Полиграфия Петербурга



материалах рекламного и информационного карактера. Распространяется бесплатно и по базе рекракционного подписки.

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



Профессиональные шести- и восьмицветные принтеры HP позволяют расширить ассортимент услуг

Оптимальная конфигурация,

благодаря офсетным и цифровым печатным машинам Heidelberg

Лучшие цветные газеты печатаются в «Девизе»

Запущена первая в России HP Indigo 10000

Mondi наградила победителей

Производственный рекорд Rapida 106 в Winston Packaging

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ СЕМИНАР



«ОктоПринт Сервис» и партнёров

12

ЛУЧШАЯ УПАКОВКА ГОДА



по версии конкурса Pro Carton ECMA Awards

МИР КРАСОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ



HP Indigo, семинар в Санкт-Петербурге

8



МИДОР

Полиграфия Петербурга

октябрь-ноябрь 2014 #11



Современные сайты для успешных типографий

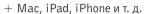
5 плюсов: правильный дизайн; удобный функционал; фотосъёмка вашей продукции; первичное наполнение контентом; дальнейшая поддержка сайта не сложнее, чем в «Ворде». Вы платите только один раз и забываете про устаревшие новости, забытые пароли, потерявшихся программистов, грамматические ошибки и другие 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



У ВАС уже есть КАТАЛОГ? Закажите его интерактивную версию!

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



+ РАЗРАБОТКА КАТАЛОГОВ С НУЛЯ

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





90000



Внимание конкурс!

Выиграйте БЕСПЛАТНУЮ печать 500 листов на уникальной печатной машине Xerox iGen4 XXL!



Вы предлагаете новую оригинальную продукцию для печати на толстом картоне, мы делаем ее БЕСПЛАТНО! Условия: Вы разрабатываете идею продукции и подготавливайте оригинал-макет. Мы печатаем Вам все хорошие макеты по 10 листов. Предложившему самое интересное решение – 500 листов тиража БЕСПЛАТНО! Предложения и макеты высылать на адрес cyrill@fastcolor.ru с темой «Толстый конкурс».

Журнал «Полиграфия Петербурга», #11 / октябрь-ноябрь 2014 г. Подписан в печать 28.10.2014 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 Корректор Фотографы

Адрес редакции Телефон редакции Сайт журнала

Александр Шмаков [a@press.spb.ru] Ирина Парижская [irina.mailo7@mail.ru] Алексей Савкин, Константин Руссков, Игорь Носков, Лидия Анри 191001 Санкт-Петербург, Невский пр., 32 (812) 335-36-78, +7 951-646-09-12 www.press.spb.ru

Номер отпечатан в «Типографии Михаила Фурсова» (Санкт-Петербург, ул. Заставская, д. 14. Сайт – www.er-print.ru)

на бумаге от компании «БЕРЕГ Северо-Запад» (Санкт-Петербург, ул. Большая Конюшенная, д.29. Сайт – www.spb.bereg.net)

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









Лучшие цветные газеты печатаются в «Девизе»

В начале октября в «Гранд отель Поляна» (г. Сочи) в присутствии 140 гостей состоялось торжественное награждение призёров и победителей восьми номинаций профессионального конкурса печати «Санат», заявленных в сезоне 2014 года.

В этот раз количество участников профессионального конкурса побило все предыдущие достижения: с заявками в оргкомитет обратились 54 газетные типографии и редакции. В шести технологических номинациях была заявлена 41 типография, а в номинации «Лучший дизайн газеты» — 13 редакций газет.

В номинации «Лучшая цветная газета» 1-е место заняла типография из Санкт-Петербурга— «Типографский комплекс «ДЕВИЗ».



Xerox Colour J75 Press в типографии FLYPRINT

В начале октября в типографии Flyprint (Санкт-Петербург) была запущена новая цифровая печатная машина Xerox Colour J75 Press.

«Переговоры с компанией Хегох начались ещё в июне, а завершились на фоне стремительного падения рубля в конце сентября, — комментирует генеральный директор типографии Flyprint Poman Харин. — Тем не менее, несмотря на сложную экономическую ситуацию, мы уверены в правильности выбора оборудования, ведь Хегох Colour J75 Press позволит нам предложить клиентам гораздо более качественные отпечатки, чем это было возможно ранее».

Xerox Colour J75 Press печатает на материалах плотностью от 60 до 300 г/м² со скоростью до 76 стр./мин (А4). Установка новой печатной машины стала логичным шагом в развитии компании Flyprint, вышедшей на рынок цифровой печати в начале 2007 года. За годы развития компания переросла из принт-отдела рекламного агентства до промышленной типографии, эксплуатирующей высокотехнологичное оборудование: цифровая машина Xerox iGen3 для персонализированной крупнотиражной печати, широкоформатные принтеры Canon IPF8300 для фотопечати и HP260, а также изюминка производства — УФ-принтер Mimaki UJF-3042 для печати по любым поверхностям.

Все производственные процессы подчиняются жёсткой логике системы управления производством, поэтому, делая заказ в любой момент времени, клиенты компании всегда получают компетентную информацию о сроках и стоимости производства. «В нашем развитии мы делаем упор на технологии работы с клиентами, стремясь к тому, чтобы сотрудничество с нами было максимально комфортным (персональный менеджер, онлайн-сервисы для заказа продукции, доставка любого заказа и пр.). Но мы также понимаем, что производственное оборудование должно быть настолько современным, чтобы мы могли предугадывать любые, самые взыскательные запросы наших заказчиков, поэтому выбор в пользу Хегох Colour J75 Press для нас очевиден», — отмечает Роман Харин.



FESPA анонсирует майскую выставку

Выставка FESPA начинает маркетинговую кампанию на 2015 год под девизом «Открой свою вселенную печати». Запущенный сайт выставки оформлен в космическом стиле: астронавт (видимо, посетитель FESPA 2015) идёт навстречу новым открытиям. Выставка Global Expo 2015 впервые будет проходить в немецком Кёльне в течение пяти дней — с 18 по 22 мая. По мнению организаторов, площадь выставки составит около 62500 м², что станет рекордом для FESPA Global Expo. Информационную программу обещают сделать самой внушительной за всю историю выставки. Кроме того, под одной крышей с FESPA 2015 пройдёт ещё несколько мероприятий, в числе которых выставка European Sign Expo.

Запущена первая в России HP Indigo 10000

«НИССА Центрум»и Hewlett-Packard сообщают об инсталляции первой в России ЦПМ HP Indigo 10000 в компании netPrint. Установка и запуск машины были проведены в кратчайшие сроки. Время ввода в эксплуатацию с момента отгрузки в Москве составило четыре дня, что является абсолютным рекордом. 29 октября сервисные инженеры компаний Hewlett-Packard и «НИССА» проводили последние приготовления к началу тестирования, а уже 30 октября были отпечатаны первые тестовые образцы.

Как отметил Егор Гришин, директор по развитию компании netPrint, инсталляция новой HP Indigo стала привычным решением для оптимизации и наращивания производственных мощностей в преддверии высокого сезона. «В своей сфере мы привыкли быть первооткрывателями. Выводить на рынок новые продукты, которые не были представлены раньше, — одна из основных стратегий развития нашей компании», — комментирует Илья Новичков, исполнительный директор компании netPrint.



С инсталляцией нового оборудования компания готова предложить своим клиентам продукт формата A2/B2: в первую очередь, персональные фотокалендари, постеры, бумажные пакеты, каталоги, брошюры, раздаточные рекламные материалы, обёрточную бумагу. «Компания растёт, и своими результатами мы подтверждаем, что рынок фотопечати ещё не достиг своего пика. В настоящий момент он только начинает расширяться и стремительно развиваться. Мы ещё не до конца осознаём свой собственный потенциал и не используем свои возможности по максимуму, таким образом, наша ближайшая цель — достижение 50% роста

HEI FLEXIBILITY



В наши дни типографиям приходится осваивать «приемы эквилибристики» в бизнесе, чтобы быть максимально гибкими и конкурентоспособными. Комбинация цифровых и офсетных систем позволяет выполнять любые заказы. Наше предложение позволит вам добиться наилучшего качества продукции при печати коротких тиражей.



000 "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 объёмов печати, благодаря HP Indigo 10000», — добавил Егор Гришин. Компания netPrint одна из первых запустила онлайн-сервис по заказу своей продукции. «Мы online компания. Всё, что появляется у нас в ассортименте, тут же помещается на сайт. К слову, в день мы получаем через интернет в среднем от 3000 до 10000 заказов», — отметил Егор Гришин.

Для российского рынка цифровая печать формата A2/B2 — новая и ещё не опробованная возможность. Компания netPrint рада предложить услуги по печати другим типографиям. «Продуктовый ряд ещё не до конца нами освоен. У нас есть спектр базовой, привычной для нашего клиента продукции, однако хочется расширить наше портфолио, использовать и предложить другим максимум возможностей, которые нам теперь доступны», — добавил Егор Гришин.

Возможности новой Indigo 10000 позволят не только типографиям, но и дизайн-студиям, рекламным и маркетинговым агентствам воплотить и предложить качественно новые продукты. Таким образом, возможности печати ограничены только идеями! «Машина запущена, нам хочется её загрузить и заказать вторую», — добавил Илья Новичков.

По данным «НИССА Центрум» к концу года инсталляции HP Indigo 10000 также завершатся в Греции и Польше. В типографии Pixart (Великобритания) работает уже пять машин HP Indigo формата В2, в ноябре ожидается запуск шестой. В августе запустила вторую HP Indigo 10000 и английская типография Pureprint, турецкая типография Matset также готовится к инсталляции второй HP Indigo 10000. Всего в течение IV квартала 2014 года ожидается 12 инсталляций, соответственно, к концу 2014 года инсталляционная база HP Indigo 10000 в регионе EMEA составит 40 единиц.

Новая ЦПМ Canon imagePRESS C6o

С ноября в США Canon начинает продажи цветной ЦПМ imagePRESS C60, ориентированной на рекламные агентства, дизайн-студии, специализирующиеся на архитектуре и разработке упаковки компании. Рекомендованная для США стоимость — \$55310 за стандартную конфигурацию с сервером imagePRESS Server G100. Разрешение печати — 2400х2400 dpi при скорости до 60 стр./мин. в цвете и ч/б (для бумаги без покрытия плотностью до 220 г/м²). ЦПМ может печатать на материалах плотностью до 300 г/м², включая носители с покрытием и тиснением. Благодаря опциональным финишным модулям, оборудование подходит не только для печати цветопроб и макетов упаковки, но и для изготовления справочников и презентаций. Технология Gloss Optimization, устраняя эффект «объёма», как сообщает производитель, приблизит отпечатки по внешнему виду к офсетным. Система автоматически отслеживает уровень плотности и стабильность цветопередачи, при необходимости внося коррективы в реальном времени.



Победители конкурса Mondi

В октябре корпорация Mondi пригласила два десятка крупнейших дистрибьюторов листовой печатной бумаги из России и СНГ в Австрию на завод в Хаусменнинге. Трёхдневная программа мероприятия включала ряд презентаций, посещение штаб-квартиры Mondi Europe & International в Вене и церемонию награждения партнёров. Победителями в одиннадцати номинациях конкурса MAESTRO Print Award 2014 стали:

- «Европапир» «Лидер года»;
- «Невская бумага» «Лучший рост»;
- «ТД Петробумага» «Лучшая команда»;
- «Росбумторг» «Верность бренду MAESTRO Print Syktyvkar»;
- «Балтийская целлюлоза» «Открытие года»;
- «Дубль В» «Лучший сервис»;
- «Дубль В» «Современные технологии в продвижении VAP»;
- Rental Consulting Service «Лучшая стратегия в СНГ»;
- «Халал» «Лояльность к Mondi»;
- «РЕГЕНТ-БЕЛАВАНГАРД» «Стабильный объём»;
- Пётр Козлов («Невская бумага») «Персона года».

Бумажные перемены

Производитель бумаги, компания Holmen Group, провела исследование, которое показало, что несмотря на сжатие книжного рынка потребление книжно-журнальных бумаг с содержанием древесной массы с 2010 года выросло на 30%. Такие выводы были сделаны на основании опроса 24 крупнейших книжных издательств и типографий, совокупная доля которых на европейском рынке достигает 55%. «В последние четыре года издатели проявляют особенный интерес к бумаге с содержанием древесной массы, в основном из-за стоимости чистоцеллюлозных сортов», — отметил Агнес Нилунд, бизнес-аналитик Holmen Paper.

ПОЛЕЗНАЯ АРИФМЕТИКА

Этот модуль стоит всего 6000 P

Предложение включает публикацию модуля в одном номере до конца года.

Итого:

Стоимость персонального контакта — 2₽, включая доставку 400 экз в персональных конвертах.

Стоимость вложений — 15₽ за экз.

KOHTAKT: PR@PRESS.SPB.RU, (812) 335-36-78, +7 951 646-09-12





ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ОПЕРАТИВНОЙ ПОЛИГРАФИИ И ОФИСНОГО ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА ВСЕ ВИДЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Группа Компаний «Р-Принт»

Санкт-Петербург, пер. Гривцова, д. 6 Б

Продажи: (812) 315-25-90, 315-23-04 Услуги: (812) 702-72-27, 314-05-14 Сервис: (812) 315-25-85, 570-73-87

E-mail: info@rprint.ru http://www.rprint.ru Специальные условия постоянным клиентам и при оптовых закупках

Бесплатная доставка по Санкт-Петербургу

Демонстрация оборудования в выставочном зале • Ризографы • Ламинаторы

• Брошюровщики • Степлеры и скрепки

• Вырубщики и прессы

Термоклеевое оборудование
 Системы полноцветной печати

• Резаки и гильотины для бумаги

• Фальцовщики, листоподборщики, биговщики





Календари Папки Визитки Открытки Упаковка POSM



Ул. Ораниенбаумская, 25 (5 минут от метро Чкаловская)

(812) 644-4044



www.fastcolor.ru

В Holmen отмечают неуклонное падение тиражей изданий в твёрдом переплёте, и в ближайшие 3–5 лет их выпуск продолжит сокращаться, в то время как динамика выпуска книг в мягкой обложке (которые являются ключевым рынком для Holmen) останется стабильной.

Респонденты, отвечавшие на вопросы относительно их предполагаемых потребностей в будущем, весьма интересно высказывались о краткосрочных перспективах рынка: «Масса бумаги продолжит снижаться, циклы станут короче, и тиражи первоизданий также должны стать меньше. Доля цифровой печати, на которую сейчас приходится от 1 до 5% рынка, соответственно, увеличится».

Пухлость, непрозрачность, тон и гладкость бумаги останутся ключевыми характеристиками при её выборе. Также важным останется экологический профиль бумаги и соблюдение при её производстве соответствующих требований. Сертификат FSC упоминался чаще других, но респонденты не забыли и про PEFC и ISO 14001.

Позиция Holmen Paper очевидна: «Мы верим в книжный рынок, и наша вера укрепляется благодаря данным последнего исследования. Мы готовы инвестировать и собираемся быть более «проворными», чем наши конкуренты», — говорит в заключение Каролина Свенссон, руководитель отдела продаж и маркетинга компании.



Толще картон - солидней продукт!

В цифровой типографии «Быстрый цвет» установлена единственная в России промышленная цифровая машина Хегох, которая может печатать на картонах высокой плотности — от 400 до 700 г/м². Кроме толщины, эти материалы отличаются от обычных картонов большим весом и большей жёсткостью, но постпечатная обработка для них доступна та же, что и для обычных: ламинация, лакировка, биговка, вырубка, брошюровка, склейка и пр.

В Петербург картоны такой толщины практически не поставляются, а те, что есть, предназначены в основном для упаковки и не подходят для высокохудожественной печати. В ноябре 2014 года «Быстрый цвет» сможет предложить для производства рекламной продукции два вида картонов — «Колипринт» и «Интегра».

Как отмечают в типографии, плюс «Колипринта» — жёсткость (он заметно толще обычных картонов, его толщина 0,65 мм). Недостаток — качество печати чуть ниже обычного, так как сам картон является упаковочным и имеет менее гладкую поверхность. Также из минусов следует отметить зависимость от перепадов климата — из-за большой толщины при перемещении из сухого во влажное помещение лист чуть изгибается.

Плюсом «Интегра» является лучшее, чем на «Колипринте» качество печати, жёсткость картона при этом в два раза выше обычной (толщина 0,54 мм), и этот картон односторонний (оборотная сторона белая, без мелования).

Для чего можно использовать эти картоны?

- Квартальные календари (трио) на таких картонах они получаются заметно более жёсткими.
- Папки, открытки, настольные конструкции (календари-домики, тейблтенты и пр.).
- Упаковка.
- Иная презентационная и рекламная продукция.

Образцы печати на этих картонах доступны в типографии для всех заказчиков.



В основе каждого полиграфического шедевра...



БУМАГА И КАРТОН

196084 САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, МОСКОВСКИЙ ПР., Д.79 А, ТЕЛ.: +7 (812) 622-0680 www.regentart.ru

Обзор событий

Мир красочных возможностей HP Indigo



В октябре компании Hewlett-Packard и «НИССА Центрум» провели в Санкт-Петербурге совместный семинар «НР Indigo — мир красочных возможностей». Гостями мероприятия стали коммерческие типографии Северной столицы, желающие узнать о технологиях современной индустрии печати.

приветственным словом выступили Денис Глушков, директор подразделений НР Indigo и IHPS по России и СНГ, и Андрей Горлов, директор по развитию направления НР Indigo в компании «НИССА Центрум». Затем Александр Гагарин, менеджер НР по работе с партнёрами, продолжил встречу презентацией модельного рядо НР Indigo.

Модельный ряд и его преимущества

С 2012 года модельный ряд HP Indigo существенно пополнился: помимо обновлённых серий HP Indigo 5600 и 7600, была также представлена HP Indigo 10000, самая производительная в своём сегменте ЦПМ в мире. Постоянное усовершенствование выпускаемых моделей, а также множество дополнительных опций (режим печати EPM, OneShot и пр.) позволяют владельцам HP Indigo выполнять широкий спектр полиграфических услуг, в том числе печать на пластике.

На сегодняшний день в России установлено уже четыре НР Indigo 7600, а летом текущего года была представлена новая модель — НР Indigo 7800, имеющая ряд преимуществ. В новинке реализована опция OneShot, которая теперь позволяет печатать не только на пластике, но и по холсту, выпускаемому компанией Felix Schoeller.

Отдельно отметил Александр Гагарин возможности HP Indigo 10000. Данная модель отличается повышенной производительностью (до 4600 листов/час), экономичностью и форматом печати, позволяющим на одном листе уместить почти в три раза больше готовой продукции, чем при печати на SRA3.

Также Александр представил гостям запатентованную технологию печати HP Indigo, которая позволяет печатать с офсетным качеством и использовать 7 красок, в том числе смесевые, что обеспечивает 98%-й цветовой охват шкалы Pantone. При этом режим EPM позволяет снизить себесто-имость печати на 33%, благодаря тому, что печать производится тремя красками CMY без участия чёрного. 90% цветового диапазона CMYK может быть достигнуто при печати тремя красками, что для большинства стандартных работ не критично.

Печать на синтетических материалах, как уже было отмечено ранее, стала возможна благодаря режиму OneShot, когда все красочные сепарации собираются на офсетном полотне и переносятся на запечатываемый материал в один прогон. Таким образом, обеспечивается идеальное совмещение цветов. Возможность печати на пластиковых материалах даёт простор для изготовления нестандартных работ и позволяет расширить портфель готовой продукции. Коврики для мыши, POS-материалы, пластиковые карты, персонализированные подарочные карты, а также сувенирная продукция (календари, открытки) с использованием технологии лентикулярной печати — вот далеко не полный перечень возможных применений.

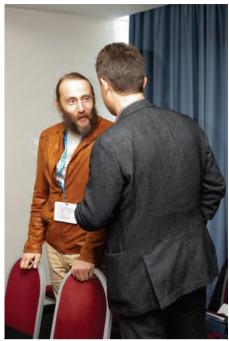
Дополнительные краски HP ElectroInk также расширяют возможности: белая краска ElectroInk White позволяет печатать на металлизированных дизайнерских бумагах и картонах, а также на прозрачных и тёмных материалах. А краска Digital Matte позволяет создавать дополнительные визуальные эффекты, такие как выделение отдельных участков изображения глянцевым или матовым покрытием.

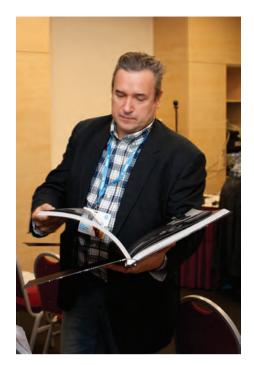
Уникальный набор специальных эффектов печати является одним из сильных конкурентных преимуществ машин HP Indigo семитысячных серий. Текстурные эффекты, выборочное лакирование, «водяные знаки» — для создания всех этих эффектов теперь достаточно одной цифровой машины!

Прямой эфир из Барселоны и выгодные условия сотрудничества

На совместных мероприятиях НР и «НИССА» становится традицией проведение живой трансляции из демоцентра НР в Барселоне. На этот раз гости семинара приняли участие в демонстрации новейших разработок — НР Indigo 7800 и НР Indigo 10000. Во время телемоста всем гостям были представлены образцы печати всех перечисленных ранее возможностей, которые накануне были отпечатаны в Барселоне. Гости мероприятия также могли задать сотрудникам демозала Барселоны вопросы по работе НР Indigo в реальном времени.







Представитель сервисной службы НР Денис Андросов и директор сервис-подразделения «НИССА Центрум» Леонид Александров рассказали о возможностях гарантийного и постгарантийного обслуживания. Так, при покупке машины операторы проходят квалифицированный тренинг по работе с НР Indigo, стоит отметить, что теперь он проводится в демоцентре в Москве на базе НР Indigo 5600.

Покупка любого оборудования требует весомых инвестиций, и компания НР готова предложить своим клиентам индивидуальные условия финансирования как отдельной машины, так и комплексного решения. Илья Зайцев, представитель HPFS в России, рассказал о привлекательности предлагаемых условий: среднее годовое удорожание составляет 3,5% в долларах или 7,5% в рублях, а также длительный срок предоставляемого лизинга — от 36 до 60 месяцев. Также компания НР предлагает систему оплаты гатр-ир, позволяющую в первые полгода после покупки платить взносы вдвое меньшие, чем в остальной лизинговый срок.

Реальные истории успеха

Как обычно, особый интерес у гостей мероприятия вызвали выступления владельцев машин НР Indigo, которые поделились историями успешного развития своего бизнеса. Первым выступил **Владимир Бочков**, генеральный директор типографии «Дизайн-Студия-Б» (Ставрополь). Он рассказал, что первоначально деятельность компании была сосредоточена на оказании дизайнерских услуг, а заказы на печать размещались в партнёрских типографиях. Но в 2004 году, когда спрос на малотиражную продукцию начал расти и переразмещение заказов стало невыгодно, компания приняла решение о покупке Canon CLC 3200.

Спустя некоторое время Владимир увидел в прессе рекламу и статью о HP Indigo 1050, и в 2006 году типография инсталлировала свою первую ЦПМ HP Indigo. Это стало началом совершенно нового этапа развития компании. Объём тиражей увеличился в пять раз, а печать с использованием белил позволила существенно расширить спектр гото-

вой продукции. И через три года Владимир принял решение о замене НР Indigo 1050 на г3000. И объёмы печати, несмотря на очередной кризис, снова выросли — вдвое! К ноябрю 2012 года было уже 16 млн краскопрогонов.

А в 2012 году после выставки DRUPA типография инсталлировала HP Indigo 5600 по программе trade-in. К 1 октября 2014 года на ней было произведено уже 14 млн краскопрогонов. Легко посчитать динамику роста бизнеса с каждым приобретением новой машины!

HP Indigo 5600 работает и на офсетной бумаге, а специализированное ПО обеспечивает печать без искажений цвета и из RGB-файлов.

В ходе выступления Владимир не раз выразил свой восторг технологиями НР Indigo и на момент выпуска журнала в типографии идёт запуск новой машины. Первой в России НР Indigo 7800.

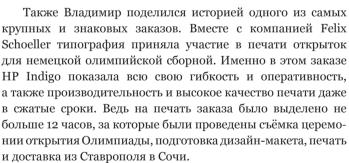
Эта машина может печатать на материалах форматом до SRA3+ со скоростью до 120 стр./мин. (A4, 4+0). Плотность материалов — от 60 до 350 г/м². Технология One Shot Colour позволяет печатать по синтетическим материалам и пластикам (PVC, PET, PC, Teslin, лентикулярный пластик и др.), что позволяет типографии выпускать ID-карты, подарочные карты и т.п.

Живой интерес слушателей вызвали разнообразные образцы продукции, которые передавали из рук в руки, придирчиво изучали и, очевидно, сравнивали со своими возможностями. Владимир тем временем рассказал о различных успешных проектах, реализованных благодаря Indigo. В их числе ресторанные меню в твёрдом переплёте, сборники стихов на PUR-клее, различные презентационные издания и фотокниги.

На них Владимир остановился подробнее и рассказал об одном из показательных проектов, когда к визиту высшего руководства страны в Ставрополье фотокнига была изготовлена в экспресс-режиме. Фоторепортаж был оперативно завёрстан в макет и тут же отпечатан на Indigo. В результате книга была готова уже к отлёту высоких гостей.

Обзор событий www.press.spb.ru





Вторым выступил **Дмитрий Степанов**, генеральный директор московской типографии «Арт Сервис». Компания начала свою деятельность в 2005 году как рекламное и полиграфическое агентство, но кризис 2008 года заставил пересмотреть модель бизнеса. В результате было принято решение об инвестировании в новые технологии и производственные мощности.

Таким образом, в 2012 году была приобретена первая HP Indigo г5000 в семикрасочной конфигурации. А спустя всего девять месяцев было принято решение о покупке второй ЦПМ — Indigo 7600. Это было вызвано отчасти и тем, что ещё в 2011 году «Арт Сервис» запустил проект «МоиФотоСтраницы» — удобный сервис, который позволяет любому пользователю создать собственную фотокнигу, альбом, календарь или открытку. И на сегодня использование дополнительных красок для фотопечати, а также постоянные инвестиции



в производственную базу и технологии позволили сервису занять своё место в сегменте профессиональной фотопечати. Обе машины печатают в 7 красок, что позволяет достигать наилучшего качества при печати фотосюжетов, и, благодаря эффективности ПО, выпускается до сотни фотокниг в день.

По мнению Дмитрия Степанова, успешная компания должна ярко выделяться среди конкурентов, и именно высококачественная продукция, несмотря на более высокую стоимость, пользуется бо́льшим спросом у требовательных заказчиков.

Представленные Дмитрием образцы фотокниг, альбомов и коммерческой продукции также получили высокие оценки и вызвали неподдельный интерес у коллег.

Дополненная реальность полиграфии

Специальным гостем мероприятия выступил Раффи Альбо, директор компании SEGMARKETING (на фото вверху). Он поделился с присутствующими современными и подчас нестандартными инструментами современного маркетинга. Представление информации было таким же нестандартным, по сути, это было настоящее шоу с фокусами и репризами.

Как сообщил Раффи, печать, какой мы её привыкли понимать и видеть, исчезла. Теперь задача типографии не только напечатать какой-либо продукт, но и интегрировать его с современными технологиями. Иными словами, совместить цифровую печать и технологии медиаиндустрии.









Раффи выделил три уровня маркетинга:

- 1) Текстовая персонализация широкого охвата (пример кампания Coca-Cola с «именными» этикетками).
- 2) Последовательный маркетинг (использование штрихи QR-кодов для дальнейшего контакта с потребителем).
- 3) Персональный маркетинг или one-to-one (представляет собой обращение к потребителю, предложение ему услуги или товара, подобранного по индивидуальным параметрам).

Первый уровень может быть развит с помощью цифровой печати до индивидуальной персонализации — текстовой или иллюстративной. Раффи привёл маркетинговую кампанию Nutella, когда покупатели могли непосредственно в магазине заказать персонализированную этикетку в фирменном стиле Nutella, но с именем, скажем, своего ребёнка. Кампания позволила не только увеличить продажи, но и формировала позитивный образ компании. И это только один пример!

Второй уровень позволяет использовать персонализированные печатные коды для адресации потребителя на специальный веб-сайт, интернет-магазин или видеопрезентацию. Но это уже не новость. Раффи презентовал участникам семинара дополненную реальность от компании Aurasma, относительно недавно приобретённой НР (мы уже рассказывали нашим читателям об этой технологии). При помощи специальным образом идентифицированного на отпечатке изображения пользователь при наведении на него планшета или смартфона видит реалистичное 3D-изображение, которое накладывается на окружающую реальность, и им можно

управлять. Это довольно сложно объяснить словами, проще посмотреть деморолики в сети. Применения этой технологии могут быть различными — от игровых (что будет эффективно в сфере товаров для детей) до информационных (при наведении, например, на товар в магазине, он «сам о себе расскажет» всё, что необходимо).

Третий уровень интегрированного маркетинга, о котором рассказал Раффи, представляет собой сложную сеть коммуникаций, при которой персонализированная при помощи цифровой печати продукция может использоваться как в начале (персонализированное предложение), так и в середине (лотерейные билеты или каталоги «на дом»), и в финале коммуникации. В качестве одного из примеров Раффи привёл кампанию, в которой при помощи веб-сайта организовывался конкурс, в результате которого клиент получал товар для своего ребёнка с его фотографией на упаковке. Опять же это лишь один из возможных примеров использования цифровой печатной персонализации, отметил Раффи, и предложил всем использовать свою фантазию и возможности цифровой печати для эффективного маркетинга, стимулирующего развитие бизнеса своих заказчиков.

Завершилась встреча изучением образцов печати, обменом мнениями и ужином, где в неформальной дружеской атмосфере гости смогли обсудить итоги семинара, обменяться впечатлениями и идеями, а также завязать новые деловые знакомства.

Подготовил Александр Шмаков, фото Алексея Савкина Обзор событий www.press.spb.ru



еминар был посвящён технологическим вопросам, новинкам в области расходных материалов и бумаги, проблемам, возникающим на разных стадиях производства и способам их решения. Также активно обсуждались проблемы отрасли и смещение тренда в сторону упаковки.

Во главе угла. «ОктоПринт Сервис» и «Хубер Россия»

Первым взял слово представитель организаторов семинара Сергей Свирестелёв, директор филиала «ОктоПринт» в СПб. Он представил собравшимся программу и докладчиков семинара и рассказал о новостях компании. «ОктоПринт Сервис» является одним из крупнейших поставщиков расходных материалов для полиграфии и запасных частей для всех типов полиграфического оборудования на российском рынке. Образована в 2003 году как дочерняя



IX полиграфический семинар в Петербурге. Актуальные тенденции развития рынка офсетной печати

В октябре 2014 года в Санкт-Петербурге прошёл IX Ежегодный Полиграфический семинар (следующий будет юбилейным), организованный «ОктоПринт Сервис» и «Хубер Россия» совместно с «Регент Арт» и «НЦ Лоджистик». Участниками, как мы уже сообщали, стали около 80 представителей ведущих типографий Санкт-Петербурга.



компания одного из лидеров рынка расходных материалов, производителя офсетных резинотканевых полотен фирмы Phoenix Xtra Print (с 2006 года в составе концерна Continental). Сегодня компания «ОктоПринт Сервис» это более ста сотрудников, сеть филиалов в крупнейших городах России, основной склад и розничный магазин в Москве, оперативный склад при магазине, с которого осуществляется отправка товара клиентам, а также собственная служба доставки. Производственная база компании «ОктоПринт Сервис» включает в себя участок резки и армировки резины, участок плоттерной резки смывочных полотен под формат оборудования клиента, большую оборудованную лабораторию. А в регионах компания представлена филиалами в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Воронеже, Туле, Нижнем Новгороде, Тимашевске, Самаре, Твери, Симферополе, Перми; и сетью дилеров в Казани, Ульяновске, Самаре, Уфе, Красноярске, Челябинске, Иркутске и Симферополе.





Каталоги «ОктоПринт Сервис», «Регент Арт» и «НЦ Лоджистик», образцы бумаг и материалов были востребованы участниками семинара — к финалу мероприятия все столы были пусты.

Сергей рассказал о том, что сегодня Huber Group, в состав которой входит «Хостманн-Штайнберг РУС», занимает 3-е место в мире по производству и продажам полиграфических красок: «Практически в каждом из регионов у компании есть станция смешения красок. В Петербурге у нас сейчас завершилось строительство нового склада, и станция смешения красок теперь будет расположена рядом с нашим офисом в Авиагородке».

Товарная номенклатура компании составляет более 3000 наименований полиграфических расходных материалов для допечатных, печатных и послепечатных процессов (таких производителей, как Phoenix Xtra Print, Contitech, Folex, Drockchemie, Henkel и др.), а также запасные части для всех типов полиграфического оборудования европейского производства. Складской товарный запас в настоящий момент оценивается в сумму порядка 260 млн рублей. У «Окто-Принт Сервис» собственный автоматизированный участок резки офсетной резины, и в 2013 году (по данным таможни) компания завезла около 30% от общего объёма поставок данного товара в РФ. Также Сергей Свирестелёв сообщил, что компания «ОктоПринт Сервис» сертифицирована по ISO 9001:2008, а её технический директор Татьяна Климова является единственным в России сертифицированным институтом UGRA специалистом с правом проводить подготовку типографий к сертификации по PSO и их преаудит.

Подробный доклад представила Юлия Сергеева, технолог «Хостман Штайнберг РУС» из московского офиса компании. Были представлены пластины, полотна, краски и прочие материалы, которые «вступают в игру» на завершающей стадии полиграфического процесса и, естественно, требуют не только корректного выполнения всех предшествующих стадий и соблюдения техпроцесса, но и оптимального подбора. Эта часть семинара вызвала больше всего интереса и вопросов от технологов типографий.

Юлия отметила, что с 2003 года в мире существенно изменилась структура полиграфического производства. Значи-

тельно снизились объёмы «информационной» полиграфии — газеты, журналы, книги (в первую очередь в связи с развитием сети Интернет и электронных носителей), при этом ожидается дальнейший рост сектора упаковки и цифровой печати.

Как привлечь новых клиентов, как удержать старых и как сделать производство более экономичным? Зачем внедрять новые технологии и использовать новые материалы? Как оптимально подбрать материалы под свой технологический процесс, как оптимизировать производственные процессы в типографии — вот круг вопросов, который был рассмотрен в этой части семинара. Юлия подробно рассказала о новинках расходных материалов в ассортименте «ОктоПринт Сервис» и «Хубер Россия» и рекомендациях по их применению. Но детальное изложение презентации в рамках одной обзорной статьи довольно затруднительно и требует отдельного материала, который мы надеемся опубликовать в ближайших номерах журнала.

Бумага в основе всего. «Регент-Арт», Stora Enso и UPM Raflatac

После вводного выступления Александра Мигеля (руководитель филиала ООО «Регент-Арт» в СПб), в котором он представил последние изменения в ассортименте и новые возможности сотрудничества с заказчиками, последовали выступления представителей одних из основных поставщиков компании «Регент-Арт» Stora Enso и UPM.

Дмитрий Панфилов (Stora Enso) подробно остановился на перечне картонов, которые являются совместным предложением компании «Регент-Арт» и Stora Enso на российском рынке. Были представлены новинки эксклюзивно представляемые «Регент-Артом» — Chromocard и Performa Bright.

Среди прочего были отмечены такие преимущества картона Performa Bright, как белая немелованная оборотная сторона, которая делает его привлекательным выбором для премиальных брендов. Картон может использоваться в каче-







Обзор событий www.press.spb.ru







Александр Мигель («Регент-Арт»), Дмитрий Панфилов (Stora Enso) и Марат Смирнов (UPM Raflatac) рассказали участникам семинара о бумагах, картонах и самоклеящихся материалах для печати, а также представили разнообразные удобства схем поставки и логистики.

стве упаковки для шоколада, косметики, фармацевтических препаратов и продуктов питания и поставляется в диапазоне плотностей от 225 до 355 г/м².

Chromocard в свою очередь отличается большим диапазоном плотностей (180–400 г/м²) и подходит для массы полиграфических идей. Версию картона Chromocard НВ отличает большая пухлость и жёсткость. Возможные применения картона: календари, открытки, обложки, дисплеи, папки, приглашения, элитная упаковка.

Также был представлен премиальный картон Ensocoat с исключительной гладкостью поверхности (обеспечивает превосходную жёсткость и прочность на изгиб) и Ensocoat 2S (версия с одинаковым мелованием с обеих сторон).

Марат Смирнов (UPM Raflatac) ознакомил присутствующих с обширным ассортиментом и особенностями самоклеящихся материалов, которые «ЮПМ Рафлатак» и «Регент-Арт» предлагают на российском рынке. Отдельно докладчик отметил инновационные разработки компании и широкий спектр неповторимых материалов. Особый интерес вызвали материалы для цифровой печати.

В числе преимуществ UPM Raflatac:

- Широкий выбор самоклеящихся бумаг и плёнок для различных типов печати: офсетная, трафаретная, цифровая, высокая, глубокая, термопечать, горячее тиснение, лазерная, струйная и пр.
- Различные типы клея (постоянный, экстра-постоянный, съёмный, стикерный, «текстильный», deep freeze).
- Баланс между гильотинированием и адгезией. Клей не течёт, не налипает на ножи.
- Высокие показатели при вырубке этикеток малых и сложных форм.
- Большой выбор дизайнерских материалов в сервисе мультипалета (в рамках одной палеты можно комбинировать различные сорта).
- Бумаги и плёнки для цифровой печати в сервисе мультипаллета.
- \bullet Широкие возможности для нестандартных заказов материал, формат, тип клея.
- Стабильное однородное производство.

Слаженный ансамбль Kodak

Заключительную часть семинара провели представители компаний КОРАК и «НЦ Лоджистик». С приветственным словом выступил руководитель отдела регионального развития КОРАК в России Сергей Парамонов. А Андрей Езерский («НЦ Лоджистик») выступил с докладом об эффективном ведении полиграфического бизнеса и новых индустриальных решениях. Отдельный интерес руководителей вызвала концепция различных способов ведения бизнеса и, соответственно, отвечающие наиболее «премиальной» из них решения Коdak — «материальные», аппаратные и программные.

Андрей Езерский выделил три типа ведения полиграфического бизнеса:

Прогрессивный (High-cost). Метод конкуренции: формирование спроса на новые продукты и технологии. Создание рынков, ниш, решений для сохранения маржинальности предприятия.

«Крепкое хозяйство» (Medium-cost). Метод конкуренции: надёжное исполнение стандартных заказов. Рациональная минимизация расходов, ограничение возможностей и задач. Сложившийся круг постоянных клиентов.



Андрей Езерский («НЦ Лоджистик») убедительно представил преимущества Kodak.

Low cost: «преимущества» и их цена

«Преимущество»	Влияние на экономику предприятия
Низкие цены	Затраты на постоянный поиск клиентов (клиентура нелояльна) Риск убытков
Экономия вложений в оборудование (покупка «дешевого», б/у и т.п.)	Высокая нагрузка на поддержание работоспособности (б.у. = новое в рассрочку, никогда не станет новым) Работа со средним и ниже качеством, только базовые возможности: конкуренция только по стоимости Зависимость от персонала (который может «вытянуть» из оборудования и готов работать на предложенных условиях
Экономия на персонале	 Рост затрат из-за текучки (обучение, персонал постоянно неопытен) Квалификация не позволяет принимать грамотные решения при закупках (выбор оптимальной технологии)
Экономия на расходных материалах	Усиливается износ оборудованияОграничиваются возможностиНе считается влияние на экономику в целом

Medium cost: риски ценовой конкуренции

Позиция	Влияние на экономику предприятия
Постоянные заказчики	- Лояльные клиенты увеличивают устойчивость предприятия
«Рациональный подход» к выбору оборудования и его обслуживания	 Оборудование приобретается без запаса по производительности и возможностям Сохраняется зависимость от персонала Ограничение возможностей и задач ведет к риску ценовой конкуренции Компания не выделяется на рынке, нет возможности конкурировать по возможностям
Стабильность персонала	- Возможности оборудования используются в рамках компетенции персонала, ориентир на стандартные задачи
«Рациональный подход» к выбору расходных материалов	Обеспечивают выполнение стандартных задач Дополнительные возможности не поддерживаются Не учитывается бизнес-эффективность новых технологий

High cost: конкуренция в элитном клубе

Принцип	Выгода
Конкуренция через формирование спроса на новые продукты и технологии	 Выход из ценовой конкуренции, конкуренция возможностей Сохранение себя в высокомаржинальной нише Монетизация технологий
Оборудование, технологии, персонал – стабильная платформа для создания эксклюзивного продукта	 Уменьшение количества конкурентов за счет эксклюзивности продукта Прямая экономическая выгода от новых технологий Привязка клиента к типографии по ключевым видам продукции Оптимальный выбор технологических путей развития
Автоматизация производства, оптимизация процессов	Сокращение времени производственного цикла Постоянные затраты предприятия распределяются на большее количество продукции Снижение себестоимости единицы продукции на 10-15% Уменьшение рисков «человеческого фактора» Автоматизация предполагает анализ и оптимальную реструктуризацию производственных процессов

Короткий бизнес-цикл (Low-cost). Метод конкуренции: высокий оборот при низкой прибыльности. Способ борьбы за клиента — демпинг. «Достаточное» качество, «достаточный» сервис. Уменьшение себестоимости за счёт экономии на персонале, оборудовании, его обслуживании.

А распределение затрат в себестоимости полиграфического продукта докладчик предложил оценивать в следующих пропорциях: персонал (Φ OT, налоги) — 15–20%, бумага — 50–70%, прочие расходные материалы — 5–12%; прочие производственные расходы — 15%.

В соответствии с этими исходными Езерский развил чрезвычайно заинтересовавшие аудиторию выводы, которые мы кратко представим таблицами из его презентации (табл. 1, табл. 2, табл. 3). Данные выкладки были подтверждены некоторыми практическими примерами.

Опыт типографии «Альфа-Дизайн» был приведён в качестве образца монетизации технологий. «Альфа-дизайн» — пионер применения беспроцессорной технологии СtР в РФ. Её внедрение было связано с проблемами помещения, водоснабжения, утилизации. В результате была получена «зелёная» сертификация, что открыло доступ к заказам глобальных брендов, которые ставят это условием сотрудничества.

Типография «Парето-принт». За счёт применения стохастического растрирования предприятие получило ряд крупных эксклюзивных заказов и удерживает их.

Вторым примером конкуренции возможностей было приведено внедрение стохастики в типографском комплексе «Советская Сибирь». За счёт этого усовершенствования технологии предприятие получило вскоре после запуска значительный объём дополнительных заказов, за счёт востребованного местным рынком преимущества в качестве.

Ещё один пример из того же ряда — внедрение ряда технологических решений Kodak на «**Первом Полиграфкомбинате»**. Результаты внедрения:

- За счёт применения автоматизации увеличена производительность на участке препресс.
- Применение инструмента связи с клиентами через интернет InSite Prepress Portal высвободило дополнительные ресурсы.
- Применение стохастического растрирования уменьшило расходы на приладке в листовой печати (ускорение выхода на результат по цвету).

Далее присутствующие были ознакомлены с новыми возможностями в сфере допечатных процессов, которые предлагает КОРАК: обзор формных и аппаратных решений.

Докладчик отдельно остановился на возможностях пластин последнего поколения Kodak Sonora XP: увеличена тиражестойкость, уменьшена энергоёмкость, поддерживается работа в условиях UV-печати без обжига, работа с пластиной стала более комфортной.

Как оптимальное решение для малых и средних предприятий были представлены CtP Kodak Achieve T400/T800. В числе их преимуществ:

- Сконструированы на платформе Trendsetter.
- Головка новейшей конструкции, новая оптическая система.
- Оптимизированы для решения базовых задач.
- Оптимизировано обслуживание.
- Поддержка беспроцессных форм.
- Оптимальное соотношение «цена качество».

И в качестве финального аккорда докладчиком была предложена формула «Kodak: завершённый ансамбль решений»:

- Программные средства допечатной подготовки (завершённое решение приёма, утверждения, оптимизации и вывода файлов).
- Аппаратная платформа вывода для задач офсетной и флексографической печати.
- Расходные материалы: пластины, химия, технологии.

В финале дружеский турнир

Закончился семинар вопросами и обсуждениями, групповым фото и дружеским ужином. По завершению семинара по сложившейся традиции был проведён боулинг турнир среди гостей семинара. Достойную игру продемонстрировали генеральный директор типографии «МТФ ПРИНТ» Мустафаев Мустафа Галимович; менеджер типографии «Литас+» Кудрявцев Николай Владимирович; коммерческий директор компании «Студия НП-Принт» Богданов Сергей Яковлевич и представитель прекрасной половины человечества главный технолог типографии «НП-Принт» Калаянина Ирина Владимировна. По итогам данного турнира призёрам были вручены памятные сертификаты от компании «Регент-Арт».



Оптимальная конфигурация

Французская типография предлагает оптимальный набор услуг благодаря офсетным и цифровым печатным машинам Heidelberg

В 2014 году типография JF Impression из города Монпелье (Франция) совершила очередной рывок в техническом оснащении, установив на своём производстве несколько крупных машин. Владелец и управляющий директор Жак Фабрега (Jacques Fabrégat) сделал выбор в пользу надёжных и производительных машин, гарантирующих клиентам оптимальный сервис, а его компании — успех. Типография первой во Франции купила 8-красочную машину Speedmaster XL 106 с устройством переворота, печатающую со скоростью 18 тысяч оттисков/час. Её установили в марте, Speedmaster XL 106 заменила собой две машины формата 50×70 см, что позволило увеличить скорость и повысить производительность без ущерба для качества.

Также JF Impression инвестировала в новую цифровую машину Linoprint С 751 и послепечатное оборудование: в январе этого года был запущен ВШРА Stitchmaster ST 450, в июле — фальцевальная машина Stahlfolder KH 82.

Скачок производительности благодаря Speedmaster XL 106

Как и остальные машины в JF Impression, новый Speedmaster оснащён системой Prinect Inpress Control системой для спектрофотометрического контроля цвета и корректировки приводки в линию, которая экономит массу времени и существенно уменьшает объём макулатуры. Для машины, которая печатает с переворотом на скорости 18 тысяч оттисков/час, точность приводки и стабильный цвет особенно важны. Система AutoPlate XL выполняет автоматическую смену форм одновременно во всех восьми секциях за рекордно короткие 100 секунд. На сегодняшний день машина Speedmaster XL 106 в такой конфигурации является самой эффективной на рынке для производства как средних, так и малых тиражей. Быстрая подготовка даёт такую экономию времени при частых сменах заказа, что офсет выигрывает соревнование у цифровой печати.



Первая во Франции 8-красочная машина Speedmaster XL 106 с устройством переворота и скоростью до 18 тысяч оттисков/час установлена в типографии JF Impression.



Цифровая машина Linoprint C 751 отличается точностью приводки и высоким качеством цвета. Машина очень быстро печатает сверхмалые тиражи, не допуская компромиссов в отношении качества.



Производственные цеха типографии JF Impression оборудованы едва ли не исключительно техникой Heidelberg.

Также печатная машина Speedmaster XL 106 отличается энергоэффективностью и экономным расходованием ресурсов, что делает её наиболее экологически безопасной в своём классе.

Linoprint C 751 выполняет шитьё сверхмалых тиражей с помощью специализированого послепечатного модуля

Для модернизации парка цифровых машин Жак Фабрега выбрал модель Linoprint C 751 с послепечатным модулем, способным выполнять шитьё внакидку, и дополнительным лотком для загрузки листов максимально возможного формата (330×630 мм). Управляет машиной Prinect Digital Print Manager — программа, интегрированная в систему Prinect Prepress Manager. Через этот специализированный интерфейс осуществляется ввод всех параметров и данных, предназначенных цифровым машинам. Машина отличается выдающейся точностью приводки и высоким качеством цвета. Таким образом, печатая сверхмалые тиражи очень быстро, у типографии нет необходимости жертвовать качеством.



Дружный коллектив типографии JF Impression. На сегодняшний день в типографии в три смены трудятся сорок четыре человека.

Главное — интересы заказчика

«JF Impression — давний клиент Heidelberg. Наше партнёрство базируется на взаимном доверии, — говорит Фабрега. — Мы добиваемся успеха, удовлетворяя запросы клиентов. Поэтому оборудование всегда должно быть лучшим, позволяющим работать эффективно».

Типография является членом ассоциации французских полиграфистов ImpriFrance; имеет экологический знак качества Imprim'Vert; использует бумаги, сертифицированные Европейским лесным советом бумаги (FSC/PEFC). В 2012 году был получен сертификат ISO 12647-2 после стандартизации технологических процессов специалистами Heidelberg. В три смены трудятся сорок четыре человека, производя разнообразную продукцию, в том числе в сегменте полиграфии премиум-класса. В числе клиентов типографии на сегодняшний день — многочисленные рекламные агентства и промышленные компании разного профиля, которые высоко ценят профессионализм JF Impression и оперативность при выполнении заказов.



Типография JF Impression — давний клиент и поклонник оборудования Heidelberg. Свидетельством тому — оригинальная стоп-цилиндровая машина.





Непревзойденное качество печати благодаря эффективным высокопроизводительным принтерам HP Designjet Z6600 и HP Designjet Z6800 линейки Production





Принтер HP Designjet Z6600 (1524 мм (60 "), 6 цветов)

Принтер HP Designjet Z6800 (1524 мм (60 "), 8 цветов)

Высокая эффективность и скорость печати

• Печать со скоростью до 140 $\text{m}^2/\text{ч}$ (1500 $\text{ф}\text{t}^2/\text{ч}$) в быстром режиме и 20 $\text{m}^2/\text{ч}$ (212 $\text{ф}\text{t}^2/\text{ч}$) в режиме высокого качества

Впечатляющее качество изображения

- Тонкие оттенки благодаря технологии HP Multi-Dimensional Smart Drop Placement (HP Designjet Z6600)
- Уникальная цветопередача: чернила HP Vivid Photo Inks с хроматическим красным цветом обеспечивают широкую цветовую гамму и равномерный глянец (HP Designjet Z6800)
- Создание уникальных черно-белых отпечатков: три оттенка черных чернил НР гарантируют насыщенные и плавные цветовые переходы

Эффективная печать и возможность управления цветом

- Точная передача цвета благодаря профессиональной эмуляции цветов НР PANTONE® и встроенному ПО Adobe® PostScript®/PDF5 (HP Designjet Z6600)
- Создание пользовательских профилей ІСС и точная цветопередача благодаря встроенным в принтер спектрофотометру и центру управления цветом (HP Designjet Z6800)

HP предоставляет клиентам новые возможности широкоформатной печати, позволяющие расширить ассортимент предлагаемых услуг

Профессиональные принтеры серии HP Designjet Z способствуют эффективному развитию бизнеса

НА ПРОТЯЖЕНИИ БОЛЕЕ ТРЁХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ КОМПАНИЯ НР ЗАНИ-МАЛАСЬ ВНЕДРЕНИЕМ ИННОВАЦИЙ, ПРЕОБРАЗУЯ СПОСОБ РАБОТЫ, КОТОРОМУ СЛЕДУЮТ ПРОФЕССИОНАЛЫ В ОБЛАСТЯХ АРХИТЕКТУРЫ, ПРОЕКТИРОВАНИЯ, СТРОИТЕЛЬСТВА, ГЕОДЕЗИИ И ГРАФИКИ.

Всё началось в конце 70-х годов XX века с перьевого плоттера, а теперь воплотилось в отраслевом стандарте — языке описания изображений HP-GL. В начале 90-х годов прошлого века в HP разработали технологию струйной печати, которая применяется в принтерах Designjet и которая сделала чёрно-белую печать простой, быстрой и доступной. В этом же десятилетии на принтерах HP Designjet была реализована цветная печать с большой скоростью и возможность печати изображений высокого разрешения, а также сложных файлов большого формата, что позволило передавать информацию на архитектурных чертежах более достоверно, чем когда-либо прежде.

В новом тысячелетии принтеры Designjet получили ещё более высокие скорости печати и стойкие к солнечному свету чернила, что позволило поставщикам услуг печати и графическим дизайнерам создавать продукцию как для использования внутри помещений, так и за их пределами. В фотографии широкоформатная печать также пришла на смену использованию галогенидов серебра, продемонстрировав, что принтеры HP Designjet позволяют добиваться высокого качества изображений, а отпечатки могут сохраняться до 200 лет.

В 2010 году с развитием мобильных устройств и распространением глобализации НР выпустила первое поколение принтеров Designjet серии ePrinter с подключением к Интернету и первое широкоформатное МФУ eMFP, которое совмещало в себе возможности копирования, сканирования и печати. Использование HP Designjet ePrint & Share позволяет профессионалам в сфере архитектуры, проектирования и строительства получать доступ к проектам, просматривать их и печатать вне зависимости от того, где они находятся. На данный момент более трёх миллионов принтеров HP Designjet было продано в самых разных уголках мира, что сделало линейку устройств Designjet лидером рынка, обладающим самым широким спектром моделей широкоформатных принтеров для профессионалов, работающих как самостоятельно, так и в больших командах.

Непрерывное внедрение инноваций и лидирующие позиции, занимаемые в сфере широкоформатной печати, требуют обстоятельности в научно-исследовательской деятельности и в производственном процессе, строгого соблюдения отраслевых стандартов и постоянного опережающего мышления, а также регулярного получения обратной связи от клиентов, чтобы улучшать выпускаемые устройства и применять новые разработки.

Вот почему HP Designjet нацелен на будущее — на использование облачных сервисов для поиска новых способов более эффективной работы профессиональных дизайнеров в мире, который с каждым днём становится всё более цифровыми.





Плановое обновление модельного ряда порадует самыми быстрыми в отрасли широкоформатными фотопринтерами с шириной печати 152 см (6о дюймов) — HP Designjet Z6600 Production Printer и HP Designjet Z6800 Photo Production Printer. Они станут незаменимыми помощниками для организаций малого и среднего бизнеса.

Новые принтеры HP Designjet обеспечивают высокую скорость и непревзойдённое качество печати

Новые профессиональные фотопринтеры HP Designjet Z6600 Production Printer и HP Designjet Z6800 Photo Production Printer обеспечивают дополнительный прирост производительности благодаря в 1,5 раза более высокой скорости печати по сравнению с устройствами HP предыдущего поколения. Укроме того, эти принтеры обеспечивают высочайшее качество и стойкость отпечатков, предназначенных для использования в помещениях, — они сохраняют свои свойства в течение 200 лет.

Благодаря оптимизированной структуре чернил принтер HP Designjet Z6600 Production Printer расходует на 30% меньше чернил по сравнению с предыдущей моделью 4 , что позволяет экономить время и деньги.

Принтер HP Designjet Z6800 Photo Production Printer обеспечивает непревзойдённое качество и высокую скорость печати благодаря расширенным средствам управления цветопередачей, в том числе встроенному спектрофотометру, и хроматическим красным чернилам HP, обеспечивающим более широкий цветовой охват и равномерное глянцевое покрытие. 5)

«Мы работаем со многими профессиональными фотографами, которым требуется высочайшее качество при больших объёмах печати, поэтому при выборе принтера мы в первую очередь обращаем внимание на качество изображения и производительность, — говорит Оскар Дж. Фарелл (Oscar G. Farell), директор по маркетингу компании AP Photo Industries. — Новый широкоформатный фотопринтер HP Designjet Z6800 не только полностью удовлетворяет наши требования к скорости и надёжности печати — его приобретение позволило нам отказаться от трёх других устройств без ущерба для качества изображения».

Где найти и у кого приобретать эти принтеры?

Продажа, установка и обслуживание этих инновационных устройств требует профессионализма и высокой квалификации. Именно поэтому производитель очень избирательно подходит к выбору партнёров среди российских поставщиков оборудования. Таких компаний немного на территории России. Компания BERNULLY — одна из авторизованных партнёров НР по продажам и сервисному обслуживанию высокопроизводительных широкоформатных устройств серии HP Designjet.

«Многолетний опыт и профессионализм, широкий ассортимент склада и сертифицированные технические специалисты — вот что нужно и важно для наших заказчиков широкоформатного оборудования, — говорит Елена Телеш, директор по маркетингу компании BERNULLY. — Мы это хорошо понимаем и стремимся поддерживать высокий уровень обслуживания: сотрудники проходят регулярное обучение в НР, и это им позволяет достаточно быстро сформировать индивидуальное решение, включающее и оборудование, и расходные материалы, и бумагу и материалы для печати; для заказчиков широкоформатного оборудования мы предлагаем бесплатный пакет услуг — доставка плюс установка и настройка оборудования, оказываем постоянную поддержку в случае возникновения каких-либо вопросов по эксплуатации и обслуживанию. И это не только на территории Северо-Западного округа, но и за его пределами».

⁹ Фактическая стойкость зависит от носителя. Дополнительные сведения см. по адресу www.hp.com/go/mediasolutionslocator. Для получения наилучших результатов рекомендуется использовать нерастягивающиеся ткани. Для пористых тканей требуется контейнер для сбора чернил.
²⁰ Скорость печати принтеров HP Designjet Z6600 и Z6800 на 54% выше скоро-

²⁾ Скорость печати принтеров HP Designjet Z6600 и Z6800 на 54% выше скорости печати принтера HP Designjet Z6100 (по результатам внутреннего тестирования HP).

3) Стойкость изображений при использовании в помещениях (не под воздействием прямых солнечных лучей) определена лабораторией HP Image Permanence Lab и компанией Wilhelm Imaging Research, Inc. для ряда носителей HP. Дополнительные сведения см. по адресу www.hp.com/go/supplies/printpermanence.

[№] Принтер HP Designjet Z6600 расходует на 30% меньше чернил, чем принтер HP Designjet Z6100 (по результатам внутреннего тестирования HP при печати на гляниевых носителях в рабочем режиме)

глянцевых носителях в рабочем режиме).

В данном принтере HP Designjet используется спектрофотометр із компании X-Rite. В результате тесного сотрудничества компаний HP и X-Rite было создано эффективное решение, полностью соответствующее требованиям клиентов к качеству, надёжности и удобству эксплуатации.



Feeling Good with SeekBA

Такие довольные клиенты, как Геннадий Воронин, 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.

000 «КБА РУС»

119313 Москва, Ленинский проспект, 95a Тел. (495) 782-13-77, факс (495) 937-52-45, E-mail: kba@kba-print.ru, Internet: www.kba-print.ru

Филиал 000 «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



Зарубежный опыт



Благодаря скорости печати до 20000 листов в час KBA Rapida 106 является самой быстрой машиной среднего формата на мировом рынке. Благодаря нетто-скорости почти 19000 листов/час типография Winston Packaging в Северной Калифорнии установила мировой рекорд.

Производственный рекорд Rapida 106 в типографии Winston Packaging

Нетто-скорость 18964 листа в час позволила отпечатать 127625 листов менее чем за семь часов

КВА North America Inc поздравила своего клиента — типографию Winston Packaging в Уинстон-Салем (Северная Калифорния) с мировым рекордом производительности. Упаковочная типография, которая является семейным предприятием и существует более ста лет, 11 августа 2014 года отпечатала на своей шестикрасочной машине КВА Rapida 106 127625 листов картона в формате 74×106 см менее чем за семь часов. Это соответствует средней скорости печати в 18964 листов в час.

Такая высокая средняя скорость была достигнута благодаря тому, что Rapida 106 имеет самую высокую максимальную скорость в своём форматном классе по сравнению со всеми другими листовыми офсетными машинами — 20000 листов/час. Джеймс Гордон, президент и управляющий Winston Packaging: «Мы гордимся, что работаем в нашей типографии на такой высокопроизводительной машине. Этот впечат-

ляющий рекорд ещё раз подтверждает наше решение в пользу КБА и в пользу самой продуктивной машины на мировом рынке».

Установке этого рекорда способствовало стечение благоприятных обстоятельств. В этот день на машине работала лучшая команда печатников и им была доступна целая фура картона хорошего качества. Джеймс Гордон: «Мы достаточно часто печатали такой же точно заказ, но раньше не могли уложиться ни в восьмичасовую, ни в девятичасовую смену, так как максимальная скорость печати составляла чуть более 17500 листов/час. Теперь наши талантливые печатники показали, что может Rapida 106, если правильно использовать её технические возможности».

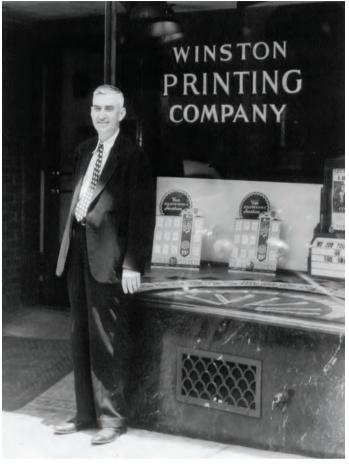
Winston Packaging не только смогла достичь в августе этого года на Rapida 106 такой высокой производственной скорости, о которой многие другие типогра-

фии могут только мечтать. Помимо этого, семейное предприятие было отмечено Советом по картонной упаковке (Paperboard Packaging Council-PPC) за высокий стандарт производственной безопасности, выразившейся в пятистах тысячах часах.

Машина Rapida, установившая рекорд, была запущена в производство в январе 2013 года и была первой машиной КБА в типографии Winston Packaging. Гордон комментирует: «Эта машина объединяет в себе два мира — кратчайшее время переналадки и высочайшую скорость печати. Нашим печатникам нравится Rapida 106, и они с удовольствием используют её высокий уровень автоматизации. Также машина производит впечатление и на наших клиентов, когда они видят её в работе».

Гордон и его команда гордятся рекордной скоростью работы машины. «Как собственник семейного предприятия с 103-летней историей и представитель третьего поколения владельцев я могу со знанием дела сказать, что это наш первый мировой рекорд как минимум за 36 лет, которые я работаю в типографии», — говорит он с улыбкой.

Winston Packaging была основана в 1911 году в центре Уинстон-Салема Александром Г. Гордоном как коммерческая типография. Основатель типографии был помощником переплётчика и хотел принести больше цвета в печатную продукцию. Вскоре одним из крупных клиентов типографии стала компания R.J. Reynolds Tobacco Co. и остаётся им уже 82 года. В 1953 году сын Джон Р. Гордон принял на себя руководство компанией. Будучи профессиональным инженером он делал ставку на современные технологии и внедрил в типографии офсетную печать, а также индустриальные производственные процессы и систему менеджмента предприятия. Со временем предприятие преобразовалось из акцидентной типографии в упаковочную



Этой семейной типографии из США уже более ста лет.

типографию и в 1999 году изменило своё имя с Winston Printing на Winston Packaging. Сегодня предприятие насчитывает 46 сотрудников и разрабатывает и производит упаковку из картона для товаров массового потребления для различных производителей в США и Канаде.

Автор: Дебора Тос. Перевод: Анна Перова

Слева направо: президент типографии Джеймс Гордон, печатник Клиффорд Буллин, руководитель типографии Кевин Соузерн, печатник Дэвид Нельсон и руководитель производства Вик Теддер с памятной табличкой, посвящённой производственному рекорду на КВА Rapida 106 в типографии Winston Packaging.



Лучшая упаковка года

Конкурс **Pro Carton ECMA Award** привлёк в 2014 году компаний-участниц больше, чем когда-либо ранее. На конкурс было представлено 120 работ — за всю историю конкурса только один раз их было больше. В жюри конкурса вошли специалисты из разных областей, имеющих отношение к упаковке: Саткар Гидда (председатель жюри) — дизайн, Стэн Аккерманс (Mars) и Мартин Лух (Nestlé) — брендинг, Марко Атцбергер (EHI Retail Institute) — розничная торговля. Специальный консультант жюри Петер Клейн Спроккерхорст оценивал технические особенности представленных работ. Геерт Верлинден, специалист по инновациям одного из европейских лидеров в области упаковки — компании Van Genechten, вошёл в состав жюри конкурса молодых дизайнеров Pro Carton Young Designers Award.

На конкурсе было представлено множество удачных решений, что и вызвало восхищение жюри, участники конкурса уделили много внимания созданию согласованных концепций упаковки продукции и её маркетинга.

КАРТОННАЯ УПАКОВКА ГОДА FERNANDA BRANDAO

Заявитель/производитель картона: Stora Enso Изготовитель упаковки: Carl Edelmann Владелец бренда: Cura Marketing Дизайн конструкции: Carl Edelmann Графический дизайн: Lifestyle Distribution

Чистая динамика

Перед разработчиками стояла задача одновременно простая и сложная: упаковка должна была повторять форму флакона, при этом выполнять задачу привлечения внимания и выглядеть динамично. Такая идея родилась у владельца бренда. Отдел маркетинга компании Сura предоставил макет флакона и заказал картонную упаковку в том же стиле: такой же призматической формы с такими же углами. Углы и пропорции. Даже по цвету упаковка должна была соответствовать флакону.

Разработка упаковки заняла в общей сложности шесть месяцев. Её форма напоминает форму кристалла природного (неогранённого) аметиста и доводит до покупателя «послание продукта»: неорганиченная мощь, «чистая динамика» и харизма во всём.

Мнение жюри

Члены жюри были восхищены не только прекрасным полиграфическим исполнением этой упаковки и продуманным использованием в ней голографических элементов, но и, главным образом, её асимметричной формой. По их словам, они ещё не сталкивались с такой оригинальной формой. Благодаря сочетанию формы, качества печати и отделки получилась уникальная упаковка, которая будет прекрасно выделять свой продукт на полке с другими продуктами этого высококонкурентного рынка.





ПРИЗ ЗА ЭКОЛОГИЧНОСТЬ CONFISERIE REBER, РОЖДЕСТВЕНСКИЙ КАЛЕНДАРЬ С КОНФЕТАМИ

Заявитель/изготовитель упаковки: Mayr-Melnhof Packaging Austria

Владелец бренда: Paul Reber

Дизайн конструкции: Mayr-Melnhof Packaging Austria

Графический дизайн: Paul Reber Производитель картона: Stora Enso

Положение обязывает

В начале 2013 года компания Reber обратилась к Mayr-Melnhof Packaging Austria с очень сложным заказом на создание упаковки. Идея состояла в том, чтобы заменить пенополистирол в конфетных ячейках-держателях рождественских календарей компании на картон. Удалось достичь всех основных целей: простоты в обращении с календарями, точности в размещении конфет, благодаря картонной спирали (технология Twister), которая позволяет компенсировать разницу в высоте вкладываемых конфет, а также оптимального уровня защиты содержимого. С момента первого совещания по проекту до появления новых рождественских календарей с конфетами на полках магазинов прошло всего шесть месяцев.

Мнение жюри

Члены жюри впервые увидели рождественский календарь настолько сложной конструкции. Ячейки для конфет поддерживаются картонными пружинами-спиралями, благодаря чему конфеты надёжно фиксируются в ячейках. После вынимания конфеты из ячейки дно ячейки поднимается, и углубления на этом месте не остаётся. Эта новая конструкция для размещения конфет, изготовленная исключительно из картона, теперь используется вместо применявшейся ранее упаковки с пенополистиролом. По мнению членов жюри, это замечательный продукт, изготовленный из одного материала, который намного лучше пригоден для переработки после использования.

САМЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ/ФАРМАЦЕВТИКА ARTELAC SPLASH, РАЗДАТОЧНОЕ УСТРОЙСТВО-ДОЗАТОР

Заявитель/изготовитель упаковки: Mayr-Melnhof Packaging Austria

Владелец бренда: Bausch & Lomb

Дизайн конструкции: Mayr-Melnhof Packaging Austria

Графический дизайн: Bausch & Lomb

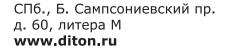
Производитель картона: Iggesund Paperboard

«Умная» конструкция

Главное требование — конструкция упаковки должна обеспечивать её автоматическое закрывание после извлечения части содержимого, чтобы защитить оставшийся в ней продукт от пыли и ультрафиолетового излучения. В ММР решили эту проблему, разработав раздаточное устройство-дозатор «умной» конструкции, которому не требуются дополнительные части, такие как стягивающие резиновые ленты. Характерная сужающаяся форма и функция самозакрывания — уникальные особенности этого решения, причём не только для упаковки фармацевтических продуктов.



Навстречу ярким идеям!







Это решение члены жюри оценили столь высоко, что присудили упаковке сразу две награды — специальный приз «Самый инновационный продукт», а также приз в номинации «Фармацевтика». Весь цикл создания продукта, от начала разработки до вывода на рынок, занял примерно десять месяцев. Bausch & Lomb удалось сделать продукт значительно более привлекательным и добиться роста его продаж. В результате ММР получила повторный заказ на упаковку.

Мнение жюри

Эта картонная упаковка имеет «умную» конструкцию. Снаружи она кажется простой, но её создание потребовало тесного взаимодействия конструкторов и производителя упаковки, и в результате удалось полностью удовлетворить все требования, предъявляемые к проектируемому изделию. Упаковка на полке имеет привлекательный вид, но самое интересное в ней то, с чем члены жюри ранее не сталкивались, — функция самозакрывания.



KOCMETИKA PLEATS PLEASE L'ÉLIXIR

Заявитель/изготовитель упаковки: CD Cartondruck
Владелец бренда: Beauté Prestige International (BPI)

Дизайн конструкции: Beauté Prestige International (BPI), Shiseido International France (SIF)

Графический дизайн: **Марин Креспен** Производитель картона: **SAPPI**

Изысканная элегантность

Контакт потребителя с продуктом начинается с упаковки: упаковка должна сразу же «зацепить взгляд». Редко можно встретить упаковку с настолько чётко обозначенным посланием и стилистическим решением. И название, и дизайн складок — составная часть бренда — линии Issey Miyake. Флакон завёрнут в складчатый мешочек, верх флакона имеет волнистую форму, а складки не только напечатаны на упаковке, но и вытиснены на ней. Сложное тиснение притягивает взгляд потребителя. В упаковке выражены

и простой, естественный стиль бренда, и роскошная элегантность. В отделке присутствуют многоуровневое тиснение и матовый лак, что требует от производителя упаковки как опыта, так и технической точности.

Мнение жюри

В этой категории всегда бывают представлены великолепные экземпляры упаковки с яркими идеями. Конкурс этого года не был исключением. Эту упаковку отличают элегантность и качество, её дизайн обеспечивает хорошую узнаваемость, он прост, но вместе с тем эффектен. О бренде отчётливо напоминают фирменная филигранная эмблема в виде цветка, занимающая переднюю и одну из боковых сторон упаковки. Благодаря смелому сочетанию красного и белого, а также матовой отделке упаковка выглядит стильно и изысканно. Эту упаковку отличает красота изготовления и полиграфического исполнения; она действительно великолепна.



НАПИТКИ ВИСКИ ЈІМ ВЕАМ HONEY, ПОДАРОЧНАЯ УПАКОВКА

Заявитель/изготовитель упаковки: STI — Gustav Stabernack, Rainer Buchholz

Владелец бренда: Beam Deutschland

Дизайн конструкции: STI — Gustav Stabernack, Thomas Jonetzko Графический дизайн: PROOF — штатное агентство Beam Global

Производитель картона: Tullis Russell

Непревзойдённая гармония

Разработчики положили в основу упаковки характерную форму пчелиных сот. Матовая отделка, выборочное УФ-лакирование и лак со специальным эффектом позволили визуально усилить рисунок пчелиных сот, что должно понравиться покупателю. Кроме того, логотип и «сотовый» рисунок подчёркнуты тиснением, чтобы дать покупателю ещё и определённые тактильные ощущения. Форма пчелиной соты прослеживается и в очертаниях оконвырубок, в которых виден сам уникальный продукт.

Цветовое решение упаковки тоже подчинено «медовой» идее: жёлто-оранжевые и коричневые тона «передают» мягкий медовый вкус продукта. Отделка не только способствует узнаванию бренда и, следовательно, повышает вероятность покупки, но и подчёркивает его «премиальность». Комбинация матовых и глянцевых элементов отделки направляет взгляд покупателя и выделяет основные особенности этой подарочной упаковки. Помимо отделки и конструкции, важную роль играют и окна, они призваны донести идею о «внутренних достоинствах» бренда. Благодаря высококачественному картону и его отделке передаётся идея о высоком качестве продукта.

Мнение жюри

Эта упаковка соответствует составу напитка: «медовый» дизайн подчёркивает, что в состав виски входит мёд. Жюри понравилась ключевая идея дизайнеров упаковки: с помощью нескольких приёмов обратить внимание на присутствие мёда в напитке. О медовых сотах напоминают и печать, и тиснение, и форма окон-вырубок. Смелое цветовое решение упаковки с использованием жёлтого и чёрного, по мнению жюри, выделяет продукт среди продуктов-конкурентов на этом «тесном» рынке.

Типография "ТехМаркет"

предлагает Вашему вниманию эксклюзивные полиграфические подарки для Вас, Ваших партнеров и клиентов, для Ваших сотрудников, для Ваших друзей! Календари-Трио - традиционный корпоративный подарок! Он будет отличной рекламой весь год. Но как сделать, чтобы именно Ваш календарь занял почетное место на стене у Вашего партнера, а не оказался заброшенным в общей стопке корпоративных подарков? Ответ простой - сделайте Ваш подарок эксклюзивным, выигрышно отличающимся от других таких же календарей! Чем отличающимся? ФОРМОЙ и СОДЕРЖАНИЕМ! Мы все устали от шаблонов. Закажите календарь действительно необычной формы!

Ваш партнер этого достоин и непременно это оценит!



А вот персонализированный календарь-Трио!

На нем Вы сможете сделать персональное поздравление для каждого Вашего клиента и оставить персональное пожелание для каждого своего сотрудника!

Ведь нично нами не ценится так высоко, как личное обращение! Вы можете себе это позволить! Минимальный тираж - от 1 календаря!



Вас мучает вопрос, каким бы подарком удивить Ваших партнеров? Хотите подарить им то, чего им НИКОГДА не дарили?

Закажите у нас изготовление сувенирных игральных карт с фирменной символикой! Игра сувенирными картами с фирменной символикой - сможет стать хорошей "фишкой" любого корпоративного праздника!

www.tmprint.spb.ru

Цены - доступные. Минимальная партия - 10 колод.





КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ MULTIFLEX

Заявитель/изготовитель упаковки: PAWI Verpackungen

Владелец бренда: Bäckerei Kuhn

Дизайн конструкции: Stephan Springer, PAWI Verpackungen Графический дизайн: Bäckerei Kuhn/PAWI Verpackungen Производитель картона: Papeterie de Mandeure

«Пригоден везде»

Эта идея родилась в PAWI: было предложено разработать экологичное, оригинальное решение для создания внешне привлекательной упаковки для шоколада, печенья или кондитерских изделий с несколькими отделениями и без использования пластика. В поисках оптимальной конструкции в компании разработали прототип и обсудили его с производителями печенья и шоколада. Затем нашли оптимальный сорт картона и компанию-поставщика подходящего оборудования для упаковки. Вкладка Multiflex экологична и проста, поэтому она придаёт дополнительную привлекательность кондитерским изделиям. Картон вкладки жиростоек и сертифицирован на использование в условиях прямого контакта с пищевыми продуктами. Шоколадные изделия можно размещать непосредственно в отделения вкладки. Вкладки Multiflex могут производиться в промышленных масштабах. Они поставляются уже сфальцованными/ бигованными. Возможно их использование на линиях автоматической упаковки заказчика. Картонная вкладка — экологичная альтернатива применяемым сейчас пластиковым вкладкам.

Эта новая система оказалась очень удачной: изготовитель стал получать повторные заказы на неё быстрее, чем рассчитывал. Упаковки кондитерских изделий в торговом зале стали выглядеть намного более привлекательно. Почти все заказчики в Швейцарии уже перешли на использование упаковки с этой вкладкой; запланировано также внедрение этого изделия в Германии, Бельгии и Франции. В качестве примера можно привести «историю успеха» одного из заказчиков: после внедрения этого упаковочного решения объём его продаж вырос на 20%.

Мнение жюри

Члены жюри были единодушны: это решение для упаковки одновременно и эффективно, и привлекательно внешне. Вкладка разработана для использования в упаковках шоколада для продажи в магазинах самообслуживания. Вкладки этой серии изготавливаются разной формы и размеров: они разработаны для использования с картонными коробками различного размера, но при любом размере они обеспечивают надёжное удерживание кондитерских изделий. Жюри отметило сложность контуров высечки, за счёт которой достигается простота размещения вкладок в коробках перед добавлением в них шоколадных изделий.

ИЗДЕЛИЯ ДЛЯ МЕСТ ПРОДАЖ ПОДВЕСНАЯ ЛЕНТА ДЛЯ ПРОДУКТОВ PEPPERSMITH

Заявитель/изготовитель упаковки: **The Alexir Partnership**

Владелец бренда: Peppersmith

Дизайн конструкции: The Alexir Partnership Графический дизайн: B and B Studio Производитель картона: BillerudKorsnäs

Сильный импульс

Peppersmith выпускает мятную жевательную резинку. Компания столкнулась с проблемой, когда решался вопрос о продаже её продуктов через розничную сеть Boots, владеющую более 2500 аптеками. Boots хотела разместить продукты Peppersmith, но у неё не было свободного полочного пространства для выкладки. Поскольку продукт Peppersmith рассчитан на спонтанную покупку, крайне важно было найти хорошее решение для демонстрации жевательной резинки в местах продаж. Использование пластмассы было исключено: это не соответствовало бы «экологичному» имиджу бренда. Для размещения продукта была разработана конструкция с использованием картона, которая позволяла решить эту проблему: подвесная лента, которая прочно крепилась к полке и выдерживала многократные прикосновения покупателей. Конструкция ленты была тщательно проработана и обеспечивала простоту заполнения ленты товаром, отсутствие проблем при транспортировке ленты с товаром, а также лёгкость извлечения товара покупателем. Alexir использовала только картон, сертифицированный Советом по экологически рациональному использованию лесных ресурсов (FSC). При использовании ленты достигнуты более высокие объёмы продаж продукта, чем при традиционной его выкладке на полках.



Мнение жюри

Это обманчиво простое, но очень эффективное решение для размещения товара в торговом зале. Лента предназначена для размещения упаковок жевательной резинки. Её можно подвешивать в местах продаж, где покупатели смогут легко доставать из неё отдельные упаковки. В целом это отличное решение для демонстрации товара, очень удобное для покупателя.



ПИЩЕВЫЕ ПРОДУКТЫ УПАКОВКА ДЛЯ МОРОЖЕНОГО (GELATO BOX)

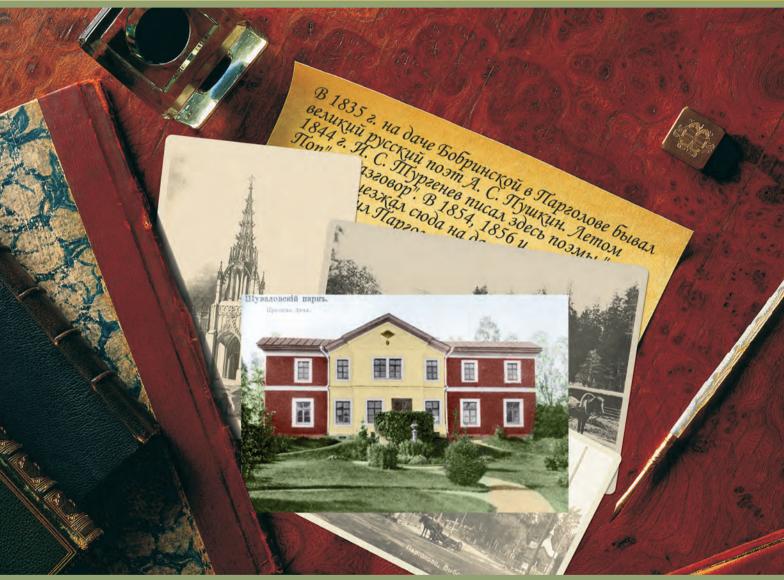
Заявитель/изготовитель упаковки: Pringraf

Владелец бренда: **Aloha** Дизайн конструкции: **Pringraf**

Графический дизайн: **Pringraf**

Производитель картона: Stora Enso, Cartularia





(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/м² Мелованная – от 65 г/м²

Очарование мороженого

Вначале в Aloha собирались использовать плетёную корзинку, считая картонную упаковку неподходящей. Но плетёные корзинки дороги, и Pringraf убедила заказчика использовать картон. Новая упаковка отличается от упаковок аналогичных товаров своим стилем оформления. Конструкторы сохранили изначальную форму упаковки, а «плетёную» поверхность создали с помощью высечки. В результате получилась более экологичная и менее дорогая упаковка. Форма упаковки и отделка обеих сторон картона создают впечатление уникального и натурального продукта. От начала создания упаковки до её появления на полках магазинов прошло всего три месяца! И заказчик добился своей цели: продажи продукта возросли. Новая упаковка помогла привлечь покупателей, которые искали продукт высокого качества или которые хотели сделать оригинальный подарок к столу. В результате Aloha не только удалось достичь целевого уровня продаж, но и значительно увеличить присутствие на рынке.

Мнение жюри

Члены жюри согласились в том, что это отличный вариант упаковки снеков на основе мороженого. Упаковка изготовлена из картона с матовой поверхностью: обратной поверхностью наружу, лицевой (белой) внутрь. Благодаря продуманно расположенным микропрорезям можно видеть содержимое коробки, что придаёт ей привлекательный вид.



ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТОВАРЫ ПОДВЕСНОЙ ДЕРЖАТЕЛЬ VIVA BOTTLE-HÄNGER

Заявитель/изготовитель упаковки: Bayer Kartonagen Austria

Владелец бренда: SIGG Switzerland

Дизайн конструкции: Bayer Kartonagen Austria Графический дизайн: Thank You Studio Производитель картона: BillerudKorsnäs

Оптимальная простота

Идею для этого решения подсказало похожее изделие ручной работы, уже присутствующее на рынке. Оно простое и привлекающее внимание, в нём могут подвешиваться бутылки серии SIGG VIVA. Держатель отличается простотой в использовании и технологичностью при его фабричном производстве.

Для изготовления подвесного держателя бутылок требуется очень мало материала. Подвесной держатель бутылок выглядит оригинально, а площадь его поверхности достаточна для размещения информации о продукте. Дизайнерское решение — чёткое и запоминающееся; оно адаптировано для линейки продуктов серии VIVA. Наличие складной «рекламно-информационной» части усиливает этот эффект. Держатель фиксирует бутылку надёжно, с защёлкиванием. «Рекламно-информационная» часть открывается нажатием пальца. Благодаря своей конструкции из запечатанного с одной стороны картона держатель фальцуется за один проход. Изделие полностью пригодно для вторичной переработки.

Мнение жюри

Членов жюри заинтересовало решение, позволившее удерживать и выгодно представлять в торговом зале товар сложной формы. Данная упаковка надёжно удерживает бутылку и, благодаря особенностям кон-

струкции, хорошо подходит для размещения в точках продаж. Использованный в упаковке картон достаточно прочен, чтобы обеспечить надёжную выкладку продукта. Это решение позволяет сократить размер упаковки до минимума и добиться максимального эффекта.



РЫНОК ТОВАРОВ MACCOBOГO ПОТРЕБЛЕНИЯ KOPOБKA ДЛЯ ЯИЦ EGGBOX 10ER HOFER GOLDLAND/FREILAND

Заявитель/дизайнер конструкции: eggbox

Изготовитель упаковки: Cartonic Packaging Group & Co.

Владелец бренда: Hofer, Sattledt, Австрия Графический дизайн: Франк Брокманн

Производитель картона: Careo and Papierfabrik Adolf Jass

Функциональное совершенство

Коробка, благодаря устойчивости конструкции, обеспечивает очень хорошую степень защиты своего хрупкого содержимого. Крышка открывается легко, поэтому потребитель сможет и быстро проверить количество оставшихся яиц, и надёжно закрыть коробку повторно. Большая площадь внешней запечатываемой поверхности позволяет заказчику упаковки (Hofer) разместить на ней много информации, необходимой конечному потребителю (таблицы пищевой ценности, знак качества, информация о происхождении товара).

Коробка обеспечивает очень хорошую узнаваемость бренда на полке. Пустые коробки могут вкладываться одна в другую, а также заполняться яйцами автоматически. Коробку можно использовать со всеми линиями по упаковке яиц, причём укладка яиц происходит быстро и эффективно. Штрих-код расположен в основании коробки, что упрощает его сканирование. В Австрии eggbox поставляет компании Hofer (члену группы ALDI Süd Group) коробки для яиц только этой системы.

Eggbox при производстве упаковки использует только энергию из возобновляемых источников, поставляемую Greenpeace Energy. Коробка изготовлена только из вторичного сырья, сертифицированного FSC. Соображения экологичности имели особое значение для компании Hofer при переходе от традиционной упаковки для яиц к коробкам новой конструкции. Информация об экологичности изделия указана компанией Hofer и на самой упаковке.

Мнение жюри

По мнению членов жюри, эта картонная упаковка имеет принципиально новую конструкцию, что обеспечивает более высокую степень защиты хрупкого содержимого по сравнению со многими традиционными конструкциями упаковки. Конструкция коробки обеспечивает её лёгкое открывание и закрывание после извлечения некоторого количества яиц. Упаковки этой конструкции могут поставляться в нескольких вариантах: например, есть коробки на двенадцать яиц с перфорацией посередине, которая позволяет легко разделить такую коробку на две коробки на шесть яиц. Коробки можно штабелировать для целей логистики. Они пригодны для использования на линиях автоматической фасовки.

Перевод журнала Publish, печатается в сокращении



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

ИСКУССТВО ДЕЛАТЬ КНИГИ

[подарочные издания]





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







+7 (812) 646-33-88

+7 (812) 646-33-77

Цифровая печать

Xerox color 1000 с лаковой секцией

Инновационные решения в цифровой печати!





Преимущества

Цифровая печать за 1 час!* Офсетная печать за 6 часов!* Оперативная доставка!*

* За более подробной информацией обращайтесь к менеджеру.

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



Берег Замечательных Открытий



Подробно об открытии, электронная версия и интернет-магазин на сайте:

http://spb.bereg.net