будущее. Будут возникать новые задачи, а у нас уже будет готовое решение. Еще один плюс — формные и магнитные цилиндры новой машины совместимы с нашими другими флексо-машинами.

Следует отметить, что подобная европейская машина в аналогичной комплектации стоила бы на 30–50% дороже, а качество ее исполнения вряд ли было бы лучше китайского. Европейского качества изготовления и сборки, которое было лет 10 назад, теперь никто не гарантирует. Так, наша китайская отделочная машина работает беспроблем-

но: уже раз 10 «пробежала» расстояние до Луны и обратно, — шутит Андрей. — Качеством нашей LabelSource мы довольны: все технологические решения проверены на практике и рабочие. Программные модули, компьютерные решения работают безупречно.

Конечно, мы тщательно выбирали не только саму машину, но и поставщика. Компанию «Нисса Центр» давно знаем и работаем с ней, они всегда дают гарантии на обслуживание: у них есть квалифицированные обученные инженеры. Сервис эффективный, функциональный и многократно проверенный». ■

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты. От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок. На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,
метро Пращская,
ул. Подольских
Курсанов, 3

г. Чебоксары,
ул. Патриса Лумумбы
д. 8, офис 204

г. Санкт-Петербург,
ул. Химиков 18

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

Мы работаем без выходных с 9.00 до 21.00

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50
e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

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

Стикер: реализация в искусстве

Самоклеящаяся наклейка в настоящее время — широко распространенный вид полиграфической продукции, используемый по большей части в качестве этикетки, приклеиваемой к товару (банке, бутылке, контейнеру и т.д.). Производством этих этикеток занимается большое количество типографий России, применяя в основном флексографский способ их изготовления. В качестве основы используется специально изготовленный самоклеящийся материал, состоящий из трех рабочих слоев: собственно материал (бумага или полимер), клей (как правило, невысыхающий,



Типовой стикер Почтовой службы США (Label 228)

в английском языке часто называется словом Sticker (наклейка). Слово Sticker происходит от слова Stick или Sticky (приклеивать, липкий). И вот эти самые наклейки стали использовать в качестве элемента уличного искусства или Street Art. Это довольно широкое направление чаще всего связывают с граффити, но не только. В конце 80-х годов прошлого века в употребление вошло понятие Sticker Art, что можно перевести как «искусство наклеек».

Sticker Art в терминологии граффити — это форма уличного искусства, в которой изображение или сообщение публично демонстрируется с помощью наклеек. Они могут продвигать политическую повестку дня, комментировать политику или проблему. У этой подкатегории граффити множество названий, которые порой сложно перевести на русский язык. Sticker Art также известен как Sticker Bombing (стикер-бомбардировка), Sticker Slapping (стикер-шлепок или пощечина), Slap Tagging (метить шлепком или след от шлепка) или Sticker Tagging (наклейка-ярлык).

Художники используют различные типы наклеек: от типовых заготовок (чистых наклеек, продающихся в канцелярских магазинах) до специальных бумажных наклеек, таких как этикетка Label 228 Почтовой службы США (типичная наклейка, в которую можно заносить нужную информацию) или специально изготовленные именные бирки. Частично популярность наклеек в уличном искусстве объяс-



Самая первая (слева) и последующие версии наклеек «Отряда Гиганта Андре»

остающийся полужидким долгие годы) и защитная бумага (как правило, силиконизированная), которая защищает липкий слой до поры до времени и удаляется при приклеивании этикетки к чему-нибудь. В промышленном применении в настоящее время используется огромное количество самклеящихся этикеток.

Но относительно недавно такие наклейки стали применять в области искусства. Самоклеящееся изображение (этикетка)



Любая поверхность в городе может стать местом размещения стикеров, главное, чтобы они могли прилипнуть. Где появляется один стикер, вскоре к нему добавляются другие



Заклеивать стикерами дорожные знаки стало «модно» и «круто» в последние лет пять. Сложно сказать, что это — еще искусство или уже вандализм. В некоторых странах (например, Германии и США) появилась специальная служба, задача которой очищать знаки от стикеров

няется тем, что это более быстрый и, следовательно, более безопасный вариант в нелегальном изготовлении граффити. Для классического граффити нужны часы для получения качественного изображения, в течение которых художника могут задержать, если изображение не согласовано. А приклеить наклейку с заранее нанесенным изображением можно за секунды и успеть ретироваться.

Первый известный опыт использования наклеек в уличном искусстве (Sticker Art), по всей видимости, принадлежит Шепарду Фейрею (Shepard Fairey), который применил наклейку в концепции «Отряд Гиганта Андре» (Andre the Giant Has a Posse). Сложно сказать, что за этим скрывалось, как пояснил Шепард, это заимствование из хип-хоп-сленга и любителей скейтов. Шепард с друзьями изготовил тираж наклеек с портретом Гиганта Андре и их расклеили в своем городе Провиденс. Решение создать такой стикер пришло спонтанно. Обычно Шепард занимался изготовлением бумажных трафаретов для уличной печати (тоже вид граффити). Но тут пришла идея, что можно упростить задачу, отпечатав тираж при помощи трафаретной печати. И это оказалось прорывной идеей. Было это летом 1989 г. А уже в начале 1990 г. было изготовлено десятки тысяч наклеек и размещены по многим городам США, а чуть позже и по всему миру. Начиная с 2000 г., многие известные граффити-художники по всему миру стали использовать стикеры в своих работах как альтернативу «бомбингу» (быстрому изготовлению граффити изображая, буквально за секунды).

Художники Sticker Art могли рисовать наклейки вручную, печатать их в коммерческих типографиях или дома на принтере, используя заготовки этикеток. Главное что их объединяло, это использование самоклеящегося материала, который легко наклеивать на выбранный участок го-

родской поверхности. Для изготовления наклеек использовали как чистый самоклеящийся материал, так и готовые наклейки, выпускаемые огромными тиражами, например почтовый американский Label 228 можно было приобрести на любой почте. Впрочем, многие художники отрезали почтовый логотип с наклейки.

В отличие от других форм граффити, которые создаются на общественных поверхностях, наклейки можно заранее распечатать и транспортировать в разные места до того, как их используют, и при этом их можно разместить во множестве мест, что сделать с обычным граффити сложно. Многие художники граффити («райтеры» от английского write — писать) обмениваются своими наклейками, а наиболее популярные часто их продают. В специализированных граффити-магазинах часто есть специальные отделы, где райтеры могут обмениваться наклейками, или купить понравившуюся, а международные сети помогают обмениваться наклейками по всему миру, что позволяет художникам размещать свои работы в местах, которые они сами никогда не посетят.

Очень часто множество стикеров располагаются на одной поверхности, создавая сложные композиции. Зачастую в этом принимают участие как художники, так и простые любители, расклеивающие имеющиеся наклейки на первом попавшемся месте. Поэтому далеко не всегда скопление наклеек оказывается шедевром уличного искусства, но внимание все равно привлекает.

В нашей стране есть немало типографий, которые печатают различные стикеры как со своим дизайном, так и с дизайном заказчика. И время от времени приходится видеть такие наклейки в общественных местах. Sticker Art добрался и до России.



Эти фотографии сделаны в разных городах России. Sticker Art в нашей стране активно развивается

«Эврика»!



Антон Сырников,
генеральный директор,
типография «Эврика»,
[Санкт-Петербург]

Полиграфическая продукция бывает весьма разнообразной. Чаще всего статьи в нашем журнале посвящены типографиям, печатающим либо упаковку, либо классическую коммерческую продукцию. Но иногда удается побывать на предприятиях, выпускающих нетипичную продукцию, например, защищенную или различные виды беловых товаров. Одним из таких необычных предприятий стала типография «Эврика» из Санкт-Петербурга. Посетить ее нам предложила компания «Сонора» — известный поставщик полиграфических бумаг и картона. Об их необычном бизнес-партнерстве рассказал нам директор типографии Антон Сырников.

Реактивная карьера

«В полиграфию я попал довольно случайно, — рассказывает Антон. — Будучи студентом, хотелось немного подработать. Знакомые предложили работу курьером в типографии. Пришел, начал работать и так уж получилось, что постепенно за семь лет дорос до директора. Типография была небольшая, выпускала разную беловую продукцию, в первую очередь картонные папки-скоросшиватели. Тогда они были всем нужны — производили их много. Но в определенный момент я не нашел общего языка с владельцем типографии, ушел и открыл свой бизнес. И начинал, конечно же, с папок-скоросшивателей. Определенные знания и опыт уже были и, конечно же, все необходимые контакты и наработки. Полиграфическая компания «Эврика» появилась в 2007 г.»

Своя специфика

Папки-скоросшиватели — своеобразный вид продукции, эффективно производить его можно только с



Печатный парк «Эврики» построен на разных печатных машинах, в том числе произведенных еще во времена СССР



Для эффективного производства папок-скоросшивателей нужна специальная техника, произведенная много лет назад (год выпуска – 1960!)

помощью специализированного оборудования, которое одновременно и печатает, и вырубает. Под эту задачу мы приспособили уникальное оборудование, произведенное

еще в ГДР, предназначенное для изготовления пачек для папирос из простого картона. Такая технология позволяет производить много папок при хорошей себестоимости. В прежние годы мы производили до 4 миллионов таких папок, сейчас спрос уменьшился, но все равно делаем больше миллиона.

Но довольно быстро стало понятно, что на одних скоросшивателях бизнеса не построишь, нужно производить и другую продукцию. Начали постепенно «обращать» оборудованием. Приобрели листовые печатные машины Planeta и стали развивать производство других различных видов продукции. Так получилось, что нам ближе был канцелярский рынок — начали в него углубляться. Начали производить ассортимент для крупных торговых сетей, продающих различные канцелярские товары: альбомы для рисования и черчения, на-



- Комплексные решения для офсетной и флексографской печати
- Собственное производство лаков и УФ-флексокрасок
- Колористические лаборатории и станции смешения в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре и Новосибирске
- Технологическая поддержка заказчиков

+7(495) 734-91-67
technologist@tanzor.ru
www.tanzor.ru
www.tanzor-uvflex.ru



В типографии много специализированного оборудования для производства канцелярской продукции большими тиражами



Материалы для печати в типографии «Эврика» от компании «Танзор»



боры цветных бумаг, папки для акварели, блокноты и т.д.

Наш ассортимент все время расширяется: начали производить календарную продукцию, затем раскраски, различные бланки, а также картонную упаковку. Также начали печатать и вырубать заготовки для бумажных стаканов, которые наши заказчики потом сами превращают в стаканы. В последнее время начали развивать свой магазин на Wildberries: пригласили дизайнеров, создаем



В типографии «Эврика» работает, возможно, самая большая в России флаторезная машина



Помимо специализированных машин, на предприятии используется много типового послепечатного оборудования



различные продукты канцелярской тематики и продаем под своей маркой. Объемы продаж успешно растут».

Интересная кооперация

Антон рассказал и об интересном опыте работы с ГК «Сонора»: «С ними мы познакомились лет пять-шесть назад. Они активно работают в области канцелярских товаров и время от времени заказывали у нас различные виды продукции, которую потом реализуют через торговые сети. При этом «Сонора» — известный поставщик бумаги и картона, но мы с ними тогда в этом направлении не работали. Они занимались в основном импортными запечатываемыми материалами, которыми мы не пользуемся. Более плотно мы начали работать с «Сонорой» года два назад, когда они стали поставлять отечественные и белорусские материалы, в частности картон фабрики «Герой Труда» из Добруша. Появились встречные интересы: мы у них покупаем материалы, а им продаем готовую продукцию. При этом работаем предельно прозрачно. Впрочем, «Сонора» — крупный продавец канцелярских товаров и заказывает у нас заметно больше продукции, чем мы — материалов».



ра» — известный поставщик бумаги и картона, но мы с ними тогда в этом направлении не работали. Они занимались в основном импортными запечатываемыми материалами, которыми мы не пользуемся. Более плотно мы начали работать с «Сонорой» года два назад, когда они стали поставлять отечественные и белорусские материалы, в частности картон фабрики «Герой Труда» из Добруша. Появились встречные интересы: мы у них покупаем материалы, а им продаем готовую продукцию. При этом работаем предельно прозрачно. Впрочем, «Сонора» — крупный продавец канцелярских товаров и заказывает у нас заметно больше продукции, чем мы — материалов».

Новое направление

«Пару лет назад мы приобрели флаторезную машину, — продолжает Антон, — и организовали участок резки бумаги на полиграфические форматы. И сейчас оказываем услуги резки для ряда крупных продавцов бумаги и картона: «Европапир», «Балтийская Целюлоза», «Сонора» и др. Нам привозят рулоны, а мы их режем на нужные форматы. У нас очень серьезная флаторезная машина, которая может работать с рулонами до 2 метров шириной. То есть мы сразу можем широкий рулон разрезать и вдоль, и поперек. При этом машина работает сразу с четырьмя рулонами, что обеспе-



Рулонная офсетная машина используется для печати черно-белой продукции, а также для производства цветной бумаги. Недавно типография приобрела флексографскую машину (внизу), которая лучше подходит для «окрашивания» бумаги (получаются более насыщенные цвета)



«Базовая» продукция типографии – папки-скоросшиватели, справа и внизу – продукция «Эврики» собственного бренда для массовой продажи

чивает высокую производительность резки. Не скажу за всю Россию, но у нас на Северо-Западе таких машин в частном бизнесе больше нет. К сожалению, полноценно развить это направление пока не получается, так как не хватает персонала. Сейчас мы в основном закрываем свои потребности в листах нужного формата и время от времени оказываем услуги продавцам бумаги и картона. Но в перспективе видим это как серьезную часть бизнеса».

Рынок все время меняется

Впрочем некоторые виды белой продукции, как пояснил Антон, «Эврика» производить перестала: «И не потому, что на нее нет спроса. Спрос есть, но рост заработных плат, аренды и других платежей толкает вверх и стоимость продукции, а оптовики не хотят по этой цене ее закупать. Есть некоторые производства в регионах, где за счет меньшей зарплаты и низкой аренды удается производить такие продукты немного дешевле, чем в Санкт-Петербурге».

Антон также отметил активизацию рынка бумажной посуды: «Мы сейчас с партнерами запускаем технологию изготовления барьерного картона. У нас есть экструзионный ламинатор, будем поливать расплавом полиэтилена. И на этом картоне мы будем печатать заготовки бумажных стаканов и другой бумажной посуды. Печатаем ее и сейчас, но планируем существенно увеличить производство этого вида продукции. Также будем продавать барьерный картон. В частности, «Сонора» планирует его приобретать».

В заключение нашей беседы Антон отметил, что в сложившихся условиях ассортимент типографии «Эврика» постепенно меняется. Производить огромные тиражи простой продукции с минимальной маржинальностью становится невыгодно: «Все больше



становится все сложнее. Так что мы постоянно ищем пути оптимизации.

Одним из таких путей стало приобретение флексографской печатной машины. На ней мы сейчас красим бумагу. Производство цветной бумаги у нас было и раньше, но использовали для этого офсетную машину, что давало не самый лучший результат и было трудозатратно. На флексомашине бумага намного качественнее прокрашивается (цвета получаются глубокие и яркие) и потом полученные рулоны легче превращать в листовую цветную бумагу».

и больше мы уделяем внимание собственным брендам, которые продаем сами. Под этими марками мы производим более сложную продукцию с более высокой добавленной стоимостью. К сожалению, при производстве целого ряда белой продукции велика доля ручного труда. При этом, если это тиражная продукция, то оптовики не очень готовы за это доплачивать. А с учетом дефицита кадров и их удорожания производить простую продукцию

Анри Мелуа: о непрерывном поиске, особенностях момента и нюансах техники



Анри Мелуа,
генеральный директор
«Четыре Цвета»
[Санкт-Петербург]

Несмотря на санкционные запреты на поставки полиграфического оборудования, российские типографии продолжают активно его приобретать. Есть два разных подхода: официально покупать китайскую технику или привозить бывшее в употреблении оборудование из Европы. Сложнее всех типографиям, работающим в цифровой сегменте, поскольку практически 100% производителей листового цифрового оборудования находятся в недружественных странах. При этом его все равно приобретают: как бывшее в употреблении, так и новое. Дело в том, что большинство цифровых типографий в последние годы показывают внушительный рост объемов производства, и новая техника им просто необходима. О рынке цифровых заказов и недавних установках нам рассказал владелец и руководитель типографии «Четыре Цвета» (и не только) Анри Мелуа.

Про цифры

«На самом деле, — отмечает Анри, — с началом СВО рынок существенно изменился, причем в положительную сторону. У нас каждый следующий год получается лучшим. У нас в группе несколько типографий, и для всех них 2022 год стал лучшим в истории. В свою очередь, 2023 г. был заметно лучше 2022, при этом уже сейчас понятно, что текущий 2024 г. будет еще лучше, чем прошлый.

Получается, 2022-2023 гг., по сравнению с довольно успешным допандемийным 2019 г., показали взрывной рост. Если грубо: в 2019 г. было заработано 5 мешков денег, в 2023 г. — уже 15, вот в 2024 г. получится «всего» 16 мешков. Рынок «провалился»? Ну а если серьезно, подсчеты и прогнозы по нашим предприятиям дают следующие цифры: 2024 г. по сравнению с успешным 2023 г. наша типография с «живыми» менеджерами прироста либо не даст, либо будет даже провал процентов на 5. Но «живые» менеджеры у нас уже давно не являются главным источником дохода. Типография, которая работает с государственными и окологосударственными компаниями, покажет прирост минимум 40%. Типография, которая ориентирована на Санкт-Петербург и которая собирает заказы в автоматическом режиме че-

рез интернет покажет прирост около 35%. И, наконец, типография в Москве, тоже работающая через автоматический сбор заказов, даст прирост примерно на 85%, причем она хоть и открылась позже остальных, считать что у нее «низкая база» тоже нельзя. При этом если смотреть на прибыль, то типография с менеджерами — менее интересный вариант, поскольку они стоят денег (причем зарплаты все время растут). В результате при одном и том же обороте прибыль в ней существенно меньше».

Работа на развитие

«Особенность текущего момента в том, — продолжает Анри, — что довольно интенсивно работаем на свое развитие, совершенствуем нашу систему сбора и обработки заказов, приобретаем оборудование, приду-



Вверху: первая в России Ricoh Pro C9500, внизу: Ricoh Pro C9200



Здание типографии «Четыре Цвета» в Санкт-Петербурге

мываем разные варианты получения дополнительных доходов. Некоторое время назад разработали технологию собственного изготовления фактурных бумаг, в этом году научились делать картон с металлизированными эффектами, в общем, все время «в поиске». При этом если взять другую цифровую типографию, руководитель которой и на работе-то не появляется, а то и живет где-нибудь за границей, у нее тоже будет рост, и не маленький — где-нибудь +20%. Сейчас это общая рыночная ситуация. Общая волна роста заказов поднимает всех, даже тех, кого, по идее, не должна. Даже откровенно слабые игроки с простым несвежим оборудованием успешно зарабатывают».

Особенность момента

По мнению Анри, рынок изменился: с началом СВО произошли события, которые повлияли в том числе и на полиграфический рынок. Запретили или сильно усложнили вывод денег и России — теперь стало проще и выгоднее инвестировать в стране. Появляются как большие предприятия, так и много мелких, которые являются для цифровых типографий главной «базой». Ресторанчики, магазинчики, прочий мелкий бизнес сейчас показывает большой рост. И им всем нужна какая-то полиграфическая продукция.

«Некоторые вещи меня сейчас просто удивляют, — отмечает Анри. — Сейчас вполне реально днем в будний день не попасть в ресторан, поскольку нет мест. Многие рестораны днем имеют загрузку более 80%! Такого не было никогда, разве что в особо культовых местах. Ограничение международного туризма привело к тому, что люди стали

ездить по своей стране и тратить деньги здесь. А значит, у всей сферы услуг, тех же ресторанов, отелей, бюро экскурсий и т.д. бизнес идет в гору. И это создает дополнительный объем полиграфических заказов.

Имеет смысл также отметить глобальное нарушение логистических поставок, что привело к тому, что теперь «все продают всё». Мелкая торговля на подъеме. Раньше почти всю мебель продавала «Икея», теперь вместо нее сотни отдельных компаний, часть которых раньше поставляла свою мебель в «Икею». И каждому из этих производителей какая-то печатная продукция да нужна. Заметный объем полиграфических заказов приходит вместо ушедших из России или запрещенных в России рекламных площадок Google, Instagram и др. Конечно, полиграфическая реклама не заменяет напрямую рекламу в интернете, но определенное «смещение» в сторону полиграфии проявляется.

Еще один аспект связан с маркетплейсами. Сейчас на них пришло много совсем небольших производителей: кто-то варит мыло, вяжет, шьет, плетет, и хочет все это продавать. Так или иначе для этого нужна и коробочка, и этикеточка, и ярлычок, и листовочка, и много чего».

Важные моменты

«В общем, рынок полиграфических заказов в последние годы довольно горячий и позволяет зарабатывать. Это дает возможность расширять бизнес, увеличивать производственные мощности и приобретать оборудование: «Мы долгое время были клиентами компании Xerox, но еще до начала СВО начали переходить на оборудование Ricoh. Сейчас у нас в группе типографий пять цифровых машин этого производителя. Относительно недавно, в начале года мы приобрели очередную машину этого производителя, новинку — Ricoh Pro C9500. До этого у нас работала Ricoh Pro C9200. Это хорошие, производительные машины, позволяющие зарабатывать. Отмечу некоторые особенности машин Ricoh, которые выделяют их из всех прочих цифровых машин. Первое — возможность беспрепятственной ламинации оттисков, полученных на них. На любой другой цифровой машине ламинирование оттисков может быть сложностью, требующей подбора материалов или дополнительной обработки. А здесь все просто и легко: почти, как у офсета. Второе — надежность при печати на дизайнерских бумагах, фактурных бумагах и прочих непростых для печати материалах. Для нас это особенно важно, поскольку сами изготов-



Машина MGI JetVarnish 3Ds Foil для цифровой декоративной отделки оттисков фольгой и объемным лаком



Разработка типографии для изготовления фактурных бумаг

ливаем фактурные бумаги и часто их используем в заказах. Машины других производителей тоже могут печатать на фактурных бумагах, но с Ricoh это проще.

У нас есть опыт эксплуатации машин предыдущей серии Ricoh Pro C9200. Хотя сейчас сервис у всех оставшихся вендоров стал хуже, можно все же ожидать продаваемого качества для достаточно больших объемов — около 400-500 тысяч оттисков А3+ в месяц на аппарат. А для модели 9500 — даже больше. Но более важным фактором для нас является поддержка автоматического управления через JDF. Нельзя сказать, что у машин других производителей этого нет, но нужно отдельно приобретать лицензию в Европе, что сейчас невозможно. Мы на одной машине за 12-часовую смену печатаем иногда больше 500 заданий — без JDF все 12 часов уйдут только на ручной ввод параметров тиража, и ошибок будет куча.

Еще одной полезной возможностью машин C9200 и 9500 является печать на всей ширине тракта, то есть на 330 мм. У других производителей при той же ширине бумаги печать ограничена шириной 320 мм. Вроде всего несколько миллиметров, но они позволяют экономить при раскладке типовых заказов. Например, при печати визиток в поле печати 320 мм укладывается 24 визитки, в поле печати 330 мм — 30 визиток. Обычный тираж визиток 100 штук. То есть при печати 24 визиток на листе нужно 5 листов бумаги для тиража, а при 30 визитках четыре. Кажется мелочью, но при цене листа дизайнерского картона в 20-50 руб. и нескольких сотнях заказов этих визиток в сутки получается экономия около 200-300 тыс. руб. в месяц. Также на таком поле проходят удачные раскладки иной малоформатной продукции — наклеек, бирок и т.п.



Планшетный плоттер iEcho для скоростной резки

Хорошим плюсом является возможность качественной ламинации. Из тонерных машин Ricoh тут лидирует с большим отрывом. Что касается отличий модели 9500 от предыдущей 9200, для нас единственно значимым является переработанный тракт проводки листа, позволяющий получить более точное совмещение лицо-оборот. Наша автоматическая система направляет на 9500 все дизайнерские картоны с малоформатными изделиями, и резать стопу отпечатанных оттисков стало проще».

Хотя у Анри установлено больше 5 машин Ricoh промышленного класса, используются также и другие марки. Он говорит, что хороших вендоров сейчас нет, есть терпимые. Если есть возможность ставить машины разных производителей, надо так и делать. ■

ОТКРОЙТЕ ДЛЯ СЕБЯ RICOH PRO C9500



Рост прибыли, снижение эксплуатационных расходов и новые возможности для вашего бизнеса

Если когда-либо существовала цветная ЦПМ, созданная с учетом реалий нашего времени и в то же время способная поддерживать рост бизнеса и потенциал развития, то RICOH Pro C9500 — именно она. Опираясь на проверенную временем основу, эта система производственного класса выведет вас на новый уровень благодаря автоматизации и высококачественным и предсказуемым результатам печати.

- Скорость печати до 135 А4/мин
- Диапазон плотности материалов: 40–470 г/м²
- Наличие функции регулировки глянца Gloss Control
- Новая операционная панель 21,5 дюймов
- Новые внешние контроллеры Fiery N-50 и Fiery N-70
- Новый модуль термозакрепления Fusing Pad



ricohpro.ru

RICOH
imagine. change.

Типография «Борус»: угадали с путем развития



Михаил Тенцер,
генеральный директор,
типография «Борус»,
[Тула]

Российские типографии, появившиеся вскоре после начала капиталистической экономики, как правило, переживали несколько временных эпох, связанных с ростом и падением интереса к тем или иным видам печатной продукции. Кто-то из таких типографий менял сферу деятельности, кто-то добавлял новые направления, кто-то сохранил первоначальную специализацию. А есть предприятия, кто и первоначальный вектор развития сохранил, и новое направление успешно освоил. Одна из таких — тульская типография «Борус», работающая на полиграфическом рынке с 1990-х.

Будучи изначально коммерческой, она, в какой-то момент, запустила производство картонной упаковки. И сейчас она продолжает расширять это направление. Недавно в «Борусе» появилась новая современная фальцевально-склеивающая линия Diana Easy Plus. О том, как развивается типография в настоящее время, нам рассказал ее владелец и директор Михаил Тенцер.

Миграция

Типография «Борус» довольно долго была коммерческой, но, вовремя ощутив спад интереса к коммерческой продукции, решила осуществить «миграцию» в область упаковки. «Мы начали заниматься упаковкой примерно в районе 2007 г., — говорит Михаил, — и с тех пор методично это направление развиваем. Под него мы

позднее построили отдельное здание, поскольку упаковка требует больших производственных площадей, купили печатную технику большого формата и постоянно приобретаем различное послепечатное оборудование. Но при этом все необходимое для производства коммерческой продукции мы оставили. И сейчас продолжаем выпускать книги в переплете тиражом в районе 1 тыс. экз., в сезон выпускаем календарную и некоторые другие виды коммерческой продукции. Но



Печатный парк типографии состоит из офсетных машин, произведенных ведущими мировыми компаниями



Устройство EastPacker позволяет сократить число приемщиков на фальцевально-склеивающей линии



Типография «Борус» недавно установила фальцевально-склеивающую линию MK Diana Easy Plus (фото вверху) в дополнение к имеющейся для повышения производительности процесса фальцесклейки

перестали брать заказы на журналы. Во-первых, нам это становится менее интересно в коммерческом плане, во-

вторых, сама журнальная продукция сильно изменилась за пандемийные годы, а затем и в санкционный период. Но кое-какую коммерческую продукцию печатаем, хотя инвестиции в развитие этой части нашей типографии больше не делаем.

Сейчас выгоднее производить упаковку. Поэтому инвестиции идут именно в этот сегмент. За прежние годы мы хорошо подготовились к печати упаковки, в том числе с большой добавленной стоимостью. У нас две офсетные машины, одна из которых приспособлена для печати по технологии LED-UV, что позволяет нам печатать по металлизированным материалам, недавно мы добавили к ней еще одну УФ-сушку, что позволило высушивать кроющие белила в линию с печатью. Раньше приходилось печатать



Saphira

Окружи свою машину заботой.

Расходные материалы и решения.



ООО «ХД РУС»
Россия, 141407, МО, г. Химки
ул. Панфилова, влд. 19, стр. 1
телефон: +7(495) 995 0490
www.hd-rus.ru



В типографии много специализированного оборудования для производства картонной упаковки, в том числе премиальной



На выводных устройствах Kodak используются формные пластины Abezeta от компании «МакЦентр», проявляемые в проявителе ее же собственной разработки

тать в два прогона. Также установили оборудование для высечки, тиснения фольгой, фальцесклейки и т.д. У нас есть все необходимое для производства картонной упаковки».

Об устойчивости бизнеса

«Пандемия, а затем и начало СВО очень сильно изменили рынок и наш подход к работе. Еще во время кризиса 2014 г. мы как раз строили наше новое производственное здание и у нас были кредиты, но все обошлось.

Однако понимание, что большие долги — опасно, осталось. В пандемию мы уже входили с меньшими долгами, но серьезные опасения об устойчивости бизнеса у нас, конечно, были. А когда началось СВО, начали активно действовать. Сразу погасили практически все имеющиеся долги, сократили персонал, оставив только самых лучших и, естественно, были вынуждены поднять цены. В первый месяц у нас был взрывной рост объема заказов, поскольку у нас были запасы бумаги и картона, но спустя месяц, объем заказов практически рухнул. Около месяца мы вообще простояли. Тогда пришлось сократить персонал. Но затем постепенно заказы начали возвращаться, а спустя какое-то время рынок перевернулся, наступило «время продавца».

Конечно, мы этим воспользовались.

Так получилось, что «время продавца» показало, что мы можем успешно работать на высокомаржинальных заказах. Раньше брали практически любые упаковочные заказы, порой работали круглосуточно, перемалывая огром-



Несмотря на упаковочную специализацию, типография «Борус» сохранила все необходимое для производства коммерческой продукции, которую периодически выпускает



ные тиражи простой упаковки. Но, начав работать на рынке премиальной упаковки, стало понятно, что можно производить существенно меньше продукции, получая такой же, а то и больший объем прибыли. И для нас это стало приоритетным направлением. Сейчас мы обычно работаем в одну смену, каждый заказ выполняется внимательно и без спешки».

Химия собственного производства по лучшим европейским рецептурам.

МАК ЦЕНТР
mcofset.ru



проявители и регенераторы



смывки и очистители



добавки в увлажнение



силиконовые эмульсии



Гордимся тем, что умеем.

Гаврилова Ольга, заместитель директора компании «МакЦентр»



Специализация «Боруса» — картонная упаковка



Грамотные инвестиции

«Основное направление развития типографии теперь связано с развитием производства премиальной упаковки, — продолжает Михаил. — Из наших последних приобретений необходимо отметить промышленный ламинатор, на котором мы «производим металлизированный картон».

Мы ламинируем обычный картон металлизированной пленкой. Это позволяет относительно экономично получать металлизированный картон в нужных объемах, не приобретая специальный, который заметно дороже. На нашей машине с LED-UV технологией мы можем печатать по металлизированному картону с выкрыванием белилами и использованием различных технологий твин-лакирования. Помимо этого, у нас есть отдельная лакировальная машина, которая позволяет осуществлять сплошное или выборочное УФ-лакирование в больших объемах. Это оказалось востребованным — таким способом мы изготавливаем высококачественные подарочные новогодние коробки.

Для всех этих работ используем УФ-лаки от компании «Танзор». У них большой ассортимент и всегда есть в наличии. Материалы для формных процессов, краска и другие расходные материалы у нас от «МакЦентра». У них большая линейка, стабильные поставки и неплохие цены».

Наличие собственной металлизации материалов и сложной отделки позволяет типографии «Борус» успешно работать на рынке парфюмерной упаковки: «С появлением ламинатора мы открыли для себя этот вид упаковки и хотим в нем развиваться. Оказалось, что заказчиков на такую упаковку довольно много. Отечественных производителей подобной продукции ста-

новится все больше, соответственно и заказов на упаковку тоже. Мы и раньше пробовали с ними работать, но тогда не проходили по цене. Металлизированный картон приходилось покупать либо заказывать металлизацию на стороне, что только удорожало весь процесс. Сейчас ситуация изменилась».

Необходимость автоматизации

Сокращение численности персонала типографии привело к необходимости повышать уровень автоматизации: «Раньше для нас был нормой, когда на фальцевально-склеивающей линии на приемке работает целая бригада. Чем больше скорость работы, тем больше нужно для этого людей. А с персоналом в последнее время в полиграфии большие проблемы. Поэтому наши новые приобретения учитывают эту особенность. Недавно мы установили фальцевально-склеивающую линию Diana Easy Plus с системой приемки EasyPacker от МК, которая радикально сокращает трудоемкость операции приемки готовых коробок. Даже на большой скорости работы приемку может спокойно осуществлять один приемщик. Также сама машина обладает высоким уровнем автоматизации и легко перенастраивается в автоматическом режиме. Еще на Diana Easy Plus есть система плазменной обработки заготовки коробки. Это нужно для качественной склейки. Поверхность металлизированного картона, по сути, полимерная, и нужна специальная обработка, чтобы повысить адгезию клея».

По словам Михаила, выбирали фальцесклею достаточно придиричиво. Смотрели на многие модели, которые сейчас активно поставляются в Россию: «Diana — известная, можно



сказать легендарная, модель, успешно работающая во многих типографиях. Помимо этого, мы много лет знаем специалистов из компании «ХД РУС», которые занимаются поставками и обслуживанием этой техники. Да и весной этого года мы были на заводе компании МК в Китае и лично убедились, насколько серьезно это производство. Так что выбором своим довольны. Машина уже успешно эксплуатируется.

Сейчас можно уверенно говорить, что мы рады, что в свое время сделали шаги в сторону упаковки. Тогда, много лет назад, было не так очевидно, что в упаковке могут быть большие перспективы. Но мы, получается, угадали с направлением развития. И продолжаем развиваться в эту сторону. Но в наше неспокойное время теперь стараемся все делать за счет собственных средств, не прибегая к кредитам. Сейчас это слишком рискованно...» ■



ВСЕГДА ПОМОЖЕМ С БУМАГОЙ И КАРТОНОМ



☒ Профессиональные услуги

Проконсультируем по любым вопросам, связанным с использованием материалов в полиграфии. Регулярно проводим консультационно-методические семинары для наших клиентов с привлечением производителей.

☒ Специальные ценовые условия

Закупки товаров большими партиями позволяют получить специальные условия и цены от производителя. Высокий уровень оборачиваемости обеспечивают небольшие наценки и особые условия оплаты для наших клиентов.

☒ Высокое качество

Мы работаем только с крупными производителями полиграфических материалов, гарантирующими высокое качество собственной продукции.

☒ Доставка и хранение

Доставим заказы точно в срок. Осуществляем другие логистические услуги с использованием складов в разных областях РФ.

Офис в Санкт-Петербурге:

Санкт-Петербург, Свердловская набережная,
дом 44, лит. Д, офис 406
E-mail: info@sonoragroup.ru

Офис в Нижнем Новгороде:

Нижний Новгород, ул. Почаинская, д.17 В
E-mail: nn@sonoragroup.ru

ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М Y К P

5

красок
за 1 прогон

Тиражи
от **250** экз.

от

250

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ

трафаретной
печатью

 илим
Стандарт

СТАНДАРТ
КАЧЕСТВА
ОТ ЛИДЕРА¹

Универсальное решение для ежедневной печати в офисе и дома

- для любого принтера
- 100% белёная целлюлоза
- без замятий и пыли

A3 | **A4** | **80** | **104**

297x420

210x297

г/м²

мкм



 officpaper.ilimgroup.ru

¹ АО «Группа «Илим» - лидер по выпуску целлюлозы, бумаги и картона в России по итогам 2022 года на основе оперативных данных Росстата за 12 месяцев 2022 года об общем количестве целлюлозы, бумаги и картона, изготовленном на предприятиях России

35 месяцев гарантии на оборудование в честь 35-летия компании



ЯМ Интернешнл (СНГ)

+7 (495) 234-9000

✉ info@yam.ru

ЯМ Интернешнл (Северо-Запад)

+7 (812) 495-5552 | spb@yam.ru

ЯМ Интернешнл (ЮГ)

+7 (863) 227-5229 / 227-5279 | rostov@yam.ru

ЯМ Интернешнл (Беларусь)

+(375 17) 252-02-05 / 06 / 07 | info@yam.by

ЯМ Интернешнл (Сибирь)

+7 (383) 311-0906 | nsk@yam.ru

ЯМ Интернешнл (Центральная Азия)

+7 (727) 334-1752 | asia@yam.ru

ЯМ Интернешнл (Урал)

+7 (343) 312-1209 / 10 | ural@yam.ru

ЯМ Интернешнл (Азия)

+ (998 93) 500-5658 | uz@yam.ru