Полиграфия Петербурга™

Professional Edition

PRESS.spb.ru

6 / май-июнь 2015

Издание специализируется на сообщениях и материалах рекламно-информационного характера. Распространяется бесплатно и по базе редакционной подписки.

Интерактивная версия журнала, подписка и новости доступны на сайте http://www.press.spb.ru

16+

Разноплановый «Майер»

Эдуард Зварич о перспективах компаний в условиях нестабильного рынка 6

Что покажет RosUpack?

Печатная продукция не заставляет наш мозг кипеть

Про стратегии ведения бизнеса в условиях кризиса

Единый веб-реестр полиграфических и рекламных компаний Санкт-Петербурга

Типография «Помидор» о поздравительной полиграфии 18

Этот сигнальный выпуск журнала отпечатан в многопрофильной типографии «Быстрый Цвет» (www.fastcolor.ru)

Подписывайтесь!

Инстаграм @pomidorprint

ВКонтакте /pomidorprint

Фейсбук /pomidorprint

Полиграфия Петербурга™
май-июнь 2015 ..... #6

PRESS.
spb.ru

Современные сайты для успешных типографий

5 плюсов: правильный дизайн; удобный функционал; фотосъёмка вашей продукции; первичное наполнение контентом; дальнейшая поддержка сайта не сложнее, чем в «Ворде». Вы платите только один раз и забываете про устаревшие новости, забытые пароли, потерявшихся программистов, грамматические ошибки и другие досадные недоразумения, которыми, как правило, изобилуют сайты, которые сделаны непрофессионально или заброшены. Просто пришлите заявку на бесплатный анализ сайта и разработку ТЗ на адрес pr@press.spb.ru или позвоните. Телефон в рекламном блоке ниже или в выходных данных. Сделаем Веб чистым!

Заказ рекламы и доставки журнала (812) 335-36-78 или pr@press.spb.ru

Для сайтов,
для просмотра
на любом компьютере,
ноутбуке,
мобильном устройстве
или планшете!

+ Mac, iPad, iPhone и т. д.
+ РАЗРАБОТКА
КАТАЛОГОВ С НУЛЯ

У ВАС уже есть КАТАЛОГ?
Закажите его интерактивную версию!

8 (812) 335-36-78
pr@press.spb.ru
www.press.spb.ru

ЖУРНАЛ «ПОЛИГРАФИЯ ПЕТЕРБУРГА», #6 / май-июнь 2015 г.
Подписан в печать 05.06.2015 года в 18:00. Тираж выпуска – 989 экз.

Журнал распространяется бесплатно в бизнес-центрах, типографиях, РА, салонах оперативной полиграфии, компаниях-поставщиках оборудования и материалов для полиграфии. Также осуществляется платная подписка и бесплатная персональная рассылка руководителям компаний по базе журнала в Санкт-Петербурге, Москве и на Северо-Западе. Издатель: ООО «ПрессПорт». Учредитель: А. М. Шмаков. При цитировании ссылка на журнал «Полиграфия Петербурга» и сайт издания (www.press.spb.ru) обязательна. Издание специализируется на сообщениях и материалах рекламного и информационного характера. За содержание рекламных объявлений и рекламных статей редакция ответственности не несёт. Воспроизведение материалов возможно только с письменного разрешения редакции.

Главный редактор Александр Шмаков [a@press.spb.ru]
Корректор Ирина Парижская [irina.mailo7@mail.ru]
Фотографы Алексей Савкин, Константин Русских
Адрес редакции 191001 Санкт-Петербург, Невский пр., 32
Телефон редакции (812) 335-36-78, +7 951-646-09-12
Сайт журнала www.press.spb.ru

Номер отпечатан в типографии «МАЙЕР»
Санкт-Петербург, Троицкий пр., д. 6.
Сайт – www.mayer-print.ru.
Тел./факс: +7 (812) 448-13-11.
Москва, ул. Новослободская, д. 45Б.
Тел./факс: +7 (495) 648-61-98.

Поставщик телекоммуникационных услуг редакции:
компания Oyster Telecom (www.oyster-telecom.ru)

**Александр Шмаков,
главный редактор журнала
«Полиграфия Петербурга»**

Про стратегии ведения бизнеса в условиях кризиса

В процессе подготовки номера общался со многими полиграфистами на тему, кто как оценивает ситуацию и что делать намерен. Услышал массу интересного, и не всё для печати. В итоге обзор мнений решили немного отложить. Но одну реплику многим известного директора, прямо скажем, не мелкой и давно работающей типографии всё же приведу.

Текущий момент. Взгляд практика

«Думаю, что пришло время большой чистки полиграфической поляны. Это сто процентов. Думаю, что сейчас, по весне, мы услышим о том, что немалый ряд предприятий уже близок к закрытию — как офсетных, так и цифровых. В первую очередь тех, чьё положение и так было далеко не идеальным. Чудес не бывает. Для себя мы приняли простое решение: что бы ни произошло, мы ещё полгода будем работать (на это мы деньги отложили).

Есть очень простые и понятные критерии, которые позволяют определить, уйдёт человек с рынка или нет.

Первый — кому-то может просто всё это уже надоесть. Какие-то деньги заработаны и уже просто неинтересно дальше со всем этим возиться.

Вторая история экономического характера. Если люди пришли к 2015 году с серьёзной долговой нагрузкой, а тем более с большими неоплаченными лизинговыми контрактами в валюте, то, конечно, им будет очень тяжело. Вероятность выживания таких предприятий ничтожно мала, как мне кажется. Даже если они смогут продержаться этот год, к следующему придут не в лучшей форме.

В первое время не все ещё решат, сходить им с дистанции или нет, и начнётся демпинг. Но демпинг никого ещё не спасал. Это крики отчаяния, агония, но это не путь к спасению. Следующий этап — задержки по аренде и зарплате и увольнения сотрудников. Далее по нисходящей. Соответственно, сейчас можно будет очень задёшево купить оборудование, не новое и в России, естественно. Понятно, что сейчас много что будет продаваться.

И, конечно, упадёт общий объём заказов.

Именно по сумме этих показателей, вкупе с общей экономической ситуацией, до 2016 года дойдут исключительно те, кто сейчас не будет иметь существенных долгов и выстроит правильную стратегию ведения бизнеса». Это был Андрей Зарецкий (August Borg).

Вот такой «средневзвешенный» взгляд на вещи. Приведём следующий.

О выборе тактики ведения бизнеса в условиях кризиса

Позволю себе довольно объёмную цитату из статьи уважаемого коллеги Александра Амангельдыева (издательство «Курсив»): «Как известно, в сложных и кризисных явлениях в экономике теоретически возможны два сценария развития событий, и оба они имеют право на существование. Они подробно описаны в бизнес-литературе, и каждый руководитель вправе выбирать любой из них.

Первый сценарий прост. Следует затаиться и ждать улучшения рыночной ситуации, минимизировав расходы в надежде без потерь дожить до лучших времён. В этой связи расходы на печать рекламы следует признать необязательными и от них необходимо отказаться. Всё просто и понятно.

Второй сценарий сложнее. Одна из методик работы на падающих рынках (а почти все рынки у нас падающие, поскольку покупательская способность населения падает в кризисный период) — массированная активизация деятельности в надежде отобрать клиента у тех, кто решит затаиться и дождаться лучших времён. Здесь в ход идёт всё: и снижение цен на товары и услуги, и массированная рекламная кампания, и различные акции (бонусы, подарки и т. д.).

Есть ещё третий сценарий, который, по сути, представляет собой политику «невнимания к окружающей действительности». Компания в этой связи никак не реагирует на то, что происходит на рынке: как работали, так и работаем. Такой вид реакции на внешние

изменения может себе позволить только компания с очень большим запасом прочности либо компания, без продуктов которой обойтись невозможно (например, естественные монополии)».

Полиграфическая продукция в массе своей, конечно, не есть предмет первой необходимости, так что выбирать, по сути, придётся одно из двух. Быть полиграфической рекламе или не быть. Рекламироваться или нет. Тратить время, деньги и силы на продвижение или приберечь их до лучших времён. Какой выбор ваших заказчиков, в том числе потенциальных, был бы предпочтительнее для вас?

Почему ваш сайт может работать против вас?

Признавая за рекламой средствами полиграфии все её неоспоримые преимущества и приглашая именно полиграфическими средствами себя рекламировать, в очередной раз отметим ценность комплексных маркетинговых кампаний. Они включают в себя всевозможные средства продвижения, которые мы не раз рассматривали на страницах журнала.

Одним из самых действенных и простых, на первый взгляд, инструментов, естественно, является сайт. Тем более прискорбно видеть, что это, самое доступное, средство используется типографиями далеко не на сто процентов.

Самая грубая ошибка, конечно, это когда сайты по недосмотру или по лености не обновляются годами. Такие произведения веб-строительства работают в прямо противоположном смысле. Работают как антиреклама.

Мало того, что информация на них неактуальна, так и выглядят они как произведения начального периода сайтостроения. В прямом смысле — из прошлого века! Притом что разработка, запуск и поддержка сайта будут по нынешним временам самой незначительной статьёй расходов. А проблема с регулярным обновлением сайтов решается установкой CMS, что позволяет обновлять сайт не сложнее, чем набирать документы в Word.

При таком подходе регулярно обновить новости на сайте, разместить статьи, фотогалереи или видеоролик, сообщить об акции, сделать таблицу или обновить прайс-лист сможет любой сотрудник. А регулярное наполнение контентом, как известно, улучшает позиции сайта в поисковых системах.

Одним словом, сайт, как растение, требует ухода. А вот соцсетями особо увлекаться, на взгляд многих экспертов, не стоит, их эффективность далеко не однозначна. Да и предприятие, не имеющее собственного сайта, а только аккаунты в соцсетях, выглядит не очень солидно.

Многие старые сайты сделаны под небольшие экраны, условно говоря, под 15-дюймовые мониторы. Когда-то это было актуально. Но сейчас дизайн должен быть адаптивным и автоматически подстраиваться под любой экран: смартфона, планшета, ноутбука, настольного компьютера. Что также легко решается современными средствами разработки.

Как это делается, или Хороший сайт типографии

Кроме того, можно разместить на сайте эффектные интерактивные презентации и реализовать много других реально работающих решений, которые оценят заказчики. Думаете, это сложно, долго и дорого? Уверяю, что нет, обращайтесь! Все контакты в выходных данных. А в качестве одного из примеров можно посмотреть новый сайт типографии «НП-Принт», который мы недавно сделали (www.np-print.ru).

Кстати, вопрос: как вы думаете, какова вероятность того, что потенциальный заказчик, прочитав этот текст, зайдёт на сайт «НП-Принт», чтобы полюбопытствовать, чем же он хорош? Ну а дальнейшее уже дело техники и зависит от того, насколько интересные предложения будут на сайте и насколько показательно они будут представлены.

Где выход?

Коллеги на различных полиграфических форумах призывают к обращениям в думу и правительство с целью поддержки отрасли. Возможно, лишними они и не будут, но стоит признаться: за всё время существования «новой полиграфии» много ли от них было толку? Может быть, имеет больший смысл сосредоточиться на выработке локальных стратегий?

А ответ на вопрос: «Где выход?» может быть и таким: «Там же, где и вход». Может быть, вместо того, чтоб считать «нас и так все знают», оценить всё свежим взглядом? Обновить сайт, разработать оригинальный продукт, отпечатать эффектные листовки, сделать адресную рассылку, провести комплексную рекламную и маркетинговую кампанию. Наверняка вы сами знаете, что ещё можно сделать, и компании, лидирующие на рынке, всё это недаром используют.

Одним словом, успешного обновления. Снова.

«Гейдельберг-СНГ» расширяет портфолио послепечатного оборудования для производства упаковки за счёт оригинального оборудования Masterwork Machinery

Соглашение о глобальном партнёрстве между Heidelberg и китайским производителем Masterwork Machinery Co. Ltd. (МК) было достигнуто осенью 2014 года. В рамках данного партнёрства производство и развитие решений для упаковочного послепечатного оборудования перешло к компании МК, а Heidelberg имеет эксклюзивные права на продажу высекальных прессов Promatrix и Easymatrix, фальцевально-склеивающего оборудования Diana, производящегося на заводе Heidelberg в Словакии, а также обеспечивает сервисное обслуживание этих машин.

К настоящему моменту достигнуто соглашение о расширении партнёрства в России. Теперь российское подразделение Heidelberg, компания «Гейдельберг-СНГ», имеет эксклюзивные права на продажу широкого ассортимента машин МК. В портфолио включены машины МК для конвертинга и производства картонной упаковки, в том числе машины для высечки, горячего и конгревного тиснения, а также инспекционные машины. Также «Гейдельберг-СНГ» отвечает за сервисное обслуживание оригинальных машин МК.

Технологии горячего тиснения фольгой и нанесения голограмм, использующиеся в новых моделях машин МК, позволяют получить продукцию, которая может конкурировать и даже превосходит по качеству продукцию, произведённую на оборудовании многих известных поставщиков машин. Уникальные машины МК DUOPress

могут быть представлены в конфигурации, которая сочетает секции для горячего тиснения и секции для других процессов (высечка, конгрев, удаление облоя, разделение заготовок).

Компания МК с момента своего основания в 1995 году специализировалась на производстве оборудования для тиснения фольгой и к настоящему моменту имеет огромный опыт по созданию уникальных машин и владеет патентами на оригинальные решения.

МК — одна из первых китайских компаний, представивших своё оборудование в Европе на выставке drupa. К настоящему моменту МК — один из лидеров среди китайских производителей оборудования для послепечатной обработки. На протяжении многих лет МК успешно ведёт деятельность не только на локальном, но и на международном рынке, в том числе в США, Великобритании, России, Украине, Испании, Австралии, Японии, Корее, Вьетнаме, Бразилии, Перу и в других странах. Оборудование МК соответствует европейским стандартам и имеет сертификат CE.

Состоялся первый в Heidelberg форум Gallus, посвящённый цифровой печати этикетки

Впервые цифровую печатно-отделочную линию Gallus DCS 340 для этикеточной печати показали на мероприятии Innovation Days, организованном компанией Gallus в сентябре 2014 года. Тогда посетителям продемонстрировали прототип, разработанный совместно с Heidelberg и её партнёром в области струйных технологий компанией Fujifilm. А в марте 2015 года, перед началом серийного выпуска Gallus DCS 340, более пятидесяти производителей этикетки из разных стран получили шанс увидеть машину в научно-производственном центре Heidelberg на мероприятии Gallus Digital Label Forum 2015. Гостей приветствовали вице-президент Gallus по продажам и маркетингу Кристоф Найер и руководитель по направлению разработок цифрового оборудования Heidelberg Ханс Бутерфас.

Программа включала показ машины. Основное внимание уделялось высокотехнологичной печатающей головке и поведению капель краски в полёте и на бумаге. С такими характеристиками, как разрешение 1200 dpi, скорость 50 м/мин., максимальная точность приводки, печатно-отделочная линия Gallus DCS 340 поднимает цифровую печать на новую высоту в отношении качества, продуктивности, гибкости.

Большой интерес вызвало и посещение площадки для производства печатающих модулей для Gallus DCS 340 в Вислох-Вальдорфе, где гостей встретил член совета директоров Heidelberg Штефан Пленц. Они познакомились с особенностями производства электронных компонентов и побывали в демонстрационном центре. Затем старший вице-президент Heidelberg по направлению цифровой печати Джэйсон Оливер рассказал о том, как меняются модели поведения потребителей под воздействием глобальных цифровых систем. Изменениями обусловлены новые задачи, которые проявляются у производителей упаковки и этикетки, а также возможности, которые открываются перед теми из них, кто способен осваивать новые рынки.

Новая цифровая печатно-отделочная линия Gallus DCS 340 работает с разрешением 1200 dpi и скоростью 50 м/мин.

HEI RETURN

Четкое позиционирование и оригинальность окупаются. Партнерство с Heidelberg позволит вашей компании выделиться среди конкурентов. Мы предлагаем решения для полиграфического производства, которые являются основой для долговременного успеха и обеспечивают высокий доход от инвестиций.

HEIDELBERG

ООО “Гейдельберг-СНГ” РЦ Санкт-Петербург
192148 Санкт-Петербург, ул. Ольги Берггольц, 42, офис 211
Тел. +7 812 336 83 30, Факс +7 812 336 83 95
HD-CIS@heidelberg.com **www.heidelberg.ru**

реклама

Разноплановый «Майер»

Эдуард Зварич о перспективах компаний в условиях нестабильного рынка

Есть у нас такие точки контроля, которые позволяют измерять пульс полиграфического и рекламного рынка.

Когда-то это были одни игроки, теперь другие.
Зависит от импульса развития и встроенности в рынок.
Одной из таких компаний, на наш взгляд, является группа «Майер».

О том, как прошёл год и что предлагает группа в новом сезоне, мы попросили рассказать Эдуарда Зварича, управляющего группой компаний «Майер», в арсенале которой офсетное, цифровое и широкоформатное производство, а также маркетинговая компания и студия веб-дизайна.

— Эдуард, многие полиграфические компании стали чувствовать себя менее уверенно и заняли выжидательную позицию в развитии, в продвижении, теряя при этом обороты. Расскажите, пожалуйста, как прошёл этот год у группы «Майер».

— Этот год, от весны до весны, прошёл для нас успешно. Более того, мы только в мае 2015-го почувствовали некий спад, который был обусловлен, безусловно, пресловутыми праздниками. За год мы проделали большую работу по автоматизации производства, частично докупили оборудование, открыли новый УФ-цех, увеличили штат, обновили пул поставщиков, в общем, работа кипит.

— Какова сейчас, на ваш взгляд, конкурентная обстановка на российском полиграфическом рынке и какие стратегии развития и действий на рынке на данный период для своей группы компаний выбрали на данный период вы?

— Обстановка скорее спокойная. Стратегия многих коллег остаётся прежней — демпинг. Более того, мы сами пару лет назад небольшой период работали так же, но однозначно хочу заверить: это путь в никуда.

Наша стратегия поведения остаётся прежней. Тезисно: клиенту должно быть удобно с нами, оперативность, внимание. Про качество даже не пишу, это как само собой разумеющееся.

— К трём площадкам «Майер» (две в СПб и одна в Москве) добавился новый офис. Расскажите о нём, пожалуйста. Оказывает ли он полиграфические услуги и в чём его концепция?

— За счёт консолидации мы сейчас имеем две площадки — одну новую в Москве и наше основное производство в Санкт-Петербурге. Москва самостоятельно оказывает услуги только цифровой и широкоформатной печати, по офсету Москва является отделом продаж Петербурга. В ближайшие несколько лет у нас в планах построить офсетное производство в Москве, и в этом случае мы просто переведём заказы на новую площадку.

— Есть ли на данный момент у «Майер» свободные производственные мощности и резерв по загрузке, чтобы принять больший объём заказов?

— Да, вы знаете, думаю, процентов 25–30 у нас ещё свободно. Это много и очень-очень хорошо.

— В то время как многие компании думают о сокращениях или как минимум об оптимизации штатов, вы постоянно публикуете на своих сайтах новые вакансии. В чём секрет?

— Мы также постоянно думаем об оптимизации. Мы полностью зависим от клиентов: есть проекты — есть команда, которая делает эти проекты. В компании сейчас 150 человек, если объёмы упадут, то снизится и размер штата, если объёмы вырастут, то максимально оперативно вырастет и команда.

— И в заключение... Как обстоят дела со «строительством в пределах Москвы или Московской области нового полиграфического производства. Совместные инвестиции по образцу производства в Санкт-Петербурге. Объём инвестиций от 100 млн рублей» и чего вы ждёте в ближайшей перспективе, что намерены предложить рынку, заказчикам и партнёрам?

— Как я и писал выше, мы планируем его строительство в ближайшие несколько лет. Первый шаг — офис в Москве — уже сделан. В планах построить серьёзное производство, которое будет на уровень выше того, что есть сейчас у нас и у большинства наших коллег по цеху. Ну и посмотрим, как будет развиваться рынок полиграфии в целом.

Интервью подготовил
Александр Шмаков

Лучшая в своём классе

Новая KBA Rapida 105 PRO с лучшим оснащением и большей автоматизацией

На профессиональной выставке Print China, которая состоялась с 7 по 12 апреля в Гуанджоу, КБА представил новую листовую офсетную машину среднего формата Rapida 105 PRO. Новинка позиционируется в сегменте высокой производительности между надёжной Rapida 105 и машиной High-End Rapida 106.

По сравнению с Rapida 105, которая будет выпускаться и дальше, новая машина имеет более высокую производственную скорость — 17 тысяч листов/час, увеличенный уже в стандарте формат листа — 740×1050 мм, более короткое время переналадки благодаря более высокому уровню автоматизации и новой интуитивной концепции обслуживания. Оснащение машины может быть сконфигурировано в соответствии с индивидуальными требованиями клиентов. КБА оценивает Rapida 105 PRO, которая базируется на Rapida 106 (её скорость составляет до 20 тысяч л/ч), как лучшую машину в своём классе, которая при этом имеет очень привлекательное соотношение «цена/производительность» и благодаря этому очень хорошие шансы на мировом рынке.

Самонаклад Rapida 105 PRO имеет обладает массой свойств preset-настроек.

Требования полиграфических предприятий к оборудованию за прошедшие годы существенно изменились. Рынок печатной продукции стал меньше, конкуренция усилилась. Того, чего раньше было достаточно в качестве стандарта, теперь уже мало. Поэтому КБА с новой машиной Rapida 105 PRO заново определяет промышленные стандарты в среднем формате.

Быстрая и автоматизированная смена заказов

Одной из важнейших отличительных черт Rapida 105 PRO являются полнофункциональные опции предварительных настроек Preset от самонаклада и печатных секций до приёмки. Таким образом, смена заказов становится проще и быстрее. Все настройки на самонакладе и приёмке могут быть сохранены для каждого конкретного заказа. Эти настройки можно использовать для предварительной регулировки Rapida 105 PRO при печати повторяющихся заказов или печати заказов с идентичным запечатываемым материалом. Это позволяет экономить время и расход бумаги.

Высокая автоматизация проявляется также и в других моментах. Для смены форм доступны автоматизированные системы — SAPC (смена в каждой печатной секции нажатием кнопки) и FAPC (полностью автоматическая смена во всех секциях за 2,8 минуты). В области устройств смывки Rapida 105 PRO может быть оснащена устройствами CleanTronic для смывки офсетного полотна, печатных цилиндров и красочных валиков. Опционально доступны DriveTronic SRW, CleanTronic Multi и CleanTronic UV. Благодаря функции Fast Clean возможно выполнение смывки валиков на более высокой скорости. Время смывки сокращается с четырёх минут до двух.

Приёмка отличается меньшим количеством элементов управления и функциями preset.

Красочные ящики EasyClean со специальным покрытием Antihaft позволяют сократить время очистки при смене краски. Кроме того, красочные ящики не имеют быстроизнашивающихся деталей. Отказ от плёнок в красочных ящиках позволяет избежать отклонений при регулировках и обеспечивает точное воспроизведение настроек красочных зон. Rapida известны своей быстротой реакции и низким количеством макулатуры. Сюда также можно добавить хорошо известную всем пользователям машин Rapida возможность отключения неиспользующихся красочных аппаратов. На Rapida 105 PRO действительно вращаются только нужные красочные аппараты. Это позволяет экономить электроэнергию, время смывки и смывочное средство, а также увеличивает срок службы красочных валиков.

Больше универсальности в оснащении

Rapida 105 PRO может быть оснащена десятью печатными секциями, переворотом листа, а также системой одинарного или двойного лакирования, что даёт огромные возможности в области конфигурации машин в соответствии с требованиями заказчиков. Помимо акцидентной печати имеется много интересных преимуществ и для упаковочной печати. К ним можно отнести, помимо возможности оснащения для любых вариантов лакирования, также возможность быстрой смены лакировальных форм, регулировку приводки в лакировальной секции с пульта управления, автоматическую очистку циркуляционного лакировального контура, а также ракельные камеры с гидропневматической регулировкой, что по достоинству смогут оценить многие упаковочные типографии. Кроме того, Rapida 105 PRO может быть оснащена системами «нон-стоп» на самонакладе и приёмке, вплоть до интеграции этих систем в стапельную логистику.

Специальные пакеты для различных областей применения

Для специальных областей применения предлагаются пакеты для печати на микрогофрокартоне, на пластике, на тонких бумагах и оснащение для технологии Inmould. Спектр запечатываемых материалов Rapida 105 PRO составляет от 0,04 до 1,6 мм. Система захватов не требует каких-либо регулировок при смене запечатываемого материала, что является очень важным преимуществом для сегодняшнего рынка, на котором высоко ценится универсальность. Дополнительные агрегаты, такие как рулонно-листовое устройство, секция перфорации и нумерационная секция, устройство для ирисовой печати или KBA ColdFoiler, делают Rapida 105 PRO по-настоящему универсальной машиной.

Увеличенный на 20 мм максимальный формат листа составляет теперь 740×1050 мм, что хорошо подходит прежде всего для упаковочных и этикеточных типографий. Благодаря специальным форматам 750×1050 или 780×1050 мм появляется возможность для размещения дополнительного ряда изделий на листе, а благодаря опции «маленькие контрольные шкалы» можно увеличить эффективный формат печати.

Новая интуитивная концепция обслуживания

Машины Rapida всегда были известны своим эргономичным обслуживанием. На Rapida 105 PRO концепция обслуживания машины для печатника стала ещё проще. Все функции машины управляются с помощью

Система сушки VariDryBLUE.

сенсорного монитора максимум двумя касаниями. Клавиатуры на пульте управления ErgoTronic Rapida 105 PRO попросту больше нет. Интуитивные иконки облегчают печатникам процесс перехода на новую технику и обучения работы с ней.

Новая программа JobAccess даёт возможность для экономии времени переналадки до 50%. Новые функции для построения красочного профиля позволяют снизить количество макулатуры. Список заказов с предварительными картинками и функциями оптимизации последовательности заказов дают дополнительный резерв для ускорения перехода машины с тиража на тираж. Помимо этого, для Rapida 105 PRO доступны все системы измерения и регулировки, такие как, например, KBA QualiTronic ColorControl. Эта самая быстрая система измерения и регулировки на рынке измеряет каждый лист и регулирует каждый десятый лист. Эта система работает гораздо быстрее, чем все остальные системы, представленные на рынке.

Технологии сушки HR и LED

Помимо экономии расхода бумаги, благодаря перечисленным выше возможностям автоматизации, Rapida 105 PRO даёт существенные преимущества в области эффективного использования электроэнергии с системами сушки VariDryBLUE. Благодаря повторному использованию нагретого воздуха потребность в электроэнергии сокращается до 50%. Кроме того, снижается объём отводимого воздуха. Энергия именно используется, а не тратится. Это вносит существенный вклад в защиту окружающей среды. КБА предлагает для всех серий машин Rapida энергосберегающие технологии сушки HR-UV или LED-UV, которые могут применяться и на Rapida 105 PRO и обеспечивают немедленную послепечатную обработку. Технологию LED-сушки отличает также более длительный срок службы излучателей, низкий уровень переноса тепла в запечатываемый материал, преимущества в области послепечатной обработки и существенно более высокое качество печати на натуральных бумагах.

Официальное представление машины в июне

Благодаря скорости печати 17 тысяч л/ч Rapida 105 PRO принадлежит к высокопроизводительному классу машин и оставляет далеко позади многие машины в этом форматном классе.

В рамках международного дня открытых дверей, который пройдёт на заводе КБА в Радебойле с 24 по 26 июня, новая Rapida 105 PRO будет официально представлена полиграфической общественности. Но протестировать эту машину и сделать выбор в пользу этой машины среднего формата из Саксонии вы можете уже сегодня.

Специальное покрытие без использования плёнок в красочных ящиках делает смену краски быстрой и простой.

Новая интуитивная концепция облуживания с помощью сенсорного монитора на пульте управления соответствует самым современным тенденциям.

Навстречу ярким идеям!

СПб., Б. Сампсониевский пр.
д. 60, литера М
www.diton.ru

DITON
типография

8 (812) 333-15-41
8 (812) 333-15-42
diton@diton.ru

Koenig & Bauer представил годовой отчёт за 2014 год

Оборот в соответствии с планом и положительный финансовый результат

Koenig & Bauer AG представил цифры концерна за 2014 год. Оборот составил 1,1 млрд евро. По результатам года видны первые положительные эффекты от реструктуризации концерна, проведённой в начале 2014 года. Если до начала программы реструктуризации концерном был получен убыток в размере 155 млн евро, то в 2014 году наблюдаются позитивные финансовые результаты как в сегменте листовых машин, так и в сегменте рулонных и специальных машин.

Поток заказов в 2014 финансовом году из-за многочисленных политических конфликтов по всему миру, а также вследствие плохой конъюнктуры в разных частях Европы и в значимых развивающихся странах подвергся влиянию многочисленных внешних негативных эффектов. Поскольку развитие в листовой области было благоприятным, здесь отмечается рост потока заказов с 608,0 до 610,1 млн евро в большей части за счёт сильных позиций концерна в области печати упаковки. Одновременно тенденция падения спроса в области газетной и коммерческой печати продолжилась, и мы наблюдаем снижение потока заказов по сравнению с предыдущим годом на 14,2 % до 346,8 млн евро. В целом рост заказов в листовой области не компенсировал потери в области рулонных и специальных машин, и новые заказы концерна составили 956,9 млн евро, что на 5,5 % ниже уровня предыдущего года.

В рамках программы реструктуризации Fit@All правление провело необходимые мероприятия, и необходимые меры уже в большей степени реализованы: они должны быть завершены в зависимости от ситуации на сокращающихся рынках, таких как газетная и коммерческая печать. Благодаря этому правление ожидает стабильную загрузку и поступление заказов для этих бизнес-направлений.

Поставки в страны Европы (за исключением Германии) выросли до 17,8% и составили 389,8 млн евро, доля этого региона в обороте концерна выросла с 30,1 до 35,5%. Северная Америка принесла 117,6 млн евро, или же 10,7% от оборота по сравнению с 12,8% в предыдущем году. Развивающиеся рынки Латинской Америки и Африки составили 13,5% от оборота, что примерно соответствует уровню предыдущего года. Оборот в регионе Азия/Океания снизился из-за спада конъюнктуры в Китае и плохой конъюнктуры в Таиланде и составил 263,4 млн евро, а квота региона в обороте концерна — с 27,4 до 23,9%.

Подготовка новой структуры компании

В рамках реструктуризации правление готовится к переходу от функциональной к дивизиональной структуре бизнеса. В основе этого перехода лежит ориентация на большую прозрачность, ясная ответственность менеджмента и постановка целей, нетерпимость к убыткам, отсутствие перекрёстного субсидирования, а также использование капитальных вложений по стратегическим целям. Новая структура должна быть представлена на общем собрании акционеров 21 мая 2015 года и может задним числом вступить в силу с 1 января.

В новой структуре компании Koenig & Bauer AG выступает как холдинг с центральными функциями. Под его крышей будут работать оперативные бизнес-единицы «Листовой офсет» (KBA-Sheetfed Solutions), «Цифровая печать и рулонная печать» (KBA-Digital & Web Solutions), а также единая производственная база, распределённая по заводам (KBA-Industrial Solu-tions). Бизнес-единицы будут иметь правовую форму акционерных обществ или обществ с ограниченной ответственностью. KBA-NotaSys, отвечающая за защищённую печать, так же как и KBA-MetalPrint, KBA-MePrint, KBA-Metronic, KBA-Kammann и KBA-Flexotecnica, будут консолидированы в новый сегмент «Специальные машины».

Новая бизнес-единица KBA-Industrial Solutions предлагает современные инструменты для литья и точной комплексной обработки больших деталей, в том числе и сторонним предприятиям.

Прогноз 2015: аналогичный оборот с прибылью

Учитывая многие неопределённости в мировой экономике, КБА не предполагает в 2015 году существенного роста рынка печатных машин. Менеджмент компании видит потенциал роста прежде всего в цифровой и упаковочной печати. При этом в сегменте цифровой печати КБА хочет сконцентрироваться на применении дорогих материалов и бумаги большой ширины. Для этого в отчётном периоде были разработаны универсальные платформы RotaJET L и RotaJET VL. Кроме того, компания ожидает первых положительных импульсов от партнёрства с Hewlett Packard (HP) в области совместной разработки струйных машин для цифровой печати упаковки.

В растущем сегменте упаковки группа КБА уже имеет лидирующие позиции в области печати на картоне, на жести и в области прямой печати на стекле. Интеграция производителя машин для печати гибкой упаковки KBA-Flexotecnica должна ещё больше усилить позиции компании на упаковочном рынке. KBA-Kammann концентрируется на машинах для декорирования стекла в премиум-сегменте и кооперируется с KBA-MePrint в области новых разработок для печати высококачественных этикеток. KBA-Metronic ожидает дальнейшего роста спроса на свою продукцию в Азии. Благодаря этому концерн планирует также увеличить свой оборот как в области сервиса, так и в области продаж.

К концу 2015 года, в рамках завершения программы реструктуризации, правление больше не планирует привлечение дополнительных специальных областей. При этом благодаря проведённым мероприятиям планируется дальнейшее повышение ликвидности компании. В случае сохранения определённых рыночных условий правление планирует достичь в 2015 году оборота более 1 млрд евро и ожидает по сравнению с 2014 годом рост прибыли EBT до 2 % от оборота.

В настоящее время руководство компании другие высказывания относительно 2015 года не планирует — вследствие нестабильности экономической и политической среды и большим количеством факторов неопределённости.

Специальные предложения по рекламе для участников выставок:

RosUpack printech

Просто пришлите заявку на адрес pr@press.spb.ru и вы получите полный пакет предложений.

ПОЛЕЗНАЯ АРИФМЕТИКА

Этот модуль стоит всего 9000 ₽

Предложение включает публикацию модуля в одном номере до конца года.

включая доставку 500 экз в персональных конвертах.

Стоимость дополнительных вложений зависит от их веса.

КОНТАКТ: PR@PRESS.SPB.RU, +7 951 646-09-12

ВИЗИТКИ ОНЛАЙН

в Санкт-Петербурге № 1

100 визиток всего за 250 рублей

Более 500 красивых шаблонов

Срок изготовления от 1 часа

Click to print www.Click-to-Print.ru

WWW.PRESS.SPB.RU

ЕДИНЫЙ ПОРТАЛ, ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ

Оптимальная схема распространения:

подписка, рассылка, развозка, выкладка в свободном доступе.

Курьерская доставка

руководителям компаний и рекламных агентств в персональных конвертах.

Возможность вложений

в конверты вашей рекламной продукции.

Публикация на сайте

ваших новостей, вышедших материалов и рекламных модулей.

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ И РЕЕСТР И РЕКЛАМНЫХ КОМПАНИЙ СПБ

Реестр полиграфических и рекламных компаний

Реестр отличает удобное для пользователей представление информации:

- возможность сортировки по полям (по названию компании, по ст. метро, по услугам);
- возможность поиска внутри таблицы (будут выведены только те компании, у которых встречаются ключевые слова);

Реестр доступен для работы с ним с любого компьютера, планшета или смартфона.

- возможность выделений внутри таблицы;
- по клику на логотип возможно открытие отдельной презентационной страницы, где мы можем разместить любую информацию, прайс-листы, фотогалереи, видео, новости и т. д.

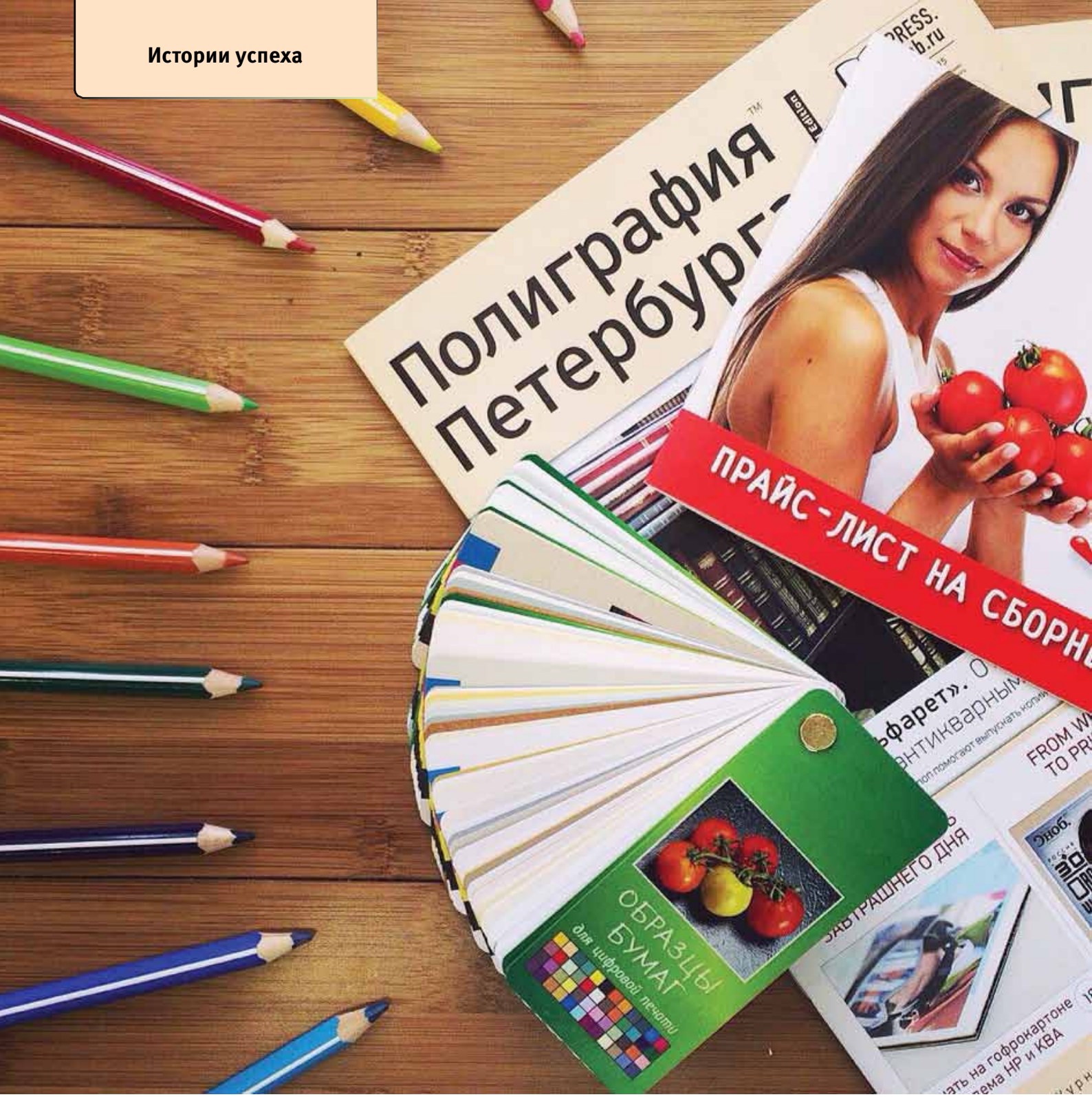
Разработка интерактивных проектов и веб-сайтов для продвижения вашего бизнеса:

каталоги товаров и услуг, презентации, сайты и другие интерактивные решения.

Сайты отображаются на любом устройстве:

компьютер, Mac, PC, планшет, смартфон, iPhone, iPad и пр.

pr@press.spb.ru
8 951 646-09-12
8 960 232-02-63
8 (812) 335-36-78



Не бумага красит открытку?

Очень даже бумага, но не только!

Вот и пришло оно! Самое долгожданное, волшебное, яркое, удивительное и тёплое время года. А это значит, что у нас, полиграфистов, начинается сезон самых интересных и сложных заказов. Большинство пар предпочитают для одного из важнейших событий в своей жизни — свадьбы — именно тёплое время. Да и яркие вечеринки на свежем воздухе проводят при хорошей погоде.

В последнее время все стараются как можно серьёзнее подходить к оформлению торжеств любого плана. Особенное внимание уделяется мелочам. Ведь они и создают атмосферу настоящего праздника.

Будь то приглашения на свадьбу или день рождения, поздравительные открытки, карточки рассадки гостей, гирлянды-растяжки, мини-флажки для украшения блюд, этикетки на бутылки, наклейки и т. д. — к любому элементу нужно отнестись внимательно. Есть несколько составляющих для того, чтобы результат получился достойный.

Во-первых, очень важно, чтобы вам повезло с дизайнером, ваши идеи гармонично совпали. Если вы сами дизайнер, мы вас поздравляем от души, это реально хорошо. Качественный макет — 40% успеха.

Во-вторых, удача должна сопутствовать и при поиске типографии. Пожалуй, самое сложное это найти производство и менеджера, которые поймут вас в полной мере и сделают именно то, что вы хотите увидеть. Или даже лучше.

Пусть нескромно, но очень правдиво будет заявить, что типография «Помидор» вот уже несколько лет успешно справляется с самыми сложными заданиями наших требовательных заказчиков. Мы поможем разрешить часто встречаемые затруднения при заказе праздничной полиграфии.

Бумага

Глаза разбегаются от количества разных материалов для цифровой печати (если мы говорим о небольших тиражах). Это и гладкие бумаги с перламутровым покрытием, и фактурные картоны, «золотые», имитирующие крафт или дерево, «металлические», различные кальки... Последние, кстати, очень интересно смотрятся в качестве вкладышей.

Пара реальных примеров

Многие знают, что цифровая машина не печатает золотым цветом. Мы с нашими клиентами нашли выход — сделать запечатку на специальной бумаге по всей площади, оставив незапечатанной ту область, которая должна быть золотой. Вуаля — золотые буквы!

Или... клиентам было необходимо выделить ту или иную незапечатанную область изделия «как лаком». Но цены на выборочное покрытие УФ-лаком кусаются. И в таких случаях может выручить цифровая машина с функцией печати прозрачным тонером. Это, конечно, не точная копия лакирования, но альтернатива вполне бюджетная и выглядит очень эффектно, особенно на матовой бумаге.

В общем, и у сложных задач всегда есть простое решение.

Лаконично, стильно, необычно — такая формула, как правило, самая популярная и успешная в создании праздничной полиграфии.

Резка, формы и всё такое

После печати следует резка. Она может быть прямая, но для отдельных видов изделий это скучно. При необходимости получить фигурные края, нестандартную форму, вырезные элементы внутри изделия — не обязательно использовать вырубку. Это дорого и долго, если необходимо заказывать штамп. Лучше использовать контурную и лазерную резку.

Контурный раскройщик — интересная и способная штука. Бумаги, картоны и виниловые магниты режет очень качественно. Совсем недавно из-под его ножа у нас вышли необычные приглашения на свадьбу с рельефными краями, а также очаровательная бирочка для комплекта. К слову, настольные флажки, которые потом крепятся на древко, тоже можно сделать с помощью контурника. Только палочками для флажков надо запастись заранее.

Лазерную резку чаще всего заказывают для визиток или открыток, особенно стильно это выглядит в сочетании с плотной коричневой или бежевой бумагой. Этот вид обработки оставляет немного коричневатый цвет «обугливания», что не подойдёт, к примеру, для бумаги «Маджестик».

Ручные работы

Их не избежать. Люверсы сами не поставятся и ленточки не завяжутся. Кроме этого, к «рукодельным» работам можно отнести склеивание деталей, сборку изделия (если это коробочка, например), вкладывание одной части в другую (кальки в приглашение, открыток в обёртку), а также всё то, что машина не сделает за человека... Вы можете заняться ручными работами самостоятельно, тем более что это всегда интересно. Или эти задачи могут выполнить наши специалисты.

Праздничная полиграфия — это всегда индивидуальный заказ повышенной сложности, на обсуждение которого порой тратится гораздо больше времени, чем на само изготовление. У вас свадьба через неделю, а ещё ничего не готово? До боли знакомая, но легко разрешимая ситуация для «Помидора»! Так что, welcome в наш уютный офис! Здесь и обсудим все детали.

P. S. И всё-таки зря мы рубили с плеча насчёт вырубки. Если подходящий фигурный штамп есть в наличии у типографии, то это и недолго, и недорого. Это красиво. Требуйте каталог готовых штампов для вырубки при знакомстве с типографией.

Татьяна Шутова, типография «Помидор»

ИСКУССТВО ДЕЛАТЬ КНИГИ

[подарочные издания]

ТИПОГРАФИЯ
[НП ПРИНТ]

Санкт-Петербург, Чкаловский пр., дом 15
тел./факс: (812) 325 22 97, 320 80 38
office@np-print.ru www.np-print.ru

Печатная продукция не заставляет наш мозг кипеть

Почему, читая печатный текст, мы реагируем не так, как при чтении текста с экрана?

Для потребителя чтение с экрана и чтение на бумаге требует различных когнитивных навыков, что может вылиться как в понимание вашего послания, так и в полное его игнорирование. Так почему же, читая печатный текст, мы реагируем не так, как при чтении текста с экрана?

Лучшим способом для понимания того, как по-разному реагирует наш мозг, когда мы читаем печатный текст или текст с экрана, а также почему это важно, будет создание параллельной вселенной, где правила веб-дизайна распространяются на журналы.

Предположим, вы открыли печатную версию журнала на конкретной странице в поисках вашего любимого автора, излагающего мнение по близкой вам теме. Найдя нужную страницу, вы обнаруживаете, что искомой статьи там нет. Вместо этого перед вами появляется маленькая голубая чёрточка, ползущая по верхней части страницы. По завершении этого тяжёлого путешествия вам предлагается не ожидавшаяся вами увлекательная и заставляющая задуматься проза, а реклама автомобиля. Для того чтобы избавиться от рекламы, придётся кликнуть по ней раз, а то и два. Реклама исчезает, и вы начинаете увлечённо читать материал, но тут ваш взгляд отвлекают несколько информационных вставок о темах других колонок и блогов, а также перечень десятка вышибающих самую крупную слезу спортивных травм. Какую-то долю секунды вы колеблетесь, а потом всё же возвращаетесь к статье и через пару абзацев обнаруживаете, что для продолжения чтения вам придётся произвести какие-то дополнительные манипуляции со страницей. А полное замешательство наступает тогда, когда не замеченное вами в углу страницы видео оживает и начинает говорить.

Переналадка мозга

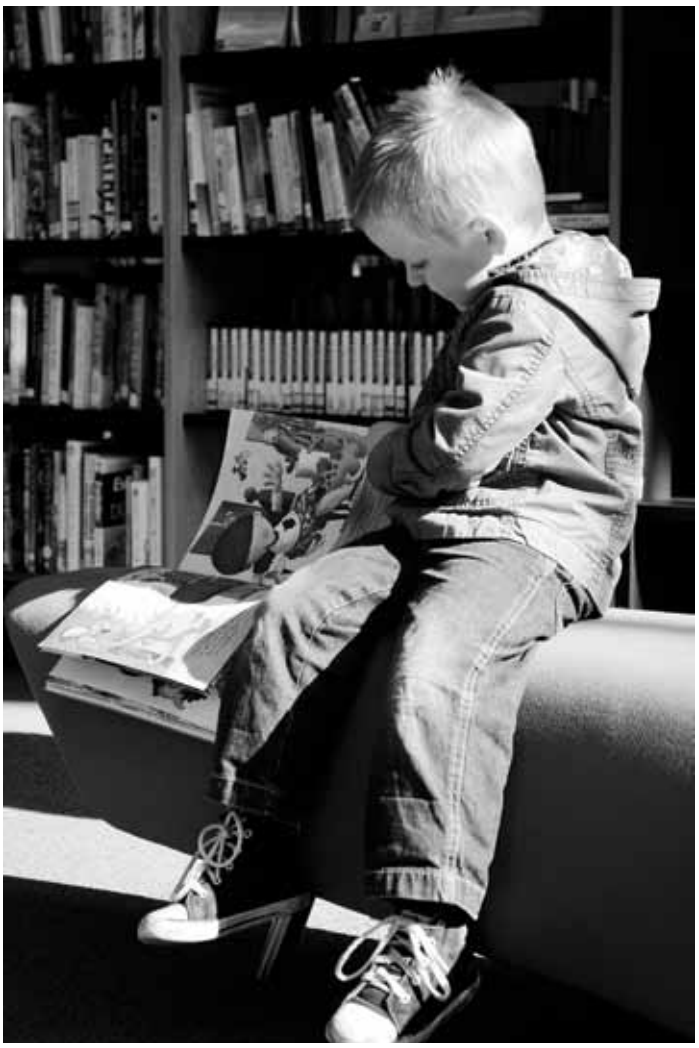
По отдельности веб-сайты, огорошивающие читателя внезапным вбросом информации, кажутся раздражающим недоразумением. Все вместе они вмешиваются в системы, созданные нашим мозгом для чтения. Вот почему исследования раз за разом показывают, что при чтении с экрана мы с гораздо большей вероятностью не поймём текст, да ещё и находим процесс чтения более стрессовым (Американская ассоциация оптометристов официально признаёт существование синдрома компьютерного зрения. — *Прим. ред.*), при этом мы гораздо легче отвлекаемся, обычно меняя задания компьютеру каждые три минуты.

По отдельности веб-сайты, огорошивающие читателя внезапным вбросом информации, кажутся раздражающим недоразумением. Все вместе они вмешиваются в системы, созданные нашим мозгом для чтения.

Сегодня в печати открыто говорится о том, что мозг может изменяться под влиянием всевозможных факторов — от добрачного секса до курения. Однако заместитель директора Института когнитивной нейробиологии Университетского колледжа Лондона (UCL) профессор Софи Скотт (Sophie Scott) говорит, что как раз на чтение этот стереотип не распространяется. «Нас нужно учить читать, — говорит она. — Мы также учимся говорить, но нас этому не нужно учить. А чтение (в том, как это работает в голове) является пассивной функцией речи — вот почему люди с плохим слухом трудно осваивают чтение. Но мы до сих пор многого не знаем о том, как чтение влияет на мозг. Например, мы не знаем, почему не умеющим читать людям трудно изображать линии, но не считать».

Так как человечество начало читать всего только за 4000 лет до н. э., это искусство, к которому наш мозг не был приспособлен от природы. Поэтому он экспромтом создавал свои собственные системы чтения на нервных тканях, предназначенных для других способностей, таких как речь, двигательная координация и зрение. «Когда вы читаете, больше всего времени и объёма когнитивной обработки текста приходится на перевод взгляда с прочитанного слова на следующее, — говорит Скотт. — Мы не останавливаемся на служебных словах; тесты показывают, что нам сложно вспомнить, сколько раз в прочитанном параграфе появлялись «и» или определённый артикль, а концентрируемся на ключевых словах».

Это работает, так как мозг очень хорошо оценивает и прогнозирует текст. «Подумайте о том, как вы читаете книгу, как мало вы двигаетесь, как вы держите книгу на определённом, наиболее комфортном для ваших глаз расстоянии, как вы подсознательно переводите взгляд по развороту книги сверху вниз и слева направо, как вы не глядя перелистываете страницу и как обязательно помните, на каком месте в тексте вы остановились. Другими словами, вы знаете, сколько прочитали и сколько вам осталось прочесть», — продолжает Скотт.



Предсказуемое знание шрифта освобождает наш мозг для важных дел: концентрации на трудных словах, обдумывании текста и его понимании. Исследование Лестерского университета выявило, что даже когда студенты читали электронные книги — как правило, добросовестно копирующие печатную продукцию — им требовалось чаще, чем в печатном варианте, перечитывать текст, чтобы воспринять ту же информацию, а читавшие печатные книги усваивали материал более глубоко. По словам Кейт Гарланд (Kate Garland), преподавателя психологии в Лестере, студенты, читавшие печатные учебники, скорее знали, чем зазубривали, а знать — лучше, так как в этом случае в памяти легче и быстрее восстанавливаются основные моменты.

Лёгкость чтения

Издатели книг, журналов или газет за столетия довели до совершенства искусство делать чтение лёгким. «Посмотрите, как усовершенствовалась книга, — объясняет Скотт. — В первых публикациях даже не было пропусков между словами, но сегодня они применяют вёрстку, межстрочный интервал и другие знаки разметки для того, чтобы читать нам было легче. То же вы видите и в газетах: они идеально выстроены для наших глаз — с крупным шрифтом, узкими столбцами и большими интервалами между словами».

Первый веб-сайт появился только в 1991 году, и Джейкоб Нильсен (Jakob Nielsen), гуру сетевой эргономики, признаёт, что интернет всё ещё не решил проблему создания лёгкого для мозга электронного чтения. В своём худшем варианте веб-сайты подстрекают нас предаться двум разновидностям плохого чтения: с резким сужением поля зрения, когда мы фиксируем взгляд на одном куске текста или на ключевом слове, и с периферийным зрением, где нас отвлекают ссылки на другие блоги, призывы одним кликом выиграть заманчивый приз, а также общим ощущением необходимости поторопиться и скорее приступить к следующей загрузке.

Непредсказуемость начинается с началом чтения первой строки на экране. Часто мы не получаем, как при чтении на бумаге, сигналов, говорящих о длине текста. При чтении с монитора или планшета, сообщение о получении почты может привести к тому, что мы потеряем место, на котором прервали чтение, а скроллинг (прокрутка) дезориентирует. Как следствие, наш мозг становится, по выражению Скотт, непривязанным. Далее мы должны осознанно решить, хотим ли продолжать чтение, и в одном исследовании сообщается, что 35% из нас этого делать не хотят. Непредсказуемость растёт в геометрической прогрессии, если мы читаем с экрана нашего мобильника: Нильсен считает, что в этом случае мы запоминаем только 48% от того, что запоминается при чтении с монитора.

Тупеем ли мы от интернета?

Исследование UCL в образовательных учреждениях Великобритании выявило, что многие интерактивные пользователи сети используют так называемый мощный просмотр: внимательно изучают заголовки, страницы с оглавлением и краткие рекомендации по быстрому выигрышу различных призов. После одной-двух страниц они прекращали чтение и редко возвращались даже к статьям, на которых ими были сделаны закладки.

Эти выводы подтверждаются технологическим институтом Technon-Israel, обнаружившим, что пользователи сети реже ставят перед собой конкретные задачи, реже перечитывают трудные разделы текста или проверяют, поняли ли они прочитанное; и, что тревожит, слишком уверены в том, что они, по их мнению, знают. Но значит ли это, как убеждают некоторые специалисты, что интернет отупляет нас? Скотт с иронией воспринимает эти высказывания, указывая на то, что большинство открытий в средствах общения встречались зловещими предупреждениями о том, что людей оболванивают. В диалогах Платона Сократ предупреждал, что письменность приведёт к появлению людей, которые будут «скучными собеседниками, с печатью мудрости», что на самом деле не соответствует действительности. В XV столетии итальянский гуманист Иеронимо Скарциафико (Hieronimo Squarciafico) опасался, что печатный пресс Гутенберга «ослабит умственные способности человека». Сегодня, по словам Скотт, многие из нас используют Google как дополнение к памяти, но в этом вряд ли отыщется что-то новое — мы пользуемся памятками с тех пор, как нанесли первые рисунки на стены пещеры.

Сознательный выбор

Печать против электроники не является игрой, в которой побеждает кто-то один. Известный вирусный ролик «Журнал — это неработающий интернет-планшет (iPad)», в котором годовалая девочка отталкивает журнал с деланным отвращением, потому что он не работает, как её планшетник, говорит столько же о будущем СМИ, сколько музыкальная группа новой волны Kajagoogoo может сказать о рок-н-ролле.

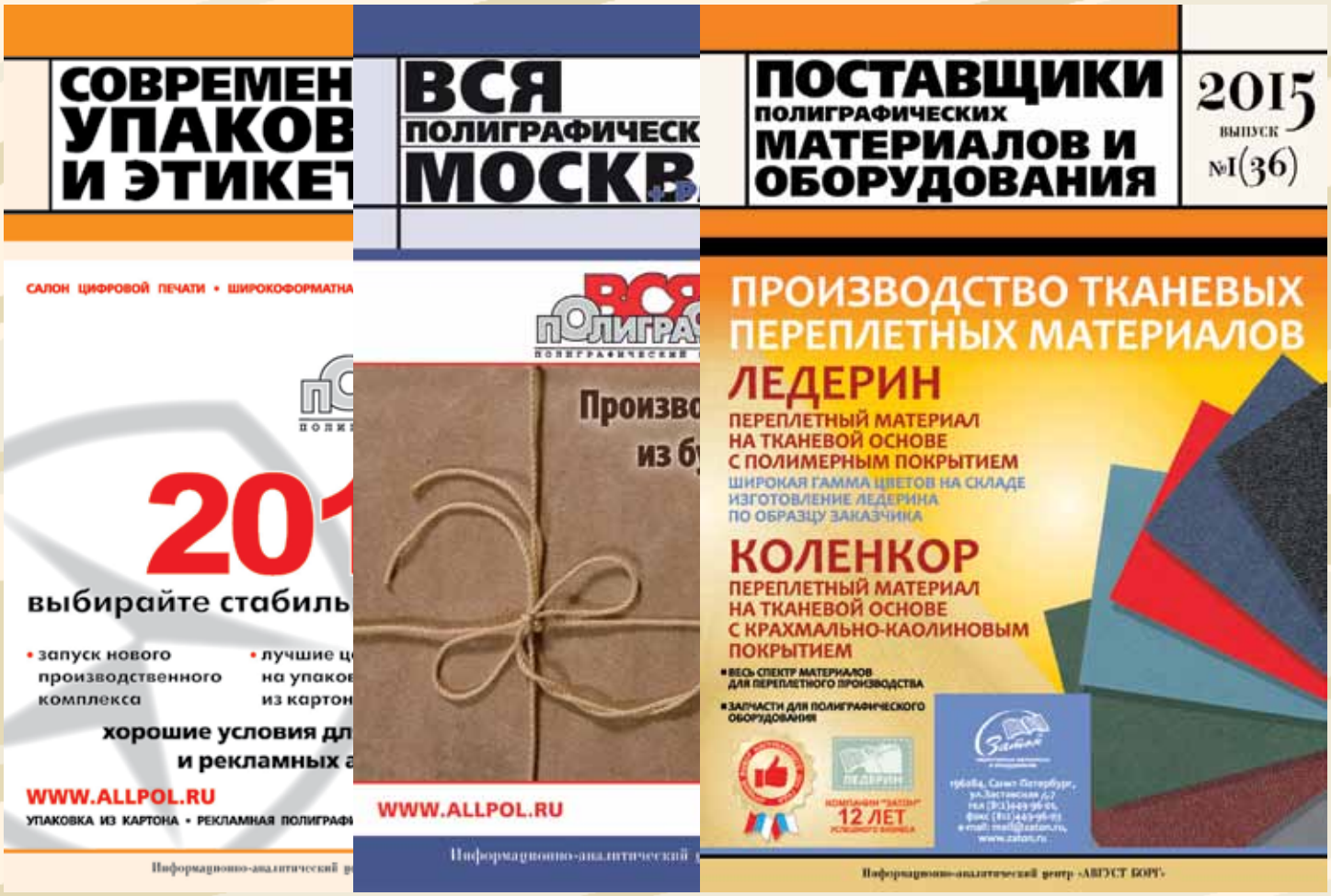
Пока в борьбе за выживание веб-сайты яростно соревнуются в производстве заковыристого контента, печать сохраняет несравненную способность успешно доводить до понимания сложные идеи и предоставлять читателю время и пространство для осмысливания содержащейся в печатных текстах информации. Результаты исследований говорят о том, что мы осознанно ценим вес, запах и осязательность печатной продукции, а подсознательно — ещё и тот факт, что она не заставляет наш мозг кипеть.

Автор: Пол Симпсон (Paul Simpson) | Print Power
Перевод Содружества бумажных оптовиков
Печатается в сокращении
Оригинал: Are you substituting flicking through by scanning? Brain & reading | Print Power, July 2014

AUGUST BORG

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР

Ведущее издательство
справочной литературы о полиграфии
в России



Анкеты для бесплатного размещения информации о Вашей компании на www.print-poisk.ru

Тел.: (495) 787-0677, (963) 750-7780

iac@augustborg.ru

Что покажет RosUpack?

В этом году упаковочная выставка RosUpack отмечает своё двадцатилетие. По историческим меркам немного, но сколько перемен за эти двадцать лет произошло в нашем отечестве и во всём мире! Все эти перемены откладывают свой отпечаток и на выставку, которую часто именуют зеркалом упаковочной отрасли.

Это так. Отрасли «честное зерцало». Автору этих строк приходилось более или менее регулярно посещать RosUpack с 2000 года. Ещё помнятся залы, битком забитые печатными машинами всевозможных калибров, огромными агрегатами для печати по гофрокартону. Разнообразное оборудование всегда интересно в работе на выставках, особенно если его больше, чем пушек в знаменитом питерском артиллерийском музее. И каждый раз на выставке RosUpack что-то менялось, новая чем-то отличалась от предыдущей. Она не бывает одной и той же, как река, в которую, как известно, невозможно войти дважды.

Как пройдёт RosUpack в этом году? Есть определённая тревога, связанная со сложившейся международной ситуацией, враждебным давлением извне на нашу экономику. Но, с другой стороны, как справедливо отмечает эксперт нашего портала Unipack.Ru Владимир Ульянов, двадцать лет назад выставка RosUpack начинала свою деятельность во времена ненамного лучшие, чем сейчас. А в результате превратилась в ведущую выставку упаковочной отрасли на постсоветском пространстве.

В этом году в выставке RosUpack принимают участие более пятисот компаний из тридцати стран мира, в том числе Великобритании, Германии, Франции, Италии, Испании, Турции, Финляндии, Швейцарии, США, Франции и Бельгии. Двадцать компаний участвуют в выставке впервые. Ожидается, что экспомероприятие посетят 19 тысяч гостей, представляющих различные секторы отрасли. В общем, по цифрам всё выглядит вполне и даже очень.

Немного о тенденциях

В последнее время на выставках и у нас, и за рубежом можно заметить тягу организаторов к возможно большему раскрытию основной темы, то есть максимально возможному охвату отрасли. Проявляется она двумя способами.

Во-первых, это одновременное проведение нескольких выставок, чаще всего смежных отраслей. Особенно ярко это проявилось на недавней миланской упаковочной выставке Ipack-Ima 2015, которая прошла одновременно с выставками Meat-Tech, Dairytech, Fruit Innovation, Intralogistica Italia и Converflex. По названиям виден, как сейчас модно на Западе говорить, «мультиформат». Тут и упаковка, и мясная и молочная индустрии, и переработка фруктов, и логистика, и обработка упаковочных материалов. И всё это проходило в одно время с всемирной выставкой Expo! Это охват! Места на парковках рекомендовали выкупать заранее через сайт организаторов выставки, иначе можно было остаться с носом.

В этом смысле RosUpack, при том что она в принципе самодостаточна и включает в себя множество разных разделов, тоже не исключение. Она состоится параллельно с новой выставкой Printech, которая пришла на смену известному полиграфистам «Полиграфинтеру». Это представляется очень логичным. Printech — международная выставка оборудования, материалов и технологий для печатного и рекламного производства. А как известно, в современной полиграфии доля печати упаковки и этикеток постоянно растёт. В Европе выпуск упаковочной и этикеточной продукции составляет 42% от общего оборота (данные Pira за 2012 год). И здесь интересны последние данные немецкого объединения полиграфистов BVDM относительно количества учеников производственного обучения в отрасли за 2014 год. Количество учеников, прошедших производственное обучение по специальности «медиатехнолог печати» (печатник по-нашему), сократилось на 2,18%. Снижение числа получивших специальность «медиатехнолог трафаретной печати» составило менее 1%. На специальность «медиатехнолог послепечатной обработки» пришло лишь на два человека больше (в 2014 году — 287 человек, в 2013-м — 285). Зато по специальности «технолог упаковочных средств» (Packmitteltechnologe) количество обучающихся увеличилось на 3,22%. Таким образом, общий прирост числа учащихся в области послепечатной обработки и упаковки составил 4,86%. Это говорит о приоритетах в немецкой полиграфии.

Также и в России: доля упаковочной печати растёт. Поэтому совершенно правильно свести сестёр-близнецов – полиграфию и упаковку – в одном месте и в одно время. Одно дополнит другое.

Во-вторых, это реальная демонстрация производителями на своих стендах не только своего упаковочного оборудования, но и техники из других отраслей, сочетаемой с демонстрируемой. На выставке Interpack в прошлом году мы наблюдали подобные вещи. Например, немецкая компания Windmöller & Hölscher показала на своём стенде не только упаковочную машину FFS, но также палетизатор Platinum и систему для упаковки палет в плёночный рукав (stretch hood). Логично, если на выставке RosUpack будут стенды, где наряду с упаковочным будет представлено также технологическое оборудование, — или собственного производства, или из арсенала партнёров. Как известно, производители продуктов питания принадлежат к числу основных потребителей и заказчиков упаковки.

По данным за 2011 год, пищевая упаковка в мировом объёме производства составляла 40%. Почему бы и не показать пищевое оборудование, которое сочетается или может работать в линию с упаковочным? И тому есть примеры. Так, в ассортименте компании «Мерпаса», которая также примет участие в RosUpack 2015, появилась техника производства голландской фирмы Foodmate, в частности машина Maxima для обвалки куриных грудок, которые потом упаковывают в лотки для продажи. Машина способна обрабатывать до 3000 грудок в час.

Это отражает уже реально наметившуюся тенденцию к сотрудничеству компаний, производящих упаковочное и технологическое оборудование. По мнению Владимира Ульянова, одной из современных тенденций в пищевой индустрии является принцип комплексного оснащения или переоснащения предприятий. Пищевое производство сейчас немыслимо без надёжной упаковки. Эксперт считает: «Модульное построение технологического, в том числе упаковочного оборудования;

совместная деятельность компаний по производству техники; комплексный подход по оснащению производства – вот три источника нового подхода к комплектованию производственных линий пищевых производств». Некоторые производители сейчас предлагают большую часть оборудования, которое может потребоваться предприятию. Ожидать этого можно от крупных машиностроительных компаний. Владимир Ульянов считает: «Больше надежд было на упаковщиков, что в итоге и произошло. И это неудивительно. Развитие упаковочных технологий происходит интенсивнее и смелее. Появление новых технологий тоже чаще происходит именно в этом секторе пищевого производства». И естественно, что на выставке для представителей пищевой индустрии найдётся немало интересного: здесь будет представлено фасовочное и упаковочное оборудование для пищевых продуктов, упаковочные материалы и готовая упаковка, транспортная тара, плёнки, вёдра и фляги, складское оборудование, штабелеры и погрузчики, ящики, лотки и многое другое.

Российская компания «Нотис», например, представит высокотехнологичное оборудование для дозирования и упаковки сыпучих, пылящих, замороженных, штучных пищевых и непищевых продуктов. Итальянская Sacmi — интегрированные решения под ключ для индустрии по выпуску напитков. В ассортимент её продукции входит различное оборудование — от машин для производства колпачков и преформ до техники, предназначенной для формирования палет с готовой продукцией, включая машины для выдува тары с растягиванием, оборудование для розлива и этикетирования, а также инспекционные системы для контроля качества продукции. Компания Milliken, один из ведущих мировых поставщиков добавок к полиолефинам, представит на выставке RosUpack 2015 в Москве достоинства применения упаковки из сверхпрозрачного полипропилена, осветлённого с использованием веществ серии Millad NX 8000.

О разнообразии экспозиции RosUpack говорят названия её разделов: «Оборудование», «Готовая упаковка и этикетка», «Групповая упаковка и складские системы», «Сырьё и материалы». Как всегда, ожидается, что на выставке будет множество компаний, представляющих новогоднюю упаковку. Это давняя примета RosUpack: солнце, жара, июнь и новогоднее настроение, яркие краски рождественской ярмарки на стендах производителей упаковки. Как говорится, готовь сани летом…

Не обошли вниманием организаторы выставки RosUpack 2015 и общую тенденцию – заботу о сохранении окружающей среды. Это подтверждается тем фактом, что официальные пакеты выставки RosUpack 2015 будут изготовлены из экологически чистых материалов компанией «Нью Пак». Для их производства используется крафт-бумага — прочный материал, изготовленный из древесины российских, финских и шведских лесов, его плотность составляет от 80 до 150 г/м^2.

Увидим мы на выставке RosUpack и производителей бумаги, картона и продукции из них. Так, после прошлогоднего успешного дебюта на упаковочной выставке международная группа по производству упаковочных материалов и бумаги Mondi привезёт в Москву широкий ассортимент своей продукции. Компания представит как уже зарекомендовавшую себя, так и новую продукцию, в том числе тарный картон, специализированную крафт-бумагу, промышленные мешки, экструзионные покрытия, материалы со специальным покрытием, упаковку для потребительских товаров и немелованную белую бумагу. ГК «ГОТЭК» представит новинки и традиционные виды упаковочных решений, производимых предприятиями группы: упаковка из картона с флексографской и офсетной печатью, упаковка из формованной бумаги и гибкие упаковочные материалы.

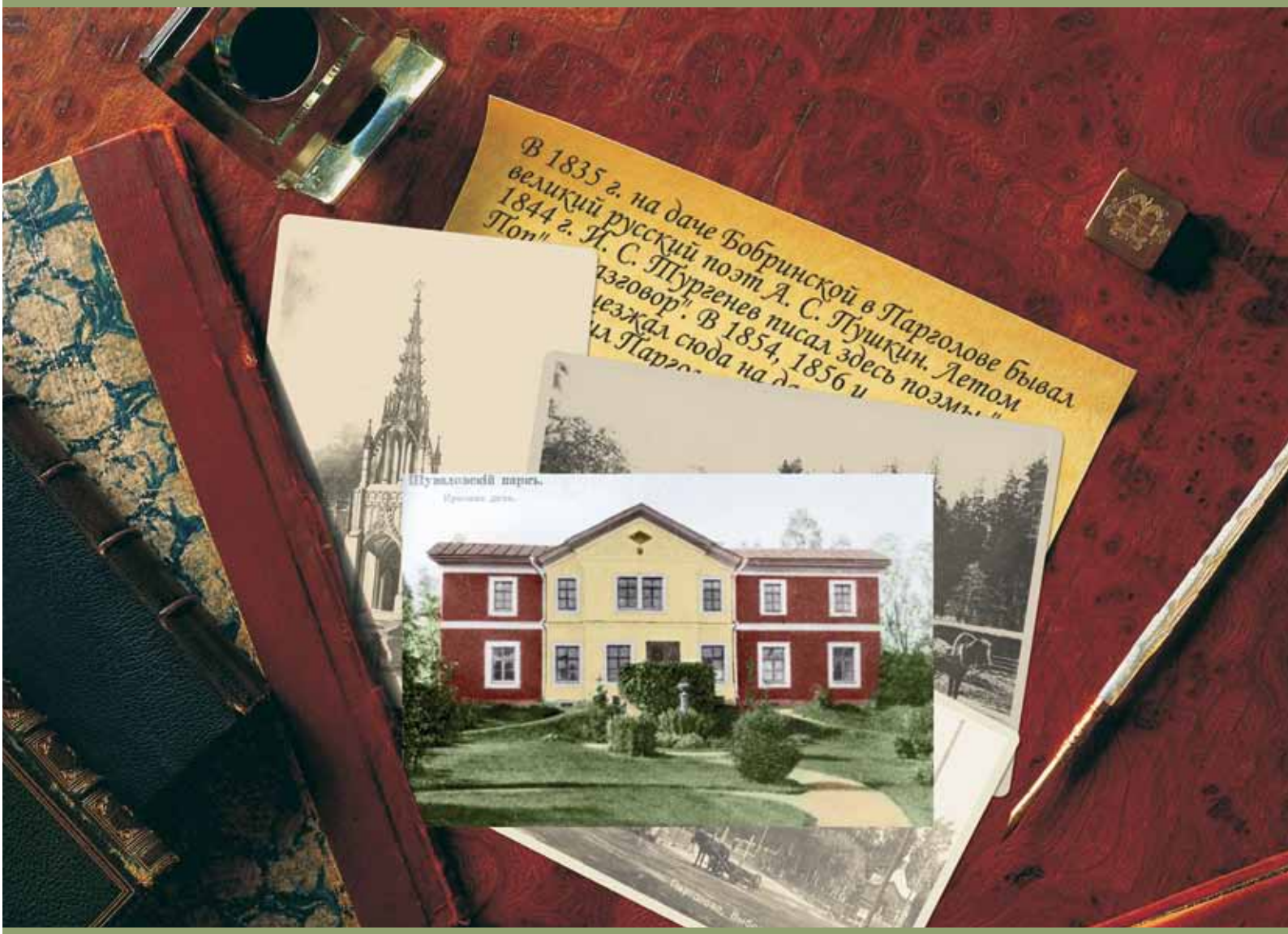
Полиграфисты – упаковке

Одновременное проведение выставок RosUpack и Printech даёт полиграфическим компаниям возможность выбора — участвовать или здесь, или там. А можно и там и там, что тоже не запрещается. Выбор за участниками. С другой стороны, полиграфическая выставка — дело новое, а RosUpack, что ни говори, традиция. В выставке RosUpack традиционно участвует немало полиграфических компаний — как производителей оборудования, так и изготовителей упаковки с печатью. Назовём некоторых участников.

Венгерская компания Varga-Flexo представит весь спектр своего оборудования для флексографии: широкоформатные и универсальные флексомашины с цен-

Профпринт

Парголовская типография



(812) 513-85-44, 513-86-70 www.profprint.net

Рулонная и листовая печать периодических изданий на клей и скрепку.

Бумага газетная от 45 г/м^2

Мелованная – от 65 г/м^2

тральным печатным цилиндром, станки для монтажа клише, ламинаторы, бобинорезки, станции для нанесения клея. Оборудование адресовано производителям гибкой упаковки. Испанская Comexi Group, специализирующаяся на производстве флексографских печатных машин для выпуска гибкой упаковки, также будет со своим стендом на RosUpack 2015. На стенде итальянской фирмы Omet посетители смогут узнать о главных новинках, премьера которых состоялась в мае: о машине iFlex с шириной печати 370 мм, на которой установлена лазерная система предварительной приводки, а основная приводка осуществляется при помощи фотокамер, установленных на каждой из печатных секций, а также о флексомашине Varyflex V2 Offset mid-web Flexo + Offset с офсетными секциями, сочетающей два способа печати.

ГК «ЗИКО», один из ведущих поставщиков промышленного оборудования для полиграфии, упаковки и гофроиндустрии в России и странах СНГ, покажет технику для изготовления картонной упаковки, решения для обвязки готовой продукции, а также оборудование для обработки гофрокартона.

Компания «ВИП-Системы», дистрибьютор оборудования и технологий, представит широкий спектр решений для допечатной подготовки и печати гибкой упаковки, этикетки и картонной упаковки. На стенде компании будут работать представители фирм-поставщиков: Esko (лазерные гравёры для клише, режущие плоттеры для картонной упаковки, программное обеспечение), Mark Andy (узкорулонные флексографские печатные машины), manroland (офсетные машины для печати по картону и пластику), Rotoflex (перемоточно-резальное и контрольно-счётное оборудование). Также можно ознакомиться с фальцевально-склеивающими линиями Duran и высекальными прессами Eurocutter и Bobst (последние б/у). Отдельное направление — машины Xeikon для цифровой печати этикетки и упаковки.

Ещё одна российская компания «Огард» на своём стенде представит оборудование компаний MPS Systems (флексографские и комбинированные печатные машины), Nordmeccanica Group (ламинаторы и металлизаторы), ABG (перемоточно-резальные машины), Schober Technologies (системы высечки и отделки), Accraply (оборудование для изготовления термоусадочного рукава) и другую технику.

Основные направления развития группы Bobst в области печати это усовершенствование процессов настройки регистра, интегрирование элементов колористики и подбора красочных рецептур в управление печатью, автоматическая смывка красочных секций и центрального барабана. На стенде Bobst посетители узнают, как реализованы эти функции в флексомашине 20 SIX. По данным производителя, это самая компактная в мире машина для печати гибкой упаковки.

На стенде Epson можно будет увидеть новинку — высокоскоростной струйный принтер для печати цветных этикеток Epson ColorWorks C7500, который поступит в продажу летом 2015 года. Это полноцветный струйный принтер для печати больших объёмов этикеток на рулонных носителях шириной 50–112 мм со скоростью до 300 мм/с (при разрешении 600x1200 dpi). Другой полноцветный принтер Epson TM-C3500 предназначен для печати этикеток и маркировки продукции на предприятиях малого и среднего бизнеса. Это могут быть производители фармацевтики и лечебные учреждения, предприятия розничной торговли и транспортные компании, в общем, все, кому требуется печать билетов, бирок, беджей и подобной продукции. Интересна и модель Epson WT7900, предназначенная для печати флексографской цветопробы.

Так что ждём начала выставки. Посмотрим, что ещё нового придумали организаторы и как всё воплотится в жизнь. Все условия существования выставок в нашу эпоху рукотворных кризисов и интернета подталкивают этот бизнес к поиску новых решений. И ещё искусство — разместить участников так, чтобы они могли быть полезны друг другу. Любопытно. Как говорила Алиса из книги Льюиса Кэрролла: «Curiouser and curiouser!» («Всё любопытственнее и любопытственнее!»), в ажитации не обращая внимания на соблюдение грамматических формальностей родного языка. Хотя и некоторое волнение присутствует. Всё-таки речь идёт об упаковочной выставке «всея Руси и иже с нею». Ждём.

Михаил Бредис,
главный редактор портала Unipack.Ru

Компания «Гейдельберг-СНГ» представит новинки портфолио

Компания «Гейдельберг-СНГ» примет участие в выставке Printech 2015, которая пройдёт с 16 по 19 июня в МВЦ «Крокус Экспо» (Москва). Международная выставка оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства Printech в этом году пройдёт одновременно с выставкой RosUpack, которая на сегодняшний день является крупнейшим событием в упаковочной отрасли России и других стран СНГ, а также Восточной Европы.

На сегодняшний день «Гейдельберг-СНГ» предлагает полный комплекс решений и оборудования для производства картонной упаковки и этикетки, а также широкий спектр расходных материалов и услуг по сервисной и технологической поддержке. Это позволяет производителям полиграфической продукции интегрировать все новейшие тренды индустрии в свою деятельность в рамках сотрудничества с одним поставщиком.

Послепечатная обработка

Качественная современная послепечатная обработка продукции имеет большое значение не только для того, чтобы товар выгодно выделялся на полке в торговом зале, но и для большей долговечности упаковки.

Портфолио машин Heidelberg для послепечатной обработки было недавно оптимизировано. В рамках глобального партнёрства между Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) и китайским производителем MasterworK Machinery Co. Ltd. (MK) к настоящему моменту достигнуто соглашение о расширении партнёрства в России. Теперь «Гейдельберг-СНГ» имеет эксклюзивные права на продажу широкого ассортимента оригинальных машин MK. В портфолио, помимо хорошо зарекомендовавших себя фальцевально-склеивающих машин Diana, включены машины MK для конвертинга и производства картонной упаковки, в том числе машины для высечки, горячего и конгревного тиснения, а также инспекционные машины. Компания MK с момента своего основания в 1995 году специализировалась на производстве оборудования для тиснения фольгой и к настоящему моменту имеет огромный опыт по созданию уникальных машин, владеет патентами на оригинальные решения. Оборудование MK продаётся в 20 странах мира. Специалисты «Гейдельберг-СНГ» представят посетителям выставки информацию о машинах MK, которые теперь входят в портфолио компании.

Комбинация офсетной и цифровой печати

В наши дни возрастает потребность в производстве коротких или очень коротких тиражей, а также печати переменных данных. Всё чаще появляются смешанные, так называемые гибридные модели производства, где сочетаются офсетная и цифровая печать.

В рамках успешного глобального сотрудничества Heidelberg и Ricoh компания «Гейдельберг-СНГ» расширила своё портфолио и в дополнение к традиционным офсетным печатным машинам предлагает своим клиентам в России эффективные решения для печати коротких тиражей (от 100 штук) — цифровые системы Ricoh Pro (Linoprint). В том числе в модельном ряду представлена Linoprint CP — высокопроизводительная машина для промышленной цифровой печати. Эта модель может быть использована и для производства упаковки. Linoprint CP будет впервые показана в России на выставке Printech 2015 на стенде компании «РИКО Рус». Также на стенде «РИКО Рус» компания «Гейдельберг-СНГ» продемонстрирует резальную машину Polar 66 ECO в обновлённом дизайне. Эта компактная модель ориентирована цифровым типографиям для организации высокоэффективного промышленного производства на резальном участке.

Широкий модельный ряд офсетных печатных машин Speedmaster всех форматов различного уровня оснащения обеспечит современному полиграфическому производству высокую эффективность, скорость и рентабельность офсетной печати, в том числе при изготовлении картонной упаковки.

Последние годы значительно обновлён и модельный ряд флексографского оборудования производства компании Gallus Group, которая с 2014 года является частью группы компаний Heidelberg.

Для производства этикетки в 2014 году представлена новая печатно-отделочная линия — Gallus DCS 340 (Digital Converting System), созданная в сотрудничестве с Heidelberg и Fujifilm. В модуле цифровой печати DCS 340 установлены струйные головки Fujifilm нового поколения, уникальные тем, что несколько головок могут быть объединены для печати на большей ширине без видимых переходов.

В портфолио Heidelberg также есть новейшая система Gallus ICS 670 для эффективного поточного производства высококачественных складных картонных коробок. Машина может быть оснащена дополнительными опциями, в частности секцией глубокой печати, модулем холодного тиснения фольгой. Также за счёт встроенной системы оборудование позволяет обеспечить 100%-й контроль качества продукции.

Интеграция процессов

С помощью программного обеспечения Heidelberg Prinect процессы производства упаковки могут быть интегрированы в единый рабочий поток. «Гейдельберг-СНГ» предлагает широкий спектр ПО Prinect — в частности, программа Prinect Package Designer в значительной степени упрощает процесс проектирования складных коробок и дисплеев, а также раскладку деталей для последующей высечки. Выдающиеся возможности предлагает Prinect Signa Station Packaging Pro — программа создаёт полностью готовые к выводу печатные листы, импортирует, обрабатывает, экспортирует данные CAD всех известных форматов.

Ждём вас на стенде «Гейдельберг-СНГ» — МВЦ «Крокус Экспо», павильон 1, зал 3, стенд № C503.

А у вас есть знакомая типография, которая всё понимает

?

кроме Быстрого Цвета!

ПРЕМИУМ ПРЕСС

Санкт-Петербург, улица Оптиков, 4; тел.: (812) 324 1815, (812) 324 1816

www.prem.spb.ru

Полиграфия

от цифры до офсета

+7 (812) 646-33-88, +7 (812) 646-33-77

Типография Михаила Фурсова

Экспресс Реклама
Группа компаний

Click to print

Цифровая печать

Xerox color 1000 с лаковой секцией

Инновационные
решения
в цифровой печати!

Визитки онлайн

Большой выбор шаблонов

Выбери готовый шаблон
или загрузи свой на сайте
www.Click-to-Print.ru

Офсетная печать

Heidelberg Anicolor SX-52-4

Революционные
технологии
в офсетной печати!

Директ-маркетинг
www.express-reklama.ru

Офсетная печать
www.er-print.ru

Цифровая печать
www.express-promo.ru

Интернет-студия
www.1ssr.ru

«Покупая КБА, мы покупаем не только превосходные машины для печати упаковки, мы приобретаем также первоклассный оперативный сервис и хорошие отношения»

Мария Фатеева, генеральный директор «Молоковской картонажно-полиграфической фабрики» (Московская область) доверяет двум машинам среднего формата KBA Rapida 105

Feeling Good

with KBA

Такие довольные клиенты, как Мария Фатеева, являются большим стимулом в нашей работе и наградой за наши труды. Мы придаем большое значение персональной работе с каждым клиентом, а также качеству сервисного обслуживания. Мы хотим, чтобы наши клиенты чувствовали себя на высоте и достигали поставленных целей. А мы будем поддерживать их в этом с помощью индивидуальных решений, важных для отрасли инноваций и печатных машин, работающих с использованием уникальных технологий. Вот уже 200 лет наша компания надежный партнер типографий по всему миру.

Убедитесь в этом сами.
Наша команда будет рада ответить на любые Ваши вопросы.

ООО «КБА РУС»
119313 Москва, Ленинский проспект, 95а
Тел. (495) 782-13-77, факс (495) 937-52-45,
E-mail: kba@kba-print.ru, Internet: www.kba-print.ru
Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:
Тел./факс: (812) 320-92-03, 320-92-04, E-mail: spb@kba-print.ru
Представительство в Южном Федеральной округе:
Тел.: (919) 871-59-99, E-mail: rostov@kba-print.ru

KBA
Koenig & Bauer AG