

ПЕЧАТНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ



PRINTING
TECHNOLOGY

23 | апрель – июнь 2026

проблемы
операционки

потери
прибыли

разочарование
от автоматизации

важны
люди

ИИ
в полиграфии

инвестиции
типографий
в 2026 году



SINO-LABEL
2026

Опять
про Китай

8

ОТЧЕТЫ
GELATO

Что
интересного?

90

ОПЯТЬ
«НЕ СОВПАЛО»

Цветовые
войны

116



print-pt.ru



ЗАО «НПК ЯрЛИ»

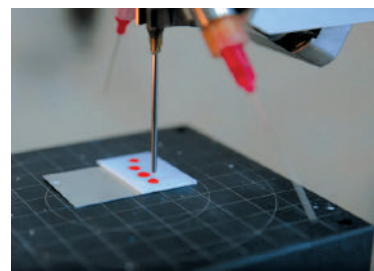
®ЯрЛИфлекс – УФ-отверждаемые лаки и краски
от российского производителя (г. Ярославль)



ПРОИЗВОДСТВО



НАУКА



ТЕХНОЛОГИИ

ЗАО «НПК ЯРЛИ» СПЕЦИАЛИЗИРУЕТСЯ НА НАУЧНОЙ РАЗРАБОТКЕ
И ПРОИЗВОДСТВЕ ЛАКОКРАСОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ КЛЮЧЕВЫХ
СЕКТОРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО РЫНКА РОССИИ.



Развитая научно-техническая
база предприятия



Новейшее высокотехнологичное
оборудование



Объемы производства –
более 33 тыс. тонн в год



Первый российский производитель
УФ-флексграфской краски



Реализацию продукции ЗАО «НПК ЯрЛИ»
для полиграфического рынка осуществляет
представитель – ООО «ИТАЛЕКО».

ИТАЛЕКО

Участник RosUpack 2026, павильон 3, зал 13, стенд D3073



От редакции

ПЕЧАТНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ



PRINTING
TECHNOLOGY

Вот и пришла долгожданная пора года.

Помните, как в той песне: «Вот и лето прошло, словно и не бывало». Пожалуйста, проживите это лето так, чтобы ни о чем не сожалеть, все успеть и как следует отдохнуть. Ну и, конечно, повидаетесь с коллегами на стендах и узнайте актуальную повестку дня на всеми нами любимых полиграфических выставках RosUpack и Printech.

В этом выпуске, в разделе «Открытие номера», поговорим об отчетах Gelato. Что примечательно, в переводе с итальянского слово gelato означает «мороженое». Но в статье пойдет речь совсем не об этом, хотя обложка говорит об обратном. Просто захотелось добавить летнего настроения. Обязательно прочитайте, пока не растаяло!

Заметили – второй выпуск подряд мы печатаем название нашего журнала на русском и английском языках? А все потому, что закон о русификации вступил в силу 1 апреля 2026 года, и эти изменения с нами навсегда. Теперь никаких ивентов, контентов, челенджей, вайбов, лайфхаков, мастхэвов, хейтеров, геймеров, трендсеттеров, хэдлайнеров, инфлюэнсеров и ньюсмейкеров.

Что, лайфхаки – всё? Да! Мы решили переименовать нашу постоянную рубрику «Лайфхаки для типографий» в «Секреты печатников». Почему секреты? Потому что опытные печатники ими не очень-то охотно делятся. Но мы верим, что эти советы очень полезны на производстве, поэтому будем продолжать узнавать и публиковать их в нашем журнале. А вы пользуйтесь на здоровье!

Еще в этом номере:

- слетаем на самую влиятельную китайскую этикеточную выставку;
- подчерпнем новые знания на весенних семинарах;
- порадуемся за чемпиона зимнего турнира по мини-футболу среди типографий;
- посетим бизнес-конференцию в Питере и слет полиграфистов в Минске;
- станем свидетелями награждения клиентов на юбилейной премии K+V Awards;
- прочитаем про ИИ в дизайне и допечатной подготовке, фотополимерные формы и эмоциональное воздействие этикеток в «Обзоре зарубежных СМИ»;
- узнаем больше о гуммирующих растворах в рубрике «С головой в офсет»;
- справимся с высоким релизом, разберем, что такое Re-Sticker и почему опять не совпал цвет в «Технических статьях»;
- познакомимся с измерительными новинками и победим налипание обложки в разделе «Секреты печатников»;
- поделимся опытом на техническом форуме в «Колонке Кохер+Бек»;
- полюбуемся на этикетки с ВИНОРУС. ВИНОТЕХ-2026 в «Экспертной колонке»;
- восхитимся милотой в разделе «Опекунство в фокусе»;
- проконтролируем вырубку и конгрев в чек-листе.

P.S. Обязательно заходите на стенд наших партнеров за печатным номером этого выпуска: мультибрендовое пространство «Артмарк»/«Кохер+Бек»/«Акопринт»/B2Print, павильон 2, зал 7





НОВОСТИ

ПОДТВЕРЖДЕННОЕ КАЧЕСТВО.....6	ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ЭТИКЕТОК 84
SINO-LABEL 20268	
SMART FACTORY 4.0.....8	
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ9	
KOCHER+BECK10	
«АКОПРИНТ»11	
«СМГ ТЕХНОЛОГИЯ»14	
B2PRINT 17	
«НИССА ЦЕНТРУМ»20	
«ТЕРЕМ»24	
«ОПТИФЛЕКС»27	
Сергей Белокуров29	
ФЛЕКСОГРАФСКАЯ ПЕЧАТЬ – ЗА ГРАНЬЮ ВОЗМОЖНОСТЕЙ 30	
ARTMARK FOOTBALL CUP 2026..... 34	
ВЫЕЗДНОЙ СЕМИНАР АКАДЕМИИ KOCHER+BECK 42	
PRINT PARK 2026: ВСЁ ПО НОВОМУ 46	
ЗАРУБЕЖНОЕ ПРИТЯЖЕНИЕ 56	
ЮБИЛЕЙНАЯ ЦЕРЕМОНИЯ KB AWARDS 66	
КОНЕЦ ЭПОХИ «СЕРЫХ» ПОСТАВОК: кейс Ricoh..... 72	
ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ	
ИИ В ДИЗАЙНЕ И ДОПЕЧАТНОЙ ПОДГОТОВКЕ.....76	
ОПТИМИЗАЦИЯ ЦЕХА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ФОТОПОЛИМЕРНЫХ ФОРМ 80	
	ОТКРЫТИЕ НОМЕРА
	НА ДЕСЕРТ – ОТЧЕТЫ GELATO 90
	От мечты о будущем – к проблемам операционки..... 92
	Где типографии теряют прибыль..... 93
	Почему автоматизация часто разочаровывает 94
	Почему для типографии все важнее люди, которые связывают процессы, данные и ПО 96
	Как по отчетам видится применение ИИ в полиграфии97
	Куда пойдут инвестиции типографий по версии Gelato 98
	Выводы 99
	ТЕХНИЧЕСКИЕ СТАТЬИ
	С ГОЛОВОЙ В ОФСЕТ: гуммирующие растворы.....100
	Состав и свойства 101
	Взаимодействие материалов при гуммировании.....103
	Очистка секций промывки и гуммирования.....104
	ЭТИКЕТКА НЕ СХОДИТ С ПОДЛОЖКИ: причины высокого релиза106
	RE-STICKER ОТ RICHARDWERK СПЕШИТ НА ПОМОЩЬ..... 112

НЕ СОВПАЛО: КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?	116
СЕКРЕТЫ печатников	122
Измерительные новинки	122
Предотвращение налипания	123

КОЛОНКА «КОХЕР+БЕК»



ТЕХФОРУМ KOCHER+BECK 2026124

ЭКСПЕРТНАЯ КОЛОНКА



ВИНОРУС. ВИНОТЕХ – 2026: что рассказали этикетки126



ОПЕКУНСТВО В ФОКУСЕ

ОПЕКУНСТВО В ФОКУСЕ.....128
Опекунство в стиле «Кохер+Бек»128
Опекунство в стиле «РепроПарк»128

ЧЕК-ЛИСТ

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОХОЖДЕНИЯ ЗАКАЗА: вырубка и конгревное тиснение	130
---	-----

ИНТЕРАКТИВ

ЧТО? ГДЕ? КОГДА?	
Анонс предстоящих мероприятий, посвященных полиграфии, 3-й квартал 2026 года	134
МИНУТКА ЮМОРА	138
ВОЗЬМИ ВИЗИТКУ	139

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

ПЕРИОДИЧНОСТЬ: 4 раза в год (бумажная и электронная версия на сайте журнала)

БУДЕМ БЛАГОДАРНЫ ЗА ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ: по любым вопросам пишите нам на почту: galina@fa-project.ru.

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ: ООО «ФА-Проджект» www.fa-project.ru www.print-pt.ru

За содержание рекламы редакция ответственности не несет

НАШИ ПАРТНЕРЫ:  

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА


ПЕЧАТНИКИ РОССИИ И СНГ

 Изображение сгенерировано с помощью искусственного интеллекта

ПОДТВЕРЖДЕННОЕ КАЧЕСТВО

Компания «СМГ ТЕХНОЛОГИЯ» выбирает себе в партнеры только производителей высококачественного оборудования. В начале 2026 года ее китайский партнер Hochen получил сертификат Idealliance G7 Master Facility Colorspace.



На изображении представлен сертификат Idealliance G7 Master Facility Colorspace, выданный компанией **Guangzhou Hochen Machinery Technology Co., Ltd.** (Гуанчжоу Хочен Машинери Текнолоджи Ко., Лтд.).

Сертификат подписан исполнительным директором Idealliance Jordan Gorski и управляющим директором Idealliance China Dicky Choy.

Idealliance – это некоммерческая полиграфическая ассоциация, эксперты которой разработали популярные методики и инструменты стандартизации, такие как G7, Gracol и SWOP.

СУТЬ СЕРТИФИКАТА

- Компания достигла уровня квалификации G7 Master с соответствием стандарту Colorspace.
- Срок действия сертификата – до 28 февраля 2027 года.
- Сертификат подтверждает, что компания продемонстрировала знания, навыки и лучшие практики для эффективной работы по методологии G7 в сфере графических коммуникаций (печать и/или создание пробных оттисков).

ЧТО ТАКОЕ G7 MASTER FACILITY QUALIFICATION?

Это трёхуровневая программа соответствия от Idealliance, предназначенная для полиграфических предприятий и поставщиков графических решений.

Уровень Colorspace – высший из трёх уровней (Grayscale, Targeted, Colorspace). Он подразумевает точное соответствие цветовому пространству, основанному на стандартах G7, включая:

- баланс серого;
- тональность;
- совпадение нейтральных оттенков;
- надпечатки;
- полное цветовое пространство.



ЧТО ДАЕТ СЕРТИФИКАТ

- 1. Консистентность печати.**
Продукция соответствует стандартам, что сохраняет целостность бренда клиентов.
- 2. Привлечение новых клиентов.**
Покупатели печатной продукции активно ищут поставщиков с сертификатом G7.
- 3. Снижение затрат.**
Уменьшается расход бумаги и чернил за счёт оптимизации процессов.
- 4. Соответствие международным стандартам (включая ISO)**
Повышает репутацию на рынке.

На заводе Hochen

Сертификат подтверждает, что оборудование и процессы Guangzhou Hochen Machinery Technology Co., Ltd. откалиброваны в соответствии с методологией G7, что гарантирует высокое качество и стабильность печати с большим цветовым охватом при сохранении баланса серого во всем тональном диапазоне.

НОВЫЕ ЦЕНЫ СЕЗОНА 2025-2026

ВАША НОВАЯ
ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТНАЯ
МАШИНА
W+CMYK

ОТ 245.000 \$



КОММЕРЧЕСКОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

haotian®

SMG TECH

МОНТАЖ • ПНР • ГАРАНТИЯ • СЕРВИС

Реклама ООО «СМГ Технология»

SINO-LABEL 2026

С 4 по 6 марта 2026 года в Гуанчжоу принимала своих посетителей выставка **Printing South China & Sino-Label**. Площадь застройки составила около 150 000 м² с более чем 2 200 экспонентами.



SINO-LABEL 2026 中国国际标签展

Выставка соответствует национальной стратегии Китая, темой которой является «Цифровые технологии, Интеллект, Экологичность». Форумы, переговоры, работающее оборудование, искусственный интеллект (ИИ), цифровые технологии, экологичные продукты – мероприятие охватило всю цепочку поставок полиграфической и упаковочной промышленности.

SMART FACTORY 4.0

Демонстрационная зона Smart Factory 4.0 охватила ИИ, интеллектуальное производство и реализуемые решения. Этот «действующий микроцех умного производства» привлек огромное количество посетителей.

Компания Meiqi, известный производитель этикеток для брендов P&G, Liby и Unilever, присоединилась к мероприятию впервые, сотрудничая с 11 другими ведущими фирмами. Благодаря использованию ИИ на протяжении всей цепочки они решали конкретные производственные проблемы в отраслях бытовой химии, продуктов питания и напитков, среди которых короткие сроки поставки и потребность в персонализации.

Участники демозоны представили две полностью связанные между собой цифровые производственные линии, демонстрирующие изготовление гибкой упаковки небольшими тиражами и масштабное производство массовой продукции. От интеллектуального планирования на основе ИИ, цифровой печати и послепечатной обработки до визуального контроля качества с использованием ИИ – весь процесс сопровождался визуализацией данных в режиме реального времени. Посетители размещали заказы на месте, а затем становились свидетелями того, как быстро создается персонализированная этикетка от данных до физического продукта.



Павильоны Sino-Label

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Ключевые игроки отрасли представили инновационные технологии. В области цифровой печати отличились следующие бренды: HP, Konica Minolta, Durst, Weigang, Xeikon, Yingkeije, Zhiyi и Zhijian.

В секторе упаковки такие компании, как Masterwork, Guowang, Yoco, Guangya и Jiguo, представили полностью автоматизированное оборудование, объединяющее тиснение фольгой, высечку и удаление отходов, обеспечивая производство от рулона до готовой продукции.

В зоне комбинированной печати экспоненты General Inkjet, Label Source, Runtianzhi и Jdpress показали комплексные многофункциональные решения для печати этикеток, основанные на гибком сочетании офсетных, флексографских и цифровых модулей. Этот гибридный вид оборудования позволяет сбалансировать качество печати, эффективность производства и адаптивность к различным сценариям, предоставив индустрии печати этикеток разнообразные пути модернизации.

В области послепечатной обработки компании Masterwork, Saibo и Reborn продемонстрировали цифровое оборудование для финишной обработки, не требующее печатных форм, что позволяет выполнить такие процессы, как тиснение фольгой, 3D-тиснение и выборочное лакирование.

В сфере умного производства интеллектуальные системы ПО от Yinzhi Software, Duoru, Xunpu и Xly объединяют всю цепочку данных – от приема и планирования заказов до управления производством.

В секторе экологически чистых материалов фирмы Jinwanzheng, Super Color и Remays представили экологически безопасные краски и функциональные материалы для этикеток, подходящие для высокоскоростной цифровой печати.



Большое количество посетителей



Робот на Sino-Label

Ведущие компании, такие как LINK-POINT, BROTECH, LUSTER, DAHENG IMAGE и YINZHI Software, показали новейшие применения ИИ в печати, послепечатной обработке и интеллектуальном контроле качества. Посетители могли наблюдать, как ИИ позволяет цифровым струйным многофункциональным машинам достичь полной автоматизации струйной печати, проверки и пополнения данных.

Секция по инновациям в гибкой упаковке объединила экспонентов, представляющих ключевые процессы: «ПО – флексопечать – ламинирование – сушка – резка – изготовление пакетов». Была продемонстрирована реальная производственная линия для гибкой упаковки пищевых продуктов. Оборудование для нее представили ведущие компании отрасли: Bositong, Xianghuai и Hangsheng.

Модные тенденции и креативная упаковка были весьма популярны на выставке. Можно было увидеть следующие передовые технологии: переливающаяся пленка, тактильные краски и интерактивная упаковка с дополненной реальностью.

Один за другим проходили отраслевые форумы на актуальные темы: инновационные технологии, цифровая трансформация, интеллектуальное производство, новые материалы, экологичная упаковка, борьба с контрафактом и отслеживаемость продукции, креативный маркетинг.

ЧТО НА SINO-LABEL ОТМЕТИЛИ РОССИЙСКИЕ ПОЛИГРАФИСТЫ?

KOCHER+BECK НА SINO-LABEL 2026



Фархад Абилов

Генеральный директор
ООО «Кохер+Бек»

– В отличие от прошлых визитов в Китай на этой выставке у нас было несколько главных целей. Во-первых, встретиться с потенциальными поставщиками сырья для нашей компании. Прежде всего речь шла о стали и магнитах. С китайской сталью мы в очередной раз разочаровались – она абсолютно не подходит нашей компании по своему качеству, которое ниже существующего сырья вдвое, если не втрое.

И, во-вторых, посетить саму выставку Sino-Label, быть в курсе последних тенденций развития технологий и новинок оборудования, а также встретиться с нашими клиентами.

Компания Kocher+Beck решила в этом году присутствовать без стенда, потому что его эффективность конкретно на этой выставке нулевая. Участие со стендом больше подошло бы для наших китайских коллег, но даже они решили в этом году обойтись без застройки.



Зато мне удалось убедить своих немецких коллег посетить это мероприятие. Если раньше они категорически игнорировали китайские выставки, то в этом году на Sino-Label приехал топ-менеджмент из Kocher+Beck (Германия) – Ларс Бек, владелец и генеральный директор и Даниэль Франк, руководитель подразделения оснастки. И надо сказать, что они остались под большим впечатлением. В ходе выставки им удалось заключить 4 договора с крупными производителями оборудования для печати этикеток на поставку магнитных цилиндров, поскольку китайские магнитные цилиндры все еще оставляют желать лучшего.

Орхан Мамедов, Фархад Абилов, Ларс Бек и Даниэль Франк

Также хочу заметить, что некоторые китайские компании по производству материалов и их клиенты уже заказывают вырубные ножи из России. Мы с ними встретились и договорились на поставки больших партий, т. к. логистика из России в Китай сложная и долгая и увеличивает цены в разы.



Стенд BIC



Стенд Fuzhou

Конечно же, не обошлось без культурной программы: представители компаний Fuzhou и BIC пригласили нас на ужин в один классный китайский ресторан. А также нам удалось посетить завод компании Hyde.

«АКОПРИНТ» НА SINO-LABEL 2026



Ашот Акопов

Генеральный директор
ООО «Акопринт»

– Для китайцев Sino-Label – ключевая этикеточная выставка, которую невозможно пропустить. Гигантская площадь, большое количество посетителей и работающего железа. С этой выставкой не сравнится даже Labelexpo Asia, прошедшая совсем недавно. Коллектив компании «Акопринт» все 3 дня провел на стенде своих партнеров Spande/General Inkjet Printing (GIP), ведущих китайских производителей печатных машин.

Пару лет назад Spande отказалась от собственного производства цифровых печатных машин (они занимались ими в основном для книжной индустрии) в пользу кооперации со своим давним партнёром компанией GIP. Это относительно новое имя в «цифровом» мире, но на базе одной из самых крупных и известных компаний на цифровую тему в Китае – многолетним дилером Agfa. Компания GIP к тому времени уже выпускала бюджетные модели Label Smart с разрешением струйной печати 600x600 dpi и добилась хороших результатов – даже в Россию было продано несколько машин сразу после начала работы.

Затем GIP выпустила свою высшую модель Ultra с головками Kyocera с «честным» реальным разрешением 1200x1200dpi, которую стали ставить в гибрид с Spande S7 под названием Label Modular. Презентованная полтора года назад эта новинка стала прямым вызовом лидирующим мировым брендам, в первую очередь из Европы.

На выставке Sino-Label (а ранее на Labelexpo в Барселоне) было представлено дальнейшее развитие кооперации Spande и GIP – гибрид на базе модели S5 с ЦПМ (цифровым печатным модулем) на рельсе под звучным названием Falcon.

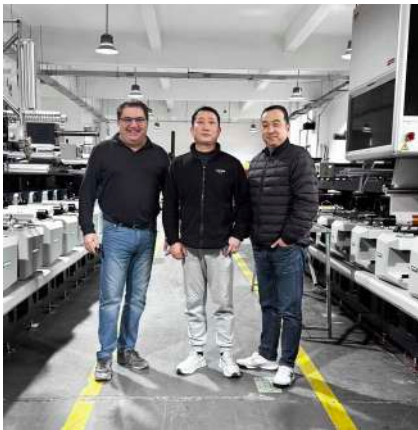


Гибридная печатная машина Spande S5 Falcon с ЦПМ от GIP: снаружи и внутри

Вот такой Falcon, вызвавший, кстати, большой интерес со стороны многочисленных посетителей, и был представлен на стенде GIP:

- конфигурация на рельсе, перемещаемая для наибольшей гибкости;
- возможность завода полотна в цифровой печатный модуль в любой последовательности;
- струйные печатающие головки Kyocera с разрешением 1200x1200 dpi;
- четырехкрасочный цифровой печатный модуль CMYK;
- неограниченные варианты комбинации с флексопечатью и всеми видами отделки;
- компактная и качественная;
- высшая линейка ЦПМ GIP.

Сама концепция установки ЦПМ на передвижном модуле на рельсе, выводящая гибрид на совершенно другой уровень по гибкости процессов, не нова (я когда-то видел машины Gallus с модулями Domino на рельсе), но была реализована лишь узкому кругу особо важных клиентов и под большим секретом. Сегодня она стала доступна всем.



Ашот Акопов («Акопринт»), Стивен Е и Кевин Рен (Spande) в одном из цехов завода

Перед выставкой Sino-Label мы с группой клиентов посетили завод Spande в Шанхае и ряд типографий, которые работают на оборудовании этой фирмы.

Сначала пару слов о заводе. Сама компания Spande относительно молодая и начиналась как «бутиковый» производитель исключительной премиальной печатной и отделочной техники. Арендовали один, потом два, потом три и т.д. корпуса в индустриальном технопарке. Даже когда мы с ними познакомились в 2022 году, там было только 2 сборочных зала, и завод производил около 20–25 машин в год. Конечно, по китайским меркам, это очень маленький заводик (хоть и удаленный).

За последние 3–4 года произошел взрывной рост продаж с набирающим темпы ускорением – сегодня все залы и дополнительно арендованные корпуса забиты под завязку машинами на сборке. Таким образом среднегодовой объем достиг уже 150–180 единиц оборудования. Это заставило руководство компании задуматься о строительстве своего собственного большого завода. Около года ушло на все согласования, разрешения, создание и утверждение проекта и т. п. В начале 2026 года была куплена земля, а уже весной началось строительство крупного современного завода в новом и наиболее инфраструктурно-развитом индустриальном районе Шанхая – Maqiao Town, называемом городом будущего. Расстояние от двух главных аэропортов Шанхая – примерно 30 мин на автомобиле. О торжественной закладке первого камня подробно написали в журнале Labels&Labeling.

Больше всего поражает то, что суперсовременный завод площадью 30 тыс. м² и стоимостью 265 млн CNY планируют полностью сдать заказчику уже через год – в начале 2027 (!) года. М-да, есть чему поучиться нашим соотечественникам не только в области полиграфического машиностроения...



Новый завод и новый офис компании Spande

О «взрывном» росте компании Spande в последние годы свидетельствует ряд факторов. Во-первых, всё возрастающий спрос на внутреннем китайском рынке, т. к. всё больше типографий стали переходить на продукцию этого бренда. Во-вторых, начало продаж в Европе и даже Америке после выставки Labelexpo 2025 – даже с учетом 25% трамповских пошлин американцы купили несколько моделей S7 и S5.

Spande начала строить дилерскую сеть по всему миру – в Европе приобрела значимую часть сервисной и сбытовой сети одной известной европейской марки, недавно объявившей о банкротстве. Таким образом, планируемый годовой оборот Spande уже в первый год работы нового завода оценивается в 1,7 млрд CNY.

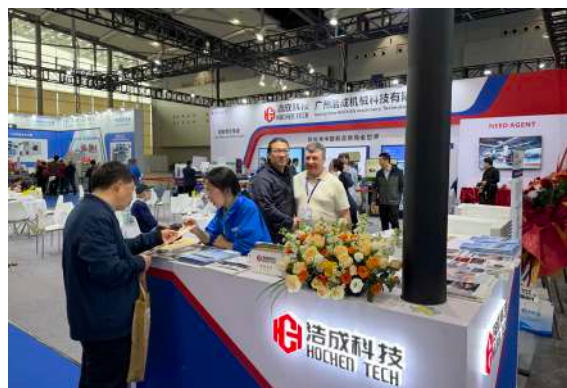
«СМГ ТЕХНОЛОГИЯ» НА SINO-LABEL 2026



Георгий Головёнкин
Генеральный директор
ООО «СМГ ТЕХНОЛОГИЯ»

– В этом году на Sino-Label китайские партнеры компании «СМГ ТЕХНОЛОГИЯ» представили свои новинки, а также хорошо зарекомендовавшее себя оборудование для печати и отделки этикетки. Это прежде всего новые для России полуротационные флексографские машины Hochen, а также цифровое оборудование Haotian.

Прямо на выставке с одной из российских типографий был подписан контракт на поставку цифровой машины для облагораживания этикетки Haotian.



Георгий Головёнкин на стенде Hochen



Полуротационная флексомашина Hochen HCF350-6C

HOCHEN

Компания Guangzhou Hochen Machinery Technology производит полуротационные флексографские машины шириной 350 и 450 мм, полуротационные рулонные машины высокой печати шириной 320 мм, а также рулонные машины для послепечатной отделки, плоской высечки и горячего тиснения фольгой шириной 360 мм.

Особый интерес в линейке оборудования Hochen представляют сервоприводные полуротационные флексомашины, которые производители этикетки могут использовать в трех вариантах:

- только для печати;
- для печати и отделки;
- только для отделки.

В нише полуротации компания Hochen занимает лидирующие позиции: за 3 дня выставки Sino-Label было продано 8 таких машин. В отличие от России, в Азии такой тип оборудования широко распространен за счет удобства, универсальности и экономичности.

Отличия флексомашинок Hochen от полной ротации следующие:

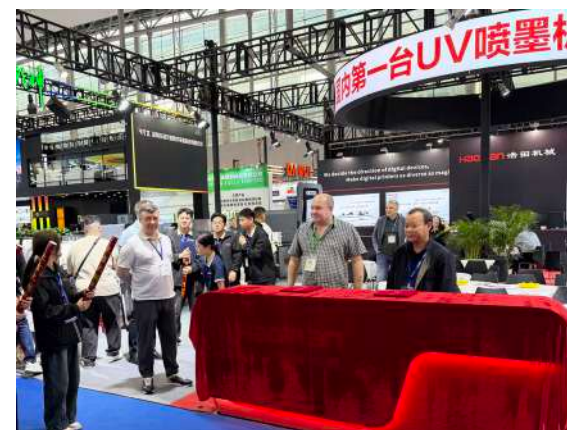
- простая конструкция;
- прямая проводка полотна;
- минимум отходов на приладке;
- возможность печатать разные заказы без смены формных цилиндров.

Благодаря вышеперечисленным преимуществам можно эффективно печатать короткие тиражи этикетки, не переходя на цифровое оборудование. Что примечательно, на флексомашинах Hochen можно печатать и в режиме полной ротации.

На стенде Hochen была представлена сервоприводная полуротационная флексомашина HCF350-6C шириной 350 мм с охлаждаемыми валами для печати на тубном ламинате и на пленках для впаляемой этикетки. Помимо флексосекций в нее также входили модули холодного тиснения фольгой, печати по клеевому слою, лакирования и высечки.

На заводе Hochen, экскурсию на который для представителей российских типографий организовала компания «СМГ ТЕХНОЛОГИЯ», удалось посмотреть все разнообразие полуротационных флексомашинок, а также другое оборудование Hochen. Например, у компании есть модульная машина для послепечатной отделки этикетки, которая по своим возможностям схожа с популярными в России отделочными линиями ABG Digicon второй серии.

Для России является весьма актуальным оборудование для печати и верификации кодов системы «Честный знак» под названием ProCode, которое компания Hochen разработала специально по запросу компании «СМГ-ТЕХНОЛОГИЯ». Производительность такой машины составляет 50 м/мин, т. е. 2,5 млн этикеток в час.



Георгий Головёнкин на стенде Haotian



Рулонная машина для лазерной высечки этикетки Haotian

HAOTIAN

С 2023 года по настоящее время компания «СМГ ТЕХНОЛОГИЯ» установила в России более 20 струйных печатных и отделочных машин бренда Haotian. Помимо популярности в самом Китае хорошие показатели по продажам можно отметить и в Индии – там работает около 20 машин

На Sino-Label 2026 компания Haotian показала абсолютную новинку – рулонную машину для лазерной высечки этикетки. Она может работать из рулона в рулон как отдельно, так и в качестве модуля, интегрированного в цифровую печатную или лакировальную машину Haotian. Таким образом, на базе машин Haotian может формироваться полноценная гибридная линия для печати и отделки этикетки, теперь и с лазерной высечкой. Этот новый вид оборудования успешно протестирован компанией Haotian и доступен для заказа.

Помимо машины для лазерной высечки этикетки на стенде Haotian в этом году было представлено сразу 3 цифровые машины для печати и облагораживания этикетки.



Гибридная струйная УФ-машина Naotian HTS330

1. Гибридная струйная УФ-машина Naotian HTS330 пятого поколения со следующей конфигурацией:

- секция флексопечати (для нанесения праймера или белил);
- секция струйной УФ-печати в конфигурации White+CMYK с разными видами печатающих головок для белил, цветных чернил и нанесения лака;
- горячий вал для тиснения фольгой (на выходе из секции цифровой печати).



Двухсекционная струйная УФ-машина Naotian для цифровой печати и облагораживания этикетки

2. Струйная УФ-машина с двумя цифровыми секциями:

- секция № 1: струйная УФ-печать по схеме White + CMYK + Violet (разрешение печатающих головок Kyocera 600 dpi). На выходе из нее – горячий вал для тиснения фольгой;
- секция № 2: лакирование (разрешение печатающих головок Haag 700 dpi). Возможность нанесения холодного тиснения фольгой, для размотки и подачи которой имеются два вала.



Двухсекционная струйная УФ-машина Naotian для облагораживания этикетки

3. Струйная УФ-машина с двумя цифровыми секциями:

- секция № 1: лакирование (разрешение печатающих головок Haag 720 dpi);
- секция № 2: модуль для холодного тиснения фольгой.

Во время выставки новый завод Naotian распахнул свои двери для российских полиграфистов. Гости смогли пройтись по производственным цехам, посмотреть на сборку оборудования, а также задать свои вопросы.

B2PRINT НА SINO-LABEL 2026



Екатерина Атрошкина

Руководитель отдела развития новых направлений B2PRINT

– Выставка Sino-Label продемонстрировала устойчивый интерес отрасли к азиатским технологическим решениям. В отличие от предыдущих мероприятий серии Labelexpo, текущая экспозиция сместила акцент с показателей линейной скорости на адаптивность, уровень автоматизации и оптимизацию производственных процессов.

Компания B2PRINT, представленная на выставке профильной делегацией, презентовала оборудование ключевых партнёров, соответствующее современным требованиям типографий к быстрой переналадке, точной автоматизации и масштабируемости производственных линий.



Флагманская флексомашина Hyde i6S



Флексомашина Hyde i6

HYDE

Сотрудничество B2PRINT с производителем флексографского оборудования Hyde основано на подтвержденной надежности машин и их технологической гибкости. Это подтверждается большим интересом со стороны российских клиентов, многие из которых приехали на выставку.

Линейка построена на двух унифицированных платформах с конфигурируемой шириной полотна 350–650 мм и переменным количеством печатных секций. Экспозиция включала две ключевые модификации:

- Hyde i6S (флагманская серия) – ширина 430 мм, 12 секций, электроника Siemens, с системой беспрерывной размотки и револьверным намотчиком. Конструктивное преимущество: оперативная замена функциональных модулей (например, печатной секции на высекающую) благодаря модернизированной станине и специализированной сервисной тележке.
- Hyde i6 (средний ценовой сегмент) – ширина 350 мм, 9 секций, сервоприводы Servotronic. Сохраняет основные архитектурные преимущества платформы.

Машины предусматривают модульное расширение: рельсовая система позволяет интегрировать блоки делам/релам, переворота полотна, трафаретной печати, холодного тиснения и глубокой печати. Инженерами Hude разработаны собственные системы УФ-отверждения (ртутные и LED UV). Станина оборудована контурами водяного охлаждения для светодиодных модулей, кассетное исполнение обеспечивает их взаимозаменяемость.

Архитектура секций предполагает размещение увеличенного охлаждающего вала непосредственно за формным цилиндром с последующей установкой УФ-блока. Возможно нижнее расположение сушки для оптимизации тракта и условий растекания лакокрасочных материалов. Опционально доступны системы воздушной сушки.

Управление осуществляется через мобильную панель с полноразмерным сенсорным дисплеем и русифицированным интерфейсом. Базовая комплектация включает автоматическую продольную приводку; поперечная приводка реализуется моторизованным

ручным режимом (как опция есть полная автоматизация на базе CCD-камер). Экспонаты комплектовались системами видеоконтроля BST, датчиками натяжения с выводом данных на экран оператора в реальном времени, а также штатным комплексом удаления облоя Snow-Ball.

В ходе выставки российская делегация приняла участие в церемонии запуска нового производственного комплекса Hude в Гуанчжоу (площадь > 12 000 м²), что подтверждает намерения производителя наращивать выпуск оборудования.



Группа российских полиграфистов на заводе Hude

DIMO TECH

Партнёр B2PRINT, компания Dimo Tech, представила рулонные режущие комплексы серии SMQ – системы «всё в одном» для послепечатной обработки цифровых тиражей. Оборудование объединяет функции ламинации, высечки, удаления облоя, продольной и поперечной резки, а также намотки. Архитектура системы ориентирована на минимизацию ручных операций за счёт глубокой интеграции программного обеспечения и механических узлов.



Стенд Dimo Tech

Ключевые технические характеристики:

- Автоматическая генерация траектории высечки: на основе загруженного контура система определяет оптимальное количество активных ножей. Каждый нож оснащён индивидуальным сервоприводом и может быть отключён программно.
- Машинное зрение: считывание QR-кодов или цифровых меток инициирует автоматическую смену задания, исключая ошибки оператора и сокращая время переналадки.



Серия масштабируется от компактных моделей шириной 210 мм до промышленных систем 350 мм (скорость высечки до 30 м/мин). Решение устраняет ограничения послепечатного этапа, поддерживая выпуск сложных форм и коротких тиражей в условиях роста спроса на персонализацию.

- Сервоуправляемое регулирование давления: усилие прижима настраивается в реальном времени через сенсорный интерфейс, обеспечивая работу с материалами различной толщины без механической юстировки.
- Локализация: русифицированный интерфейс упрощает обучение персонала и стандартизирует рабочие процессы.

Рулонный режущий комплекс серии SMQ



Стенд компании Durst

DURST

Стенд китайского представительства Durst привлёк внимание цифровой платформой Tau 330 RSC E, позиционируемой как решение с оптимизированным порогом входа в сегмент цифровой печати этикетки. Машина сохраняет технические параметры флагманской линейки: разрешение 1200×1200 dpi, размер капли 2 пл. Модульная конструкция обеспечивает поэтапное масштабирование: расширение рабочей зоны с 244 до 330 мм, наращивание количества печатных каналов до 8, увеличение скорости до 80 м/мин.

Применение высокопигментированных чернил снижает себестоимость оттиска, повышая рентабельность оборудования для заказов различной сложности.

В ходе выставки китайским офисом Durst было заключено 4 контракта на поставку указанных машин (все – для китайских заказчиков), что подтверждает востребованность европейских инженерных решений на фоне развития локальных цифровых производств.

Экспозиция Sino-Label 2026, дополняющая итоги Labelexpo China, зафиксировала устойчивую тенденцию: приоритетом разработки оборудования становится не линейный рост производительности, а интеллектуализация процессов. Китайские производители фокусируются на модульных платформах, автоматизации приводки, сокращении времени переналадки и минимизации отходов при работе со сложными подложками. Современная печатная линия трансформируется в масштабируемую систему, адаптируемую под текущие задачи предприятия. Данный подход реализован в решениях партнёров B2PRINT, предлагающих рынку технологичное и экономически обоснованное оборудование для упаковочной и этикеточной отрасли.

«НИССА ЦЕНТРУМ» НА SINO-LABEL 2026



Михаил Кувшинов
Директор по развитию
ООО «НИССА Центрм»

– Выставка Sino-Label 2026 в Гуанчжоу в этом году снова оказалась богаче Шанхайской Labelexpo. И, главное, на ней было больше новинок.

Нашим китайским партнерам было что показать, и по традиции на их стендах всегда представлено много единиц оборудования.



ЦПМ HanGlobal Labstar 330 mini

HANGLORY И LABEL SOURCE

Как всегда, бренды группы Hanglory и Label Source были представлены общим стендом.

HanGlobal Labstar 330 mini – это новинка, первое публичное представление модели. Эта цифровая печатная машина для этикетки разработана для тех, кто только входит в цифровой бизнес. Компактная, привлекательная по цене, при этом те же головки, что в популярной, в том числе и в России, модели Labstar 330S, та же скорость – до 50 м/мин, та же ширина (хотя доступна и более узкая версия – 220 mini).



Это сердце машины – блоки печатающих головок. На фото они запаркованы в кюветы с краской во избежание высыхания. Так же, как у старшей модели.

Но видно и отличие – цветов максимум 5: CMYK и белый. Дополнительных, в отличие от 330S и 330HD, нет. За счет отказа от подобных опций, которые нужны далеко не всем, машину и удалось сделать компактнее и дешевле.

Машина доступна немедленно.

Hanlabel Ultra – это отдельная машина для облагораживания этикетки. Хорошо знакома и в России. Способна наносить лак, фольгу и голографический рельеф cast-n-cure. Причем одновременно – в разных ручьях разные эффекты.

Hanlabel Labstar 330S Hybrid – это гибридный конвертер, не просто популярный, а доминирующий в своем классе в России. Модель 330S – рабочая лошадка. Цифровая печать, флексо,

аналоговое и цифровое облагораживание, доступна высечка. Множество инсталляций, причем другие производители подобного класса машин в России не ставили. Машина на выставке представлена в конфигурации, близкой к минимальной. Навороты пришлось на старшую модель, о ней ниже. Но в принципе все, что доступно во флексомашине Label Source (и кое-что еще вроде полуротационной высечки), можно установить в любой из гибридов.



Цифровая машина для облагораживания этикетки Hanlabel Ultra

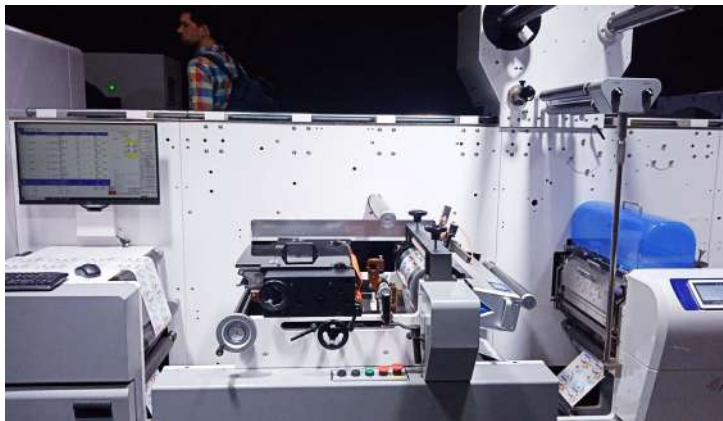


Гибридный конвертер Hanlabel Labstar 330S Hybrid

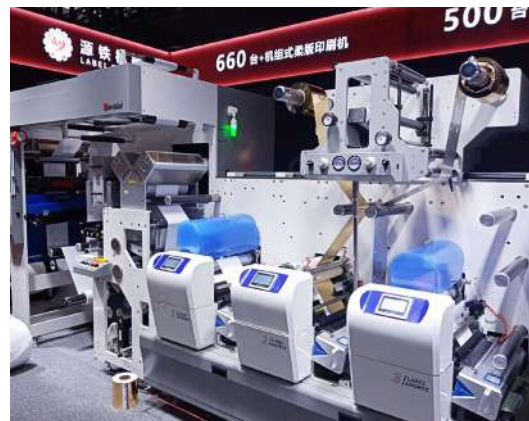


Гибридный конвертер Hanlabel Labstar 330HD Hybrid

Hanlabel Labstar 330HD Hybrid – это старшая модель гибрида, 330HD. Отличается цифровым блоком, построенным на 1200 dpi головках Kyocera. Отсюда и увеличенная скорость. Конфигурация гибкая, на выставочной машине были представлены: цифровой модуль печати, облагораживание, делам/релам, полуротационная высечка, устройство автоматического безостановочного удаления облоя (зеленый конвейер сверху, справа).



Секция высокой печати в составе гибрида. Кстати, подобный уникальный функционал используется и в России.



Непрерывная размотка с двух рулонов с автоматической склейкой. Двойной коронатор, веб гайд, очистка полотна.

Холодная фольга со сдвигом позиции, на рельсе. Кстати, это технология, разработанная в свое время именно Label Source, остальные копировали ее.

Двойная секция флексопечати. Уникальная разработка Label Source. Может печатать на лице или на обороте, без использования штанги переворота.

Label Source YTP-F6 – это флексомашина, флагманская модель ведущего китайского производителя.



Непрерывная размотка с двух рулонов.

Флексо, переворот полотна на рельсе, холодная фольга со сдвигом позиции, стандартная холодная фольга.



Полноротационная высечка, непрерывное удаление облоя, непрерывная турельная намотка.



Golden Laser LC 350SE

GOLDEN LASER

Лидирующий китайский производитель лазерных систем также привез и новинки, и популярнейшую модель.

Golden Laser LC 350SE – это новинка, бюджетная модель. Лазер 200 Вт, одна головка, что обеспечивает скорость до 20 м/мин по полотну на реальных заказах.

Golden Laser LC 350 gen 2025 – это наиболее популярная модель Golden Laser. Множество инсталляций в России, в том числе и современная версия, представленная в 2025 году. Теоретическая скорость до 100 м/мин, на практике 80 м/мин на реальных простых заказах в версии 2x300 Вт. В комплекте ламинатор, рубка в лист и намотка в рулон. Доступны машины до 800 м шириной, мощность лазера до 800 Вт, число головок до 2 или до 4, в зависимости от ширины.



Golden Laser LC 350 gen 2025

Golden Laser LC 350B – это тоже новинка. Машина LC 350B способна деламинаровать рулон, резать с обратной стороны, затем реламинаровать.



Golden Laser LC 350B

WANJIE

Один из ведущих производителей рулонного офсета в Китае также привез новинку **WJPS 700**. Как видно из названия, машина имеет рабочую ширину 700 мм. Это уже скорее не этикетка, а упаковка, прежде всего картонная. В портфолио производителя есть и машины значительно большей ширины. Представленная на стенде модель имеет 5 офсетных секций, флексосекции до и после офсета.



«ТЕРЕМ» НА SINO-LABEL 2026



Андрей Павлов

Руководитель направления
узкорулонного оборудования
ООО «ТЕРЕМ»

– Наша компания традиционно принимает участие в международной выставке Sino-Label и предлагает передовые разработки своих партнеров.

Мероприятие показало, что цифровая трансформация остается ключевым трендом отрасли в мире. При этом традиционные технологии продолжают доминировать на рынке. Флексомшины Weigang ZJR и офсетные машины Weigang ZX – лидеры продаж в узкорулонном сегменте в России, и есть мнение, что такая ситуация продолжится и в ближайшие годы, несмотря на всю экспансию китайских струйных технологий цифровой печати.



Флексомашина WEIGANG ZJR 350E

WEIGANG

Ведущий китайский производитель оборудования для печати этикеток представил на выставке 5 единиц оборудования.

1. WEIGANG ZJR 350E – флексографская печатная машина. Машина модификации E дешевле предыдущей модификации G за счет перехода с сервопривода Siemens на Inovance. Флексомашину ZJR 350E можно будет увидеть



Офсетная печатная машина WEIGANG ZX-320 G



Гибрид WEIGANG ZJR S350 Ultra



ЦПМ WEIGANG WG S350 Pro



ЦПМ WEIGANG WG S230B

в июне на стенде «Терем» на выставке RosUpack-2026. Первая машина в новой модификации уже продана в РФ.

2. WEIGANG ZX-320 G – полуротационная офсетная печатная машина. WEIGANG продолжает занимать лидирующие позиции на рынке в данном сегменте: в России работают уже 15 офсетных машин ZX, а в мире – около 3500 офсетных машин ZX.

3. WEIGANG ZJR S350 Ultra – гибридная печатно-отделочная линия для выпуска этикетки. Машина оснащена как флексосекциями на базе машины ZJR модификации G, так и блоком цифровой полноцветной печати и линейками цифровой лакировки и тиснения фольгой, разрешение печати – 1200 dpi на головках Kyocera, скорость цифровой печати достигала 80 м/мин, а флексографической – до 180 м/мин.

4. WEIGANG WG S350 Pro – цифровая машина для печати этикетки. Ключевое новшество заключается в интеграции графического ПО на основе ИИ (Hybrid Software GGS из Великобритании), которое обеспечивает интеллектуальное управление цветом и высокую точность цветопередачи. Отдельно от блока полноцветной печати на машине установлен блок для нанесения лака и тиснения.

5. WEIGANG WG S230B – цифровая машина для печати этикетки. Это бюджетное решение для стартового уровня, оборудована печатающими головками Kyocera и отличается компактными размерами.



Флексомашина RHYGUAN RF-330



RHYGUAN

Главным событием на стенде RHYGUAN стала презентация полуротационной флексографической машины **RHYGUAN RF-330**. Это современное сервоприводное оборудование, которое устанавливает новые стандарты скорости переналадки флексопечатных тиражей.

На выставке были представлены модульные сервоприводные конвертинговые машины RHYGUAN PLUS 330 в 2 конфигурациях:

- в конфигурации с размоткой, горячим тиснением и цифровой отделкой (нанесение цифрового лака и тиснения) на базе решений DMS;
- в виде отдельной машины, демонстрируя самую высокую скорость на рынке полуротационной высечки.

RHYGUAN PLUS 330 в конфигурации с размоткой, горячим тиснением и цифровой отделкой



Отделочная машина VOREY DM3



Устройство 100% контроля качества печати этикеток DAHENG IMAVISION

VOREY

Производитель бюджетных цифровых печатных и финишных решений представил впечатляющий модельный ряд оборудования:

- цифровые печатные машины нового поколения;
- плоттерные высечки;
- двухбашенные системы Auracut A8;
- однобашенные решения Auracut A6;
- отделочная машина DM3 с inkjet технологией – цифровое нанесение лака и тиснения.

В своём сегменте Vorey – лидер и в Китае, и в России, где компания «Терем» установила больше 50 плоттеров.

DAHENG IMAVISION

Компания представила передовые системы 100% контроля качества печати. За последние 1,5 года в России было установлено более 20 систем. На данный момент подобные решения очень востребованы, особенно с учётом того, что эти системы могут работать как техническое зрение кодов «Честного знака».



Устройство коронной обработки полотна HEFENG

HEFENG

Производитель устройств коронной и плазменной обработки полотна показал:

- коронатор с валом с керамическим покрытием;
- бесконтактную систему очистки полотна.

Компания «Терем» оснащает все продаваемые машины, включая WEIGANG и RHYGUAN, системами HEFENG. За время сотрудничества, начавшегося в 2016 году, реализовано около 100 систем в России.

«ОПТИФЛЕКС» НА SINO-LABEL 2026



Владислав Ковалев
Исполнительный директор
ООО «Оптифлекс»

– Поездка в Китай в этом году получилась очень насыщенной, ведь мы совместили посещение выставки и нескольких заводов лидирующих производителей оборудования. Благодарим наших партнёров в Китае за тёплый приём и продуктивные встречи!

Команда «Оптифлекс» постоянно работает над совершенствованием технологий и расширением экспертизы, чтобы предлагать своим клиентам самые надёжные, эффективные и современные решения в области печати.

SPANDE

С 1 по 2 марта мы посетили завод Spande в Шанхае и лично убедились в высоком качестве флексографских и гибридных машин. Тестирование на модели S5 позволило оценить точность печати, стабильность работы и потенциал для решения сложных задач.

Наши технические специалисты остались под глубоким впечатлением от мощностей Spande: в работе одновременно находилось около 15 узкоролочных машин разных серий. Производитель занимает несколько отдельно стоящих цехов на территории промышленной зоны, а в 2027 году планирует переехать на свою собственную производственную площадку. Имеется своё конструкторское и дизайнерское бюро, все детали проходят тщательный контроль на приёмке. На территории производится поэлементная и укрупнённая сборка, а металлообработка выполняется на аутсорсе. Кроме печатных машин производятся конвертинговые линии на другой площадке.

После визита на завод наша команда посетила крупную типографию, где одновременно используется 7 машин Spande (S7 – 2 шт. и S5 – 5 шт.). Пообщались с собственником, технологами и операторами, обсудили все плюсы и минусы эксплуатации. Оценили уровень организации производства и пришли к выводу, что нам есть чему поучиться и что перенять.

WEIGANG

3 марта посетили «застройку» выставки Sino-Label, встретились с представителем компании Weigang и выполнили тестовую печать на новой печатной машине ZGR-350E. Оценили совместимость с разными материалами, проверили точность цветопередачи и детализацию. Были приятно удивлены оперативностью китайцев: 6 машин на стенде были собраны и запущены в работу в течение трёх дней.



Владислав Ковалев на заводе Spande

SINO-LABEL

С 4 по 6 марта на одной из ведущих азиатских выставок в сфере этикеточной и упаковочной печати представители нашей типографии изучили новейшие модели флексографских, цифровых и гибридных машин, а также решения для послепечатной обработки. Познакомились с инновационными технологиями автоматизации, ИИ, повышающими точность и скорость производства. Провели переговоры с поставщиками сырья и материалов, обсудили условия сотрудничества для оптимизации сроков и стоимости.



Владислав Ковалев на Sino-Label 2026

HYDE

5 марта посетили торжественное открытие завода флексомашин производителя Hyde. Это предприятие полного цикла – от металлообработки до сборки. Изучили производственные линии и новинки оборудования. Особенно понравилось вечернее мероприятие в форме китайского корпоратива, на котором продуктивно пообщались с коллегами.



Владислав Ковалев на заводе Hyde

PULISI

6 марта наши сотрудники совершили экскурсию на новый завод Pulisi. Были впечатлены масштабом производства – компания занимает 8 этажей промышленного 13-этажного здания. На первом этаже осуществляется сборка одновременно около 40 машин, включая печатные и отделочные линии. На втором этаже одновременно в работе находится около 30 инспекционных

машин и систем 100% контроля качества. Третий этаж занимает руководство и отдел продаж. Выше – конструкторские и дизайнерские бюро, инженеры и пр.

Поездка команды «Оптифлекс» в Китай оказалась крайне продуктивной: визиты на заводы Spande, Hyde, Pulisi и участие в выставке Sino-Label 2026 с тестированием Weigang и других машин позволили изучить новейшее оборудование, протестировать технологии и наметить перспективные направления сотрудничества – всё это поможет компании предлагать клиентам ещё более эффективные решения в области печати.

СЕРГЕЙ БЕЛОКУРОВ НА SINO-LABEL 2026



Сergey Белокуров

Независимый эксперт
по струйным печатным
технологиям

Вариантов печатных решений с печатающими головками с разрешением 1200 dpi стало заметно больше, чем даже полгода назад. Количество производителей цифровых этикеточных машин зашкаливало.

– Для меня это уже вторая этикеточная выставка в Китае за последние полгода. Ехал с чётким пониманием: многие поставщики готовились показать новинки, которые должны были удивить рынок и поменять правила игры.

Как вышло, что практически все, кто планировал выставить убийственные новинки, в итоге их на стендах не представили, – вдаваться в подробности не буду.

Тем не менее производители, которые базируются в Гуанчжоу – то есть ближе, чем Шанхай, – показали значительно более широкий ассортимент моделей.

Западных компаний было немного. Традиционно присутствовал HP, был также Durst. Несмотря на огромное количество локальных производителей, своя ниша у таких игроков сохраняется – но назвать их позицию доминирующей нельзя.

По масштабу выставка была сопоставима с шанхайской, которая проходила около трёх месяцев назад. Но одно отличие бросилось в глаза сразу: российских компаний здесь было заметно меньше. На шанхайской говорили, что приехало не менее 100 отечественных типографий – здесь значительно скромнее. При этом поставщики, которые присутствовали на стендах своих партнёров, активно ездили на фабрики в окрестностях – примерно до часа езды от выставочного комплекса. Смотрели, изучали и возвращались. Интерес был, клиенты были.

То ли дело в том, что выставки идут слишком близко друг к другу – полгода по факту не прошло, – то ли ожидания рынка изменились. Прорывных решений, которые кардинально изменили бы картину, не было. Но все уверяют: они вот-вот появятся, и перемены на рынке всё же произойдут.

В любом случае, чтобы следить за рынком и понимать, что происходит, такие выставки нужно посещать. Тем более что выбор у нас сейчас невелик из зарубежных мероприятий.



ВИДЕООБЗОР

ФЛЕКСОГРАФСКАЯ ПЕЧАТЬ – ЗА ГРАНЬЮ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

26 марта в московской гостинице «Гамма-Дельта Измайлово» состоялся технический семинар, организованный компанией «РепроПарк» совместно с WIZART Polygraphic и Just Cut.



В конференц-зале «Ростов», с 10 до 16 часов, прошло бурное обсуждение вопросов флексографской печати. Собралось около 100 представителей отрасли из типографий, а также компаний-поставщиков.

Это второй по счету семинар компании «РепроПарк», и останавливаться она не намерена – в апреле прошел еще один на тему гофроупаковки, и уже планируются другие. В настоящее время обучающий формат мероприятий очень востребован у клиентов. Что может быть лучше времени, проведенного с пользой?



Дмитрий Фионин, главный технолог компании «РепроПарк»

Открывал семинар по флексографской печати главный технолог компании «РепроПарк» **Дмитрий Фионин** с рецептом получения идеального оттиска – именно так звучала тема его выступления, и он выдал базу по проведению тестирования и профилированию оборудования.

Двумя главными целями тестирования и профилирования являются:

- оценка реальных возможностей печатного оборудования и оснастки;

- определение оптимальных параметров воспроизведения печатных элементов.

Очень важно собрать всю актуальную информацию по печатной машине и имеющейся оснастке, проанализировать ее и сформировать правильное ТЗ (техническое задание). Дмитрий рекомендовал проводить однокрасочный тест сразу на нескольких полимерах, поскольку каждый полимер обладает уникальными свойствами и может показывать кардинально отличающиеся результаты печати в зависимости от типа используемой краски и технических характеристик печатной машины.

На этапе однокрасочного тестирования закладывается основа качества печати. Производится проверка взаимодействия пары «анилокс – форма» (конфликты линиатур и углов) и выявляются дефекты печати (крупчатость, краевой эффект, биение, градационный скачок, ростиск растровой точки и др.).

По словам Дмитрия, профилирование необходимо при смене поставщика материалов, красок, монтажной ленты, анилоксов (а также при их износе), при изменении порядка наложения краски и скорости печати.

Неоспоримыми преимуществами внедрения системы профилирования являются:

- предсказуемость полученного результата;
- максимально приближенное воспроизведение цветов к ЦП;
- сокращение времени на этапе запуска тиражей;
- сокращение издержек на приладке.

Следующим выступал **Сергей Логунов**, технолог компании «РепроПарк». Он обнародовал причины некачественной печати низкого процента растра, рассказал о факторах влияния и методах контроля.

Сергей привел определение понятия «низкого процента растра» – это, как правило, диапазон от 1 до 10%, размер точек от 20 до 50 микрон и физика процесса (чем меньше точка, тем

сложнее качественно перенести отпечаток на запечатываемый материал и не дать ей «зарастить» краской).

К факторам влияния на печать такого вида относятся: формный процесс и печатная форма, печатный процесс (физика и механика), а также особенности допечатной подготовки.



Сергей Логунов, технолог компании «РепроПарк»

Спикер подробно остановился на **реологии краски**:

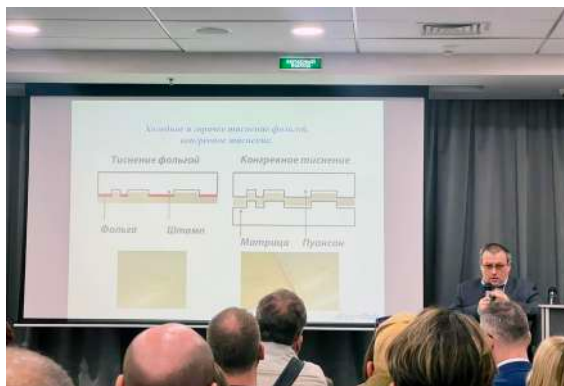
- **вязкость (Timing)**: слишком жидкая краска растекается, «заплывает» в пробелы (забивает растровые ячейки). Слишком густая – не переносится на мелкие точки;
- **липкость (Tack)**: высокая липкость может «вырывать» вершину печатного элемента малой растровой точки, тем самым повредить ее (особенно в процессе приладки, где скорость печати низкая);
- **пигментация**: слабопигментированные краски требуют толстого слоя, что ведет к заполнению светов. Такие краски позволяют работать на тонком слое, сохраняя точку. Необходим корректный подбор анилокс-ового вала.

В конце своей презентации Сергей продемонстрировал очень полезный чек-лист для контроля печати низкого процента растра.

Заключительную часть цикла презентаций от компании «РепроПарк» представил **Андрей Кузнецов**, руководитель отдела допечатной

подготовки (ОДП). Его выступление вызвало живой интерес – участники семинара записывали его речь на диктофон и в блокнот. Ему было задано очень много вопросов, ведь тема работы с макетами в гибкой упаковке всегда актуальна.

Андрей еще раз подчеркнул, что флексографская печать является самой сложной для допечатной подготовки, и ошибки, заложенные на данном этапе, исправить на печатной машине невозможно. Он подробно рассказал о низком проценте раstra, тонких позитивных и негативных растровых линиях, использовании пантонов в цветodelении, особенностях применения треппингов, искажениях в готовой продукции, а также про применение цветопробы.



Андрей Кузнецов, руководитель ОДП компании «РепроПарк»

Спикер рекомендует коэффициент линиатуры печатной формы к линиатуре анилоксового вала – 1:6. Также он склоняется в пользу стандартизации и приводит следующие требования к условиям просмотра в полиграфии:

- стандарт ISO 3664:2000: «Условия просмотра – полиграфия и фотография»;
- стандарт ISO 12646:2004: «Полиграфия – Дисплеи для цветопробы. Характеристики и условия просмотра».

В ответ на вопрос, как компания «РепроПарк» печатает цветопробы, Андрей сообщил: они

используют полуматовую бумагу, принтер для цветопроб фирмы Epson с оригинальными картриджами, ПО фирмы Esko.

После кофе-брейка выступала сооснователь и технический директор WIZART Polygraphic **Анна Ком**. Она еще раз напомнила всем собравшимся, что их полиграфическая студия работает на стыке дизайна и производства. Они ежедневно находятся между дизайнером, бренд-менеджером и типографией. Команда видит, где теряется идея, когда растет себестоимость и как этого избежать.

Анна отметила, что сотрудники WIZART Polygraphic сами проводят выездные технические семинары по различным темам прямо у клиента в типографии, а также доступен



Анна Ком, сооснователь и технический директор WIZART Polygraphic

вариант обучения онлайн. Спикер привела фото нескольких успешных кейсов редизайна этикеток и раскрыла нюансы их производства, а также показала примеры собственной разработки дизайна этикеток. Яркие промоэтикетки для выставок особенно цепляют взгляд.

WIZART Polygraphic оказывает услуги по подготовке и сопровождению запуска в тираж сложных этикеток, туб, гибкой и картонной упаковки. Данный вид услуг особенно востребован у типографий и стал своего рода визитной карточкой полиграфической студии.

Анна подробно разобрала «волшебный» кейс промоэтикетки с котиками: умелое сочетание глянцевого и матового лаков приводит к запоминающемуся результату без ущерба для бюджета. Почему волшебный? При ближайшем рассмотрении этикетки под разными углами у кота переливаются глаза и меняется их цвет, и вообще персонаж буквально оживает – что было продемонстрировано на видео и фото с разных ракурсов.

Финал семинара достался **Евгению Гаркуше**, коммерческому директору компании JustCut. Он еще раз напомнил, что его компания – резидент «Сколково». В ближайших планах разработать одноцветную печатную машину – именно с этой идеей они и зашли в инновационный центр. Евгений представил простой алгоритм для заказа вырубного ножа:

- знаем лицевой слой – определим угол: для пленки – 60–70°, а для бумаги – 90°;
- знаем толщину (и граммовку (!) – «новинка» 2025) подложки – рассчитаем высоту: классическая толщина китайской подложки 47–49 мм. У подложки поменялась граммовка при прежней толщине: раньше была 60 г/м, а стала 50 г/м. Подложка рыхлая, с пузырьками, поэтому вырубной нож может не прорубать самоклеящийся материал;
- знаем тип клея – скорректируем высоту: если клей каучуковый, то пару микронов можно добавить сверху.



Евгений Гаркуша, коммерческий директор компании JustCut

Также Евгений дал рекомендации по снятию обложки: нужно сдвигать ручки, чтобы не было продольно-поперечного реза, – так обложка будет сниматься лучше и не обрываться. В идеале снимать обложку нужно под углом 180°.



Во время фуршета участники семинара обсуждали новую информацию, которую получили за этот день, и не хотели расходиться. Но, как говорится, хорошенюкого понемножку.



ПОЖЕЛАЕМ КОМПАНИИ «РЕПРОПАРК» УДАЧИ В ЭТОМ НЕЛЕГКОМ ДЕЛЕ – ОБУЧЕНИИ СПЕЦИАЛИСТОВ ФЛЕКСОПЕЧАТИ С ОСВЕЩЕНИЕМ ПРОБЛЕМАТИКИ, РАЗБОРОМ ОШИБОК И РАЗДАЧЕЙ ЦЕННЫХ СОВЕТОВ!

БУДЕМ С НЕТЕРПЕНИЕМ ЖДАТЬ СЛЕДУЮЩИХ СЕМИНАРОВ!

ARTMARK FOOTBALL CUP 2026

27 марта в Москве прошел очередной турнир по мини-футболу среди типографий, организованный ГК «Артмарк». Спонсоры турнира: B2PRINT, «Акопринт» и «Кохер+Бек».



Если раньше московский турнир всегда проходил зимой, то в этом году организатором было принято решение провести серию игр в конце марта. В спортивном комплексе Play Park собрались футболисты из типографий, а также их болельщики, чтобы определить чемпиона 2026 года.

Открывали турнир его несменный организатор и спонсоры. **Ильгар Мамедов**, учредитель ГК «Артмарк», подчеркнул, что прежде всего сегодня состоится настоящий праздник спорта для типографий. Он пожелал всем удачи и лично от себя выразил надежду, что на этот раз должен победить ветеран турнира – команда «Гамма-М».



Спонсор прямой трансляции турнира, компания B2PRINT, в лице генерального директора **Сергея Кузина**, пожелал всем удачи и победы, ведь именно за ней все приехали. В очередной раз компания предоставила уникальную возможность следить за ходом матчей и болеть за своих фаворитов онлайн.

Фархад Абилов («Кохер+Бек»), Сергей Кузин (B2PRINT), Ильгар Мамедов («Артмарк»)

Выпуск № 23 | апрель – июнь 2026

Фархад Абилов, генеральный директор компании «Кохер+Бек», сообщил своим заказчикам, и по совместительству игрокам турнира, что ему очень приятно видеть их в футбольной форме – сильных, подтянутых и с зарядом энергии. Он пожелал всем хорошо провести время и победы сильнейшим. Обратившись к своей команде, Фархад порекомендовал играть аккуратно, не сильно поддаваться, но и не сильно выигрывать.

Леонид Кантарчян из компании «Акопринт» еще раз всех поздравил с этим прекрасным праздником спорта, который организован сотоварищами и единомышленниками. Он уверенно заявил, что сегодня будет классный турнир, как и все предыдущие. Леонид пожелал всем удачи, чтобы играли аккуратно и победили лучшие в честной борьбе.

В ЭТОМ ГОДУ К ТУРНИРУ ПРИСОЕДИНИЛИСЬ
СРАЗУ 4 НОВЫХ КОМАНДЫ:

«ОПТИФЛЕКС»



«ФСК»



«ПРЕСТИЖ ЭТИКЕТКИ»



«ИЗОБИЛИЕ ЭТИКЕТОК»



На этот раз жеребьевка была проведена с помощью генератора случайных чисел, распределив 8 команд на 2 группы. На двух полях параллельно друг другу было сыграно 12 матчей. Счастливчикам, вышедшим из группы, предстояло играть в финале и матче за III место.

И опять оправдалась поговорка, что новичкам везет. Команда «Опitifлекс» впервые принимала участие в турнире, успешно вышла из группы, но вот в матче за III место ей чуть-чуть не хватило удачи.

Это была равная борьба настоящих флексовиков – ведь сражались «Опitifлекс» и «Мегафлекс». А команду «Мегафлекс» снова поздравляем с III местом, второй турнир игроки показывают стабильный результат.

РЕЗУЛЬТАТЫ МАТЧЕЙ

Artmark Football Cup Поле №1 Группа А СЧЁТ				
ФСК		МАТЧ 1 11:00	 МЕГАФЛЕКС	2:1
Престиж		МАТЧ 2 11:40	 Артмарк	1:6
ФСК		МАТЧ 3 12:20	 Престиж	0:2
Мегафлекс		МАТЧ 4 13:00	 Артмарк	1:2
ФСК		МАТЧ 5 13:40	 Артмарк	1:2
Мегафлекс		МАТЧ 6 14:20	 Престиж	5:0

Artmark Football Cup Поле №2 Группа Б СЧЁТ				
Гамма-М		МАТЧ 1 11:00	 Кохер+Бек	7:0
Опitifлекс		МАТЧ 2 11:40	 Изобилие этикеток	1:1
Гамма-М		МАТЧ 3 12:20	 Опitifлекс	10:0
Кохер+Бек		МАТЧ 4 13:00	 Изобилие этикеток	1:0
Гамма-М		МАТЧ 5 13:40	 Изобилие этикеток	16:0
Кохер+Бек		МАТЧ 6 14:20	 Опitifлекс	1:3

Артмарк



ФИНАЛ



Гамма-М



2:4



Схватка за 1 место



Напряженный момент в матче за III место



Финал был по истине потрясающим – команды «Артмарк» и «Гамма-М» вновь сражались друг против друга. Болельщицы в красных футболках и белых брюках буквально сорвали голос, поддерживая своих игроков. И если в Муроме в мае 2025 года I место занял «Артмарк», то сейчас в ходе ожесточенной борьбы победила «Гамма-М». Пожелания Ильгара сбылись, и команда из Мурома, ветеран турнира среди типографий, со счетом 4:2 одержала долгожданную и такую приятную победу.

1 МЕСТО

«ГАММА-М»

2 МЕСТО

«АРТМАРК»

3 МЕСТО

«МЕГАФЛЕКС»

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ НАГРАДЫ

в этом году распределились следующим образом:

ЛУЧШИЙ ВРАТАРЬ

игрок команды «Гамма-М»

ЛУЧШИЙ ЗАЩИТНИК

игрок команды «Артмарк»

ЛУЧШИЙ БОМБАРДИР

игрок команды «Гамма-М»

ЛУЧШИЙ ТРЕНЕР

игрок команды «Опitifлекс»

ЛУЧШИЙ ИГРОК

игрок команды «Гамма-М»

В конце турнира нас ждали уже традиционные фишки, без которых не обходится ни один Artmark Football Cup: зажигательный танец от команды по чир-спорту «Саботаж» и пламенная речь от легендарного российского футболиста Егора Титова с фотографированием на память и раздачей автографов. Были вручены дипломы, медали, кубки, футбольные мячи с логотипами команд, пакеты с приятными подарками от спонсоров – никто не остался с пустыми руками.



«ГАММА-М»

Михаил Новожилов

Капитан команды «Гамма-М»

ИНТЕРВЬЮ С КАПИТАНОМ КОМАНДЫ «ГАММА-М» – ПОБЕДИТЕЛЕМ ТУРНИРА ARTMARK FOOTBALL CUP 2026

Что вы чувствуете, одержав сегодня победу?

– Это незабываемые ощущения. Мы к этому очень долго шли и, наконец, пришли. Мы очень довольны.

Какая игра была самой простой, а какая, наоборот, самой сложной?

– Самая легкая была игра с командой «Изобилие этикеток», мы были заряжены на победу и забили много голов. Самым сложным для нас был финал с «Артмарком».

Как вы тренировались?

– Мы тренировались после работы 3 раза в неделю по полтора часа.

Где лучше играется – дома или в гостях?

– Везде одинаково хорошо. Здесь своя атмосфера, а в Муроме – своя.

Будете ли принимать участие в будущих турнирах по мини-футболу?

– Безусловно. Мы продолжим и дальше тренироваться и попытаемся сохранить титул победителя.

Чувствовалась ли поддержка ваших болельщиков?

– Да, очень чувствовалась. Они постоянно сопровождают нас на турнирах, и это нам помогает играть.



Лучший вратарь турнира – Евгений Конюнов



Болельщицы «Гамма-М»



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ УЧАСТНИКОВ ТУРНИРА

Юлия Денисова, директор типографии «ФСК»:

– Мы впервые принимали участие, и сказать, что мы в восторге, как-то маловато... Мы в спортивном шоке!!! Это был настоящий крутой футбол! Накал страстей на поле, дети плакали, женщины падали в обморок... Да с такими эмоциями мы горы свернем!!!

Типография «Мегафлекс»:

– Спасибо большое за прекрасный турнир, было очень волнительно. Отдельное спасибо за трансляцию, все матчи без сбоев.

Владислав Ковалев, исполнительный директор типографии «Оптифлекс»:

– Отличный турнир! Спасибо организаторам! Хороший стимул культивировать спортивную жизнь внутри компании и пропагандировать здоровый образ жизни!

Денис Привальнев, директор типографии «Изобилие этикеток»:

– Спасибо большое организаторам за турнир. Вышка!!! Соперникам тоже всем спасибо!

Денис Капустин, соучредитель типографии «Гамма-М»:

– Уже третий год подряд мы с удовольствием приезжаем в Москву, чтобы поучаствовать в кубке «Артмарк» по мини-футболу. Благодарим вас за возможность быть частью этого нереально атмосферного мероприятия! Организация такого события — это нелегкий труд, с которым компания «Артмарк» в очередной раз блестяще справилась. Наши футболисты не подвели! В тяжелой и упорной борьбе наконец-то отвоёвали первое место. Всех желающих взять реванш ждем в сентябре в городе Муроме!

Ильгар Мамедов, учредитель ГК «Артмарк»:

– Я очень рад, что наши мероприятия вызывают интерес среди производителей самоклеящихся этикеток. Что касается нашего футбольного турнира, он становится более масштабным, привлекает большое количество участников, с каждым годом становится более профессиональным.



ПОДРОБНЕЕ
О ТУРНИРЕ



ВАШ НАДЕЖНЫЙ ПОСТАВЩИК
САМОКЛЕЯЩИХСЯ МАТЕРИАЛОВ,
ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КРАСОК И ЛАКОВ,
ТЕКСТИЛЬНЫХ ЛЕНТ

+7 (495) 935 85 56 Info@artmark.ru zakaz@artmark.ru

ВЫЕЗДНОЙ СЕМИНАР АКАДЕМИИ KOCHER+BECK

28 апреля Академия Kocher+Beck впервые провела выездной семинар. В конференц-зале отеля «Онегин» города Екатеринбурга собралось около 70 представителей из 29 типографий Уральского федерального округа.



Наталья Шилкина
Руководитель отдела продаж
вырубных ножей
ООО «Кохер+Бек»

Выездная Академия Kocher+Beck – это редкая возможность получить знания международного класса от экспертов, не покидая ваш регион.

Вам не нужно лететь в Москву – эксперты сами приедут к вам для личной консультации. Экономьте бюджет на перелетах и время сотрудников без потери качества обучения.

Это отличная площадка для нетворкинга – станьте частью встречи профессионального сообщества.

Программа семинара включала в себя выступления троих спикеров с комфортными кофе-брейками, обедом-фуршетом и ужином. После регистрации и открытия разбирали вопросы самоклеящихся материалов, продолжили разговором о красках, подкрепили знаниями о ротационной вырубке.

А на десерт – закрытие и вручение участникам памятных сертификатов о прохождении семинара Академии Kocher+Beck.

КОМУ БУДЕТ ПОЛЕЗНО?

Программа разработана так, чтобы каждый участник производственной цепочки получил инструменты для роста.

Печатники и операторы

Лайфхаки быстрой приладки, настройка давления и бережная эксплуатация

Технологи и начальники производства

Физика материалов, борьба с дефектами высечки и снижение брака

Менеджеры и маркетологи

Технические аргументы для уверенной продажи сложных решений

Руководители и собственники

Стандарты экономии и повышение рентабельности бизнеса



Вступительное слово произнес **Фархад Абилов**, генеральный директор ООО «Кохер+Бек».

Он рассказал историю развития Академии Kocher+Beck, отметив число выпускников программы. Особое внимание было уделено запуску региональных образовательных форматов, которые делают международную экспертизу Kocher+Beck доступнее. Также Фархад поделился рассказом о своем недавнем участии в техническом форуме, который проходил в головном офисе компании Kocher+Beck в Германии.



Дмитрий Чугаев

Должность – технолог компании «Артмарк».

Эксперт в области материаловедения с глубоким пониманием физики запечатываемых основ.

О себе: помогу разобраться в нюансах структур и клеевых слоев материалов из КНР, обеспечив их стабильное поведение на печатной машине.

Первым выступал Дмитрий Чугаев с темой «Особенности работы с китайскими самоклеящимися материалами». Это, безусловно, очень актуальный и волнующий всех вопрос, ведь китайская самоклейка с нами навсегда.

Спикер поделился ценной информацией, при помощи которой можно работать с китайскими материалами эффективно и минимизировать риски брака:

- типы китайских самоклеящихся материалов и их характеристики;
- технические требования к печати и оборудованию;
- практические рекомендации по хранению и подготовке;
- распространённые проблемы и способы их решения;
- как выбрать материал под задачу клиента.



**Олег
Свирин**

**Должность – главный технолог
«Артмарк».**

Специализируется на технологическом обучении персонала типографий, подборе цвета, а также решении технологических вопросов в области узкорулонной флексографии, ротационного офсета и высокой печати.

О себе: познакомлю как с широко известными и применяемыми на производствах, так и с новинками в ассортименте УФ/LED продуктов – красками, лаками, вспомогательной химией компании BIC.

Олег Свирин представил участникам семинара презентацию «Краски и лаки BIC – надежное решение для вашего бизнеса». Сначала он немного рассказал об истории компании BIC и многочисленных экспертизах, благодаря которым доступен широкий спектр качественных красок под разные виды задач.

Олег подробно остановился на ассортименте компании:

- УФ/LED флексокраски (стандартные, светостойкие, нестандартные и повышенной насыщенности);
- УФ-лаки (гляцевые, матовые);
- УФ-адгезивы;
- праймеры;
- УФ-цифровые решения (праймеры, чернила, цветные чернила);
- УФ/LED-чернила для струйной цифровой печати;
- краски для термоусадочных этикеток;
- краски EB (флексо и офсетные);
- флуоресцентные краски;
- вспомогательная химия.



**Вячеслав
Никитин**

**Должность – начальник отдела тех.
поддержки Kocher+Beck.**

Эксперт по технологиям ротационной высадки/вырубки материалов. Специализируется на диагностике вырубной оснастки, установке и настройке систем GapMaster и KMS.

О себе: обладаю практическим опытом (12 лет) решения технических задач в крупнейших типографиях РФ и СНГ.

Последним выступал Вячеслав Никитин с пятью смежными темами. Он подробно разобрал состав вырубной секции, ведь эти знания дают базу для работы в технологии флексопечати.

Вячеслав рассказал о нюансах подбора параметров при заказе вырубных ножей, а также о технологии работы с материалами. Были представлены технологические возможности компании Kocher+Beck, лидера в изготовлении высококачественной вырубной оснастки.

После кофе-брейка Вячеслав наглядно объяснил процесс ротационной вырубки/высадки материалов, а также дал свои рекомендации, основанные на 12-летнем опыте работы в полиграфии.

В заключение спикер посоветовал использовать специальную вспомогательную оснастку для особо сложных задач.



Обратная связь от участников мероприятия самая положительная, и Академия Kocher+Beck уже запланировала на текущий год семинары в других регионах нашей страны.

Если вы очень хотели, но не могли доехать до нас для получения, новых практических знаний в области флексопечати, тогда

АКАДЕМИЯ KOCHER+BECK ЕДЕТ К ВАМ!



**СЛЕДИТЕ
ЗА АНОНСАМИ
НА САЙТЕ**



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ФЛЕКСОГРАФСКИЕ МАШИНЫ

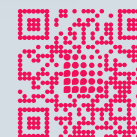


реклама



Москва, 2-й
Рощинский проезд,
д. 8, офис 911

+7 495 150 00 40
info@b2print.ru
www.b2print.ru



PRINT PARK 2026: ВСЁ ПО-НОВОМУ

21 мая 2026 года в питерском отеле «Москва» прошла бизнес-конференция Print Park.



21 мая



организатор
Союз полиграфистов
Санкт-Петербурга

Бизнес-конференция 2026

Организатор **Союз полиграфистов
Санкт-Петербурга**

В этом году планирование мероприятия прошло непростой путь – от двухдневного форума до однодневной бизнес-конференции. Главное одно – что оно все-таки состоялось! Уже невозможно представить себе деловую программу полиграфиста без майского Print Park! А форум это будет, конференция, выставка или семинар – уже, по сути, не так важно.

Print Park – единственный крупный полиграфический форум в Санкт-Петербурге, аналог лондонского Гайд-парка для профессионального сообщества. Проводится с 2018 года. В этом году состоялся 11-й по счету Print Park.

ВСЁ ПО-НОВОМУ

Новый дизайн

Петербургское агентство «Адекватные люди» подарило форуму яркий и современный стиль. Новый логотип – это и буква Р, и флажок на карте, и капля краски. Визуальный язык включает узнаваемые символы Петербурга, подчёркивая локальную идентичность.

Новая локация

Print Park переехал в сердце города – на площадь Александра Невского, в отель «Москва», с видом на Неву и Лавру. В последние годы мероприятие проходило в выставочном комплексе «РОССИЯ – МОЯ ИСТОРИЯ».

Новая площадка приятно удивила – прекрасное расположение рядом с метро и примерно в часе езды на такси от аэропорта. Два комфортных конференц-зала стали свидетелями интересных презентаций, а просторный холл разместил яркий стенд компании «Берег», роллапы с анонсами выступлений, а также столы с раздаточными материалами.



Новая миссия

Главная цель обновлённого Print Park – нетворкинг. Бизнес-конференция Print Park – честная, максимально полезная, без лишнего пафоса, но с конкретикой, открытым диалогом и реальными инструментами, которые помогут сделать бизнес успешнее.

КАК ЭТО БЫЛО

Александр Амангельдыев, генеральный директор ИД «Курсив», представил презентацию «Российский полиграфический рынок. Итоги 2025 и прогнозы на ближайшее будущее».



Александр Амангельдыев («Курсив»)

В выступлении Александра чувствовалась тревожная нотка, ведь он осветил статистику рынка прошлых лет и предоставил неутешительные прогнозы на текущий год. В 2023–2024 годах полиграфическая отрасль пережила свои лучшие годы – типографии смогли заработать и приобрести большое количество оборудования. В 2025 году,



согласно Росстату, наблюдается падение рынка на 13,7%. Издательство «Курсив» с этими цифрами не согласно и произвело свою оценку, основанную на потреблении расходных материалов на рынке. По их данным ситуация немного радужнее – падение оценивается в 8%. Например, судя по увеличению объема потребления флексокраски в 5,5%, заказов стало немного меньше, но тиражи оставшихся заметно выросли. Это прямо противоположно ситуации в 2023–2024 годах, когда количество заказов росло, а тиражи сокращались.

Поскольку упаковка и этикетка занимают существенную долю всего полиграфического рынка, падение количества заказов в этом сегменте обеспечивает падение всей отрасли. А связано это со следующими факторами:

- перепроизводство – некоторые российские производители после замещения ушедших иностранных компаний увеличили объемы выпуска своей продукции в 2023–2024 годах;
- падение покупательской способности российского рынка – население переходит на экономическую модель поведения;
- рост цен на товары и услуги, что усугубляет ситуацию с покупателями.

Также Александр подчеркнул, что рост продаж через маркетплейсы создал определенную группу производителей, которые «сначала продают, а потом производят». Такая стратегия

создает специфический заказ на упаковку – очень маленькие партии, но чаще, чем раньше.

Первое полугодие 2026 года почти прошло, и уже можно сделать предварительные выводы обо всем годе. По оценкам издательства «Курсив», в текущем году рынок потеряет еще примерно 8–10% при условии, что общеполитическая ситуация изменится несильно.

Круглый стол «Цена нереализованного таланта: считаем потери вместе» с модератором **Натальей Борисовной Лезуновой**, как всегда, был очень актуален.



Основная проблема, с которой сталкиваются работодатели, заключается в сохранении молодых специалистов на рабочих местах, несмотря на значительные инвестиции в их найм. Причина кроется в том, что привлечение и адаптация кадров начинается задолго до первого рабочего дня, а именно в процессе обучения и формирования ожиданий студентов.

Современные студенты ищут не просто стабильность, а возможности для роста и развития. Для них важен смысл деятельности, свобода самовыражения и диалог вместо иерархии. В этом в очередной раз убедились на круглом столе – студентки провели презентацию интерактивного проекта «Полиграфический кот», в котором раскрывают суть серьезных полиграфи-

ческих технологий в игровой форме. Пока доступна только демоверсия.

Уже 4-й год подряд на Print Park обсуждают кадровую проблему, и она до сих пор не решена. Зато представители отрасли научились задавать друг другу правильные вопросы:

- достаточен ли объем выпуска;
- каким профессиям обучать;
- какие перспективные направления полиграфии;
- какого специалиста ждут на выходе.

В прошлом университет воспринимали как кадровое агентство – регулярно поступали звонки с просьбой предоставить в типографию 200 хороших мальчиков и девочек, и чтобы знали отрасль. Но какую именно специфику отрасли должны знать ученики – об этом приходилось разговаривать с руководителями типографий долгих 3 года.

Борьба за современного студента – жесткая и высоко конкурентная, ведь студент прекрасно понимает, что у него есть выбор. Он должен знать, что полиграфия – это современно и интересно, проводятся отраслевые конкурсы, где можно применить накопленный креатив. Например, в недавно проведенном конкурсе «Сытинское дело» приняли участие студенты из 10 вузов. И в первую очередь эту мысль должны доводить до абитуриентов их родители.

Также очень хорошо стартовала программа дополнительного обучения (в прошлом – курсы повышения квалификации). 7-месячный курс прошел на ура, и уже поступило 4 новых заявки.

Таким образом, университет становится точкой сборки для школьников, студентов, сотрудников и смежных специалистов.

Максим Мережко, главный редактор PrintDaily.ru, руководитель полиграфического контент-агентства PrintDaily.Agency, рассказал, что с приходом ИИ работа по продвижению вашей



Максим Мережко (PrintDaily.ru)

компании в интернете должна строиться по-новому.

С 2024 года поисковые системы Google и Яндекс начали показывать так называемые нейроответы в дополнение к обычной выдаче. И очень часто люди удовлетворяются этой информацией и не переходят на сайты. А еще ChatGPT никто не отменял. Как следствие – сайты теряют трафик.

Забудьте всё, чему вас учили в школе – в смысле исправьте все тексты, написанные под задачи SEO – ведь в нейроответах они не работают. Максим привел пример, как на два максимально похожих по смыслу запроса Яндекс выдает разные результаты в органической выдаче и в нейроответах.

Раньше в лучших традициях SEO поисковая система выдавала список ссылок по запросу и нужно было самостоятельно переходить по ним и анализировать информацию с разных сайтов. Теперь, в новых реалиях, GEO-система сама ищет и анализирует информацию в источниках и синтезирует ответ на запрос пользователя.

Все просто: при SEO (Search Engine Optimization – поисковая оптимизация) вам нужно было попасть в топ-10 (лучше все же в топ-3). А вот при GEO (Generative Engine Optimization – генеративная оптимизация) – в список источников, который ИИ использует для своего ответа.

Ольга Сидорова, управляющий собственник московской типографии «АльянсПринт», на своем примере рассказала, как без остановки производства совместить B2B-полиграфию и собственный розничный бренд.

Типография «АльянсПринт» разделяет общую отраслевую боль – кадры. Раньше была дешевая рабочая сила, а теперь соратникам-ветеранам нужно отдать должное и платить больше. А к зумерам вообще нужен особый подход – они очень умные и активные и не любят рутинной работы – их нужно мотивировать креативными проектами.



Ольга Сидорова («АльянсПринт»)

Наряду с выпуском разнообразной высококачественной продукции типография Ольги сотрудничает с государством в проекте «Сделано в Москве». А также пару лет назад запустила успешную линию ежедневников или, как они сами их называют, дневников под брендом Kairos gift. На сегодняшний день доступны 3 коллекции, состоящие из 3 дневников. Это премиальный товар с богатой отделкой, который сейчас очень популярен.

На старте проекта типография столкнулась с проблемой регистрации торговой марки, поэтому спикер рекомендовала не полениться и изучить информацию об уже зарегистрированных названиях на сайте www.mktu.info перед запуском.

Также Ольга подробно остановилась на «анализе пяти сил Портера». Это инструмент стратегического маркетинга, который

помогает оценить привлекательность и прибыльность отрасли. Нужно принять во внимание 5 факторов:

1. Входные барьеры.
2. Власть потребителей.
3. Власть поставщиков.
4. Заменители.
5. Конкуренты.

Анастасия Ивченко, владелица полиграфической компании «Кредо Принт», основатель и преподаватель онлайн-школы по допечатной подготовке для дизайнеров, выступала на тему «ИИ в треугольнике "Заказчик – Дизайнер – Печать" – новые возможности или скрытые убытки? Что на самом деле приходит в типографию из эпохи нейросетей?».



Анастасия Ивченко («Кредо Принт»)



Веер технологий

Если раньше самыми ужасными макетами считались рисунки ручкой на листочке или фото визитки, то сейчас много проблем доставляют как раз таки картинки из нейросетей или созданные при помощи онлайн-конструктора Supa.

Сам макет, созданный при помощи ИИ, доставит типографии много проблем, но вот как референс желаний заказчика вполне подойдет.

Анастасия сразу обозначила, что она пока еще начинающий пользователь нейросетей, однако уже успела поэкспериментировать с макетами. ИИ-сервису Claude.ai под ее чутким руководством удалось сделать вылеты, перевести растровый текст в вектор (правда, иногда криво), конвертировать RGB в CMYK, заменить составной черный на K100 и заменить цвет на Pantone.

Во время своего выступления Анастасия пустила по рядам участников бизнес-конференции два веера технологий. Они были созданы ее типографией специально для демонстрации того, как та или иная технология будет работать с различными материалами и какое колоссальное между ними различие как визуально, так и тактильно. Анастасия применяет веера в повседневной работе с дизайнерами и клиентами, а на конференции их демонстрация стала интерактивным дополнением к ее выступлению. Третий веер в подарочной упаковке она подарила девушке из зала.

Круглый стол «Цвет без иллюзий: где он ломается – в дизайне, препрессе или печати?» собрал полный зал.

Обсуждали болезненную для отрасли проблему: почему цвет, задуманный дизайнером, так часто не доживает до оттиска в том виде, в котором его придумали. Из зала прозвучало много вопросов, а модератора **Александра Руденко** под конец не хотели отпускать.

Главная мысль круглого стола – коммуникация между всеми звеньями процесса: клиент – дизайнер – технолог-препресс – печатник. Цвет, по словам модератора, ломается именно на стыках – между экраном и бумагой, между дизайнером и технологом, между учебной



программой и реальной печатной машиной. CMYK – это не цвет. Это даже не рецепт цвета, а инструкция конкретному процессу. А изображение на экране – лишь предварительная модель ожиданий, а не доказательство того, что получится на бумаге. Тех, кто всерьез говорит «CMYK – это цвет», Александр полутья записал в профнепригодные.

Первой слово взяла **Яна Строчук**, дизайнер с большим опытом в полиграфии. Ей достался самый неудобный вопрос: о согласовании цвета прямо с экрана и о том, можно ли брать Pantone из экранной палитры. Да, признала Яна, делать так нельзя – но и ошибкой дизайнера это не является: это просто условия, в которых приходится работать. Сама она использует экран не как эталон будущей печати, а как язык общения с клиентом. Сказать номер – одно, а увидеть цвет живым на бумаге – совсем другое.

В идеале нужно встретиться лично и показать цвет в веере или хотя бы на калиброванном мониторе. А если клиент на другом конце страны или мира, компромиссом становится фотография макета, снятая при нормированном или дневном свете. Тут из зала вспомнили, как когда-то цвет согласовывали по факсу.

Отдельный сюжет – серый. Раньше, честно призналась Яна, она думала о сером только как о части бренда и даже не подозревала, что он способен «убежать» в розовый, зелёный

или синий. С опытом пришло техническое чутьё: теперь, прежде чем взять серый, она сначала выясняет, действительно ли он клиенту нужен, и проговаривает все нюансы. Особенно если печатать будут не там, где она рекомендовала, и она не может ручаться за результат. При этом серый она, по собственному признанию, обожает: с ним можно уйти и в холодный премиум, и в мягкий, уютный светло-серый – но только если знаешь, как с ним обращаться.

Сергей Зинченко, руководитель отдела допечатной подготовки, отвечал так ёмко – хоть на цитаты разбирай. Его позиция проста: заказчика надо уважать, поэтому молча, не сообщая клиенту, в файле правят только то, что вообще никак не влияет на цвет. Например, локально сбивают превышенную суммарную краску, не трогая генерацию чёрного по всей картинке, или перекрашивают составной чёрный текст. Всё остальное, что способно изменить вид макета, – только по согласованию. Даже чёрную плашку на всю страницу, сделанную одной краской, он без спросу перекрашивать не станет: среди заказчиков хватает творческих людей, и неожиданные сюрпризы тут ни к чему.

А как же дизайнеру узнать заранее, что получится на печати? «Для этого человечество и придумало цветопробу», – напомнил Сергей. А следом рассказал историю про заказчицу, которой удалённо калибровал оборудование и долго уговаривал ее выйти из полуподвального помещения на улицу, к дневному свету. Эффект оказался неизгладимым: «Ух ты, как, оказывается, на улице всё хорошо!» – написала она потом. Отсюда зашла речь и о метамеризме: серый, безупречный при одном источнике света, при другом уходит в зелень или красноту – и объяснять это клиенту приходится словами, потому что верят, увы, немногие.

Здесь разговор дошёл до самого интерес-

ного – почему 50 % в файле это совсем не 50 % на бумаге. Виногато оптическое растискивание: растровая точка живёт не в файле, где её задал дизайнер, а на бумаге – в краске, в свете и, в конце концов, в восприятии человека. На механической печати идеально нейтральный серый порой недостижим даже при выдержанных нормах: точки ложатся не на белую бумагу, а друг на друга, добавляется неприводка – и серый предательски «краснит» или «зеленит». **Михаил Кувшинов**, директор по развитию НИССА-Центрум, будучи в зале, заметил по этому поводу красивую вещь: будь триада CMY идеальной, чёрная краска была бы попросту не нужна – и серый, и любой другой цвет собрались бы без неё. Чёрный приходится подключать именно потому, что реальный процесс далёк от идеала. Отсюда и сильная генерация чёрного для нейтральных тонов, и контроль по серому балансу – превосходному индикатору: человеческий глаз к нейтральному оттенку чувствителен точнее любого прибора, и по нему часто видно, «попали в пробу или нет», даже без измерений. Александр Руденко подкрепил это образцами: на одном листе серый разбалансирован, на другом, отпечатанном на откалиброванной машине, чёрный и триада совпадают идеально.

Павел Яковлев, преподаватель высшей категории СПб ГБПОУ «АУГСГиП», заговорил о разрыве между учёбой и цехом. Объяснять студентам цвет на словах, посетовал он, вспомнив фразу коллеги, это всё равно что «водить белым мелом по зелёной доске»: лучше один раз увидеть. Его показательный пример – студентка, принёсшая на практику файл с двенадцатью цветами Pantone для печати на цифровой машине, у которой всего четыре краски. После встречи с реальной машиной, надеется Павел, человек хотя бы задумается, что задуманное на мониторе стоит сверять с физическим процессом и его ограничениями.

Беда, по словам Павла, системная:

полиграфистов учат полиграфисты, дизайнеров – дизайнеры, а пересекаются эти два мира редко. Встречаются и преподаватели, ни разу не бывавшие в типографии, но уверенно преподающие полиграфические технологии. Отсюда мысль, которую на круглом столе горячо поддержали: водить на производство стоит не только студентов, но и самих преподавателей дизайна, чтобы те не закручивали ученикам голову в ненужную сторону, а заранее рассказывали о задачах, нерешаемых в реальной печати.

К финалу разговор вернулся к тому, с чего начинался, – к опыту и общению. Никакой университет, сошлись участники, не заменит ни реального оттиска, ни живого диалога: настоящее понимание технологий, умение придумать сильное решение даже без дорогих приёмов приходит только с практикой. «Не бойтесь задавать вопросы типографиям, они не кусаются», – напутствовал зал кто-то из экспертов. «Присоединяюсь, не кусаемся», – подтвердил Сергей Зинченко.



Галина Канева («Печатные технологии»/Printing Technology) и Александр Руденко (Printing Technology Consulting)

Круглый стол «Сервис как конкурентное преимущество, или Почему типографии выбирают поставщика не только по цене печатной машины» закрывал деловую программу бизнес-конференции.



Сервис – одна из самых острых тем в отрасли. Поставщики и типографии понимают его по-разному. Одни считают, что «привезли и запустили» – уже сервис. Другие ожидают партнёрства на весь жизненный цикл машины.

Под модераторством **Сергея Белокурова**, независимого эксперта по струйным печатным технологиям, представители компаний-поставщиков полиграфического оборудования собрались за круглым столом для обсуждения насущных проблем.

После известных событий 2022 года в России можно купить только полиграфическое оборудование китайских брендов за редким исключением. А исключение приходится, например, на оборудование японской марки Ricoh, продаваемое на территории России компанией «РИКО Рус».

В конференц-зале также присутствовали в качестве слушателей российские представители японской компании Konica Minolta, сказав только, что сервис всем клиентам они также оказывают. Конечно, при желании, и европейское оборудование можно привезти – как новое, так и б/у, здесь уже играют роль цена и сроки. Львиная доля

типографий перешла на китайское оборудование, но вопрос сервисного обслуживания старого не китайского остается открытым и актуальным.

Если говорить об изменениях в сервисе, то они превратились в настоящую боль для пользователей оборудования. Например, по словам Сергея Пронина, у «РИКО Рус» сроки поставки запчастей и расходников увеличились с привычных 2 дней авиадоставкой и 1 недели в обычном режиме на 2 недели и 1,5 месяца соответственно. А еще бывают случаи, когда клиент ждет 2 недели нужную запчасть, но через неделю после ее замены возникает другая ошибка. А, как известно, длительный простой оборудования для клиента весьма нежелателен. «РИКО Рус» значительно увеличила склад расходников и запчастей и в настоящее время занимается разработкой своей собственной CRM-системы, ведь за автоматизацией будущее.

Михаил Кувшинов, «НИССА Центр», рассказал познавательную историю о происхождении самого первого сервисного контракта в мире. В Древнем Китае существовало правило, согласно которому император платил своему личному врачу только тогда, когда был здоров. Как только император заболел, выплаты прекращались, а если ему становилось хуже – врача могли наказать и даже казнить. Желание жить было лучшей мотивацией для лекарей заниматься профилактикой. Позднее эта модель нашла свое отражение в договорах на сервисное обслуживание.

Компания Михаила продолжает оказывать своим клиентам качественный сервис оборудования брендов HP и Canon. У них организован трехуровневый склад – часть запчастей находится у клиента, часть на складе в Москве, остальное – в регионах. «НИССА Центр» также разделяет идею автоматизации – сотрудники компании

пользуются сервисной CRM-системой более 10 лет. Михаил высказал важную мысль: сервис – это прежде всего система. Только первую машину продает отдел продаж, вторую и последующую продает отдел сервиса. Он не должен быть точкой роста прибыли в компании, но выйти на самоокупаемость обязан.

Михаил Шанин, «СмартПолиграфСервис», также посетовал на увеличение сроков поставки запчастей в Россию. В лучшие времена доставка деталей для оборудования Heidelberg занимала 3–4 дня, а сейчас в среднем 1,5–2 месяца. Но если нужно очень срочно, то можно и за 3 недели привезти. Также Михаил поделился проблемой обновления мануалов на оборудование. Машины, которые были завезены в Россию до 2017 года, можно обслуживать по старым мануалам и в наши дни без каких-либо проблем. Но с новым оборудованием дела обстоят иначе – приходится по-дружески просить бывших немецких коллег помочь с тем или иным вопросом.

Если говорить про самостоятельный заказ запчастей с китайской площадки Aliexpress, то Михаил поделился опытом на этот счет – электроника может прийти уже в нерабочем состоянии либо с коротким сроком службы.



Степан Дерябин, «Принтер Part», поддержал Михаила Шанина в том, что его компания также пользуется наработанными личными связями при возникновении проблем с оборудованием Roland, которое они поставляли в Россию.

Однако ввиду длительных сроков поставки запчастей штатный инженер-электронщик освоил ремонт плат самостоятельно. Причем на них клиентам предоставляется пожизненная гарантия, если код ошибки повторится.

Также Сергей отметил, что оборудование марки Roland практически неубиваемое – можно сделать обновление 15-летней машины, и она будет работать как новая. Его компания даже оказывает услуги восстановления отдельных деталей печатных машин Roland.

Владислав Кузнецов, «Джест», считает, что сервис всё же должен не только закрывать проблемы клиентов, но и приносить деньги. У клиента есть выбор куда обратиться, а за качественный сервис нужно платить. У «Джест» нет проблем с сервисными инженерами, и запчасти все они возят, только сроки, как у всех, увеличились. Владислав отметил, что сейчас во многих регионах возможен сервис от инженеров-фрилансеров, и клиент может выбирать, что ему удобнее и выгоднее.

Павел Белявский, Smart Data, рассказал, что они оказывают уникальный сервис по очистке печатающих головок, способный продлить срок их службы на 50%. Устройство очистки – довольно дорогостоящее оборудование и не окупится в ближайшие годы, однако именно через сервис можно завоевать доверие и лояльность клиентов, ведь восстановить головку дешевле, чем купить. Белорусская компания Smart Data продала больше 1000 печатающих головок для системы «Честный знак», поэтому делает большие ставки на сервис по очистке.

НАГРАЖДЕНИЕ

В конце Print Park по традиции Сергей Радванецкий, президент Союза полиграфистов Санкт-Петербурга, наградил особо отличившихся работников полиграфической отрасли города на Неве. Лауреатам были вручены почетные знаки «Отличник полиграфии Санкт-Петербурга» и дипломы и памятные знаки почетного звания «Заслуженный полиграфист Санкт-Петербурга» – высшей профессиональной общественной награды полиграфической отрасли Санкт-Петербурга. А еще денежная премия от руководства типографии, в которой они работают.



Следите за новостями Print Park



PRINTPARKSPB.RU

ВКОНТАКТЕ

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПЕЧАТИ МАРКИРОВКИ

95+ ПРИНТЕРОВ
440+ ПЕЧАТНЫХ ГОЛОВ
установили с 2020 года

ПРОВЕРЬТЕ КАЧЕСТВО –
НАМ НЕЧЕГО СКРЫВАТЬ

АО «ВИП-СИСТЕМЫ»

www.vipsys.ru
+7 495 165 05 05
info@viprumo.ru

VIP
VISION
IMAGE
PRINT

реклама



ЗАРУБЕЖНОЕ ПРИТЯЖЕНИЕ

22–23 мая 2026 года в бизнес-центре «Виктория» города Минска прошел ежегодный слет полиграфистов «Притяжение».



ПРИТЯЖЕНИЕ

**ЕЖЕГОДНЫЙ
СЛЁТ
ПОЛИГРАФИСТОВ**

Минск. Беларусь.
22-23 мая
2026

С каждым годом «Притяжение» расширяет свою географию, и в 2026 году его участники даже побывали за границей – в дружественной Беларуси.

Теперь в копилке у участников мероприятия есть фото из городов: Екатеринбург, Нижний Новгород, Сочи, Калининград и Минск.

В этом году в рамках слета полиграфистов было предусмотрено много интересного: выступления спикеров, посещение двух типографий, причем название одной из них держалось в строжайшем секрете до начала мероприятия. А также «Притяжение мнений» – серия неформальных интервью в уникальной атмосфере: прямо на площадке фуршета.



Организатор: 

ДЕНЬ 1

Открывал «Притяжение» **Дмитрий Мухин**, «Аксиома». Он напомнил, что «Притяжение» – это место встречи полиграфистов со всего мира. Здесь говорят о том, что действительно важно: о новых технологиях, рабочих решениях, вызовах отрасли и реальном опыте. Сегодня особенно важно не просто успевать за изменениями, а быть на шаг впереди, развиваться и вместе двигать полиграфию вперед.

«Притяжение» – это не только про технологии и бизнес. Это ещё и про людей, общение, новые знакомства и поддержку профессионального сообщества. Каждый год здесь собираются руководители, специалисты и партнёры отрасли, чтобы делиться опытом, находить новые идеи и вдохновлять друг друга.

Михаил Шанин, основатель и генеральный директор компании ООО «СмартПолиграфСервис», выступил с докладом на тему: «Эффективная сервисная поддержка и оптимизация затрат. Почему стоит выбрать оборудование Spande?».

Михаил проработал 25 лет в российском представительстве Heidelberg и прошел путь от сервис-инженера до руководителя отдела сервиса по Северо-Западным и Южным регионам РФ. На «Притяжении» Михаил рассказал, как грамотно выстроить сервисную поддержку, на чем можно сэкономить при закупке запчастей и почему стоит присмотреться к новому оборудованию Spande.

Струйная цифровая печатная машина Spande



Дмитрий Мухин («Аксиома»)



Михаил Шанин («СмартПолиграфСервис»)

Компания, основанная в 2022 году, начинала с поставки запчастей, а сегодня закрывает потребности типографий под ключ. «СмартПолиграфСервис» по-прежнему привозит запасные части для оборудования всех известных брендов (оригинал, качественный аналог, б/у с фото-, видео-отчетом и гарантией).

А с конца прошлого года открыла новое направление – поставку офсетных печатных машин и струйных рулонных ЦПМ китайского производителя Spande.

Также сейчас весьма актуальны системы печати QR-кодов на машинах офсетной печати в линию, которые Михаил может привезти. А еще доступен заказ вспомогательных устройств (загрузка/разгрузка бумаги для резальных машин) и постпечатного оборудования. Таким образом, клиенты получают полное техническое сопровождение: гарантия, постгарантийный сервис и поставка расходных материалов. Гостям «Притяжения» Михаил приготовил приятный бонус – скидку 15% на любые запчасти в течение месяца.



Сергей Белокуров

Сергей Белокуров, эксперт по печатным технологиям, рассказывал про ИИ в полиграфии и не только. Многие уже используют генеративные сети для наработки идеи макета, если говорить о задании с постпечатной отделкой. Другими словами, ИИ помогает выполнять художественное проектирование с оговорками, и это у него прекрасно получается.

Например, компания «Алкольная Сибирская Группа» разместила заказ на новую продукцию, и из предложенных вариантов победил тот, который был выполнен с помощью ИИ. Также при изготовлении текстильного мерча макеты для печати полностью подготавливает ИИ. Дизайнеру остается только проверить их на артефакты.

Сергей привел пример того, как роботы уже наступают нам на пятки. В мае 2026 года компания Figure AI провела эксперимент «человек против машины». Суть испытания сводилась к тому, что робот-гуманоид и человек должны были брать посылку и класть ее стороной со штрихкодом вниз на конвейерную ленту.

В 10-часовом соревновании победил человек. Он отсортировал 12 924 посылку со скоростью 2,79 сек. на одну посылку. Робот обработал 12 732 посылки со скоростью 2,83 сек. Но хотя человек пока немного быстрее, роботы способны работать без усталости, сна и выходных.

Алексей Гончаров, типография «Профиль», поделился опытом внедрения личного кабинета клиентов «Орбита 2.0». Он напомнил всем, что сейчас существует два основных способа коммуникации с клиентом — личный кабинет и сайт с корзиной по типу интернет-магазина. Главное отличие – в форме авторизации: личный кабинет предполагает регистрацию пользователя перед началом ознакомления с услугами и каталогом, а сайт предлагает регистрироваться уже в момент заказа продукции. Оба эти способа имеют право на жизнь, но для типографии он считает лучше использовать именно личный кабинет.



Почему? Потому что типография – это не магазин, где покупают стандартные товары. Это производство, где каждый заказ уникален, а доверие строится на прозрачности, диалоге и долгосрочном взаимодействии.

И «Орбита 2.0» создана как раз для такого подхода. Система работает как в десктопной версии, так и в формате **PWA-приложения (Progressive Web App)** – его можно установить на телефон буквально за пару секунд, без скачивания из App Store или Google Play. Просто открываете ссылку, нажимаете «Добавить на экран» – и иконка приложения появляется рядом с остальными. Никаких барьеров, никаких сложностей.

Алексей Гончаров («Профиль»)

Внутри – всё, что нужно для эффективной работы:

- возможность запускать заказы, отслеживать их статусы и получать уведомления;
- **встроенный мессенджер** для общения с менеджером – без перехода в сторонние мессенджеры;
- автоматическое выставление счётов;
- история всех заказов и файлов;
- онлайн-калькулятор с возможностью быстрого перерасчёта.

Но главное – **«Орбита» не просто инструмент, а часть единой системы управления производством «Аксиома»**. То есть заказ, запущенный через личный кабинет, сразу попадает в цех, резервирует материалы, рассчитывает загрузку станков и контролируется на каждом этапе. Никаких «потерь» между отделами, никаких двойных вводов – всё в одном потоке.

Стартовая страница «Орбиты 2.0» – это мощный маркетинговый инструмент со своим уникальным дизайном. Здесь можно выделить сильные стороны типографии, акции, новые услуги или особенности работы. Главное – грамотно её оформить, ведь, как известно, по одежке встречают. А провожают – по качеству сервиса. Клиентам нравится пользоваться «Орбитой 2.0». Просто вашему менеджеру нужно убедить их установить – а дальше они сами познакомятся с интерфейсом и увидят очевидные плюсы: удобство, скорость, прозрачность.

«В ПИКОВЫЙ СЕЗОН БЕЗ „ОРБИТЫ 2.0“ КАК БЕЗ РУК. МЫ БЫ ПРОСТО НЕ УСПЕЛИ ОБРАБОТАТЬ ВСЕ ЗАКАЗЫ!» – ТАКУЮ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ СОТРУДНИКИ «ПРОФИЛЯ» ПОЛУЧАЮТ ОТ СВОИХ КЛИЕНТОВ РЕГУЛЯРНО.

Именно так – тихо, без лишнего шума – цифровая система становится не просто опцией, а необходимостью.

ЭКСКУРСИЯ В ТИПОГРАФИЮ ИКС

В первый день «Притяжения» была организована экскурсия в одну из типографий, название которой участники узнали только перед самым ее посещением. Произошло настоящее перемещение в пространстве и времени, ведь это была виртуальная экскурсия в типографию «Линк» в городе Казани.



Виртуальная экскурсия в типографию «Линк»

Почему было запланировано посещение именно в эту типографию? В системе «Аксиома» есть типографии, которые задают тренды рынка. Эта компания ежегодно уверенно держит первое место по сумме заказов, потому что успех не случается случайно. За высоким объемом стоят отлаженные бизнес-процессы, грамотная команда и правильные инструменты.

В видеоролике был тур по производству – от расчета заказа до отгрузки. Посмотрели на большое количество оборудования в действии. Познакомились с сотрудниками офиса. Поговорили с генеральным и коммерческим директорами и узнали историю создания типографии. Оказывается, Артем Козлов, генеральный директор «Линка», в студенческие годы простоял 1,5 часа в очереди, чтобы снять копию, и затаил обиду длиною в

жизнь. В 2009 году в помещении площадью 12 м² он с партнером открыл свой копировальный центр, оснастив его МФУ и принтером, приобретенным в «Эльдорадо» в рассрочку. Через 4 года наняли отдельного менеджера. В 2019 году купили две существующие типографии в Казани – «Онегин» (цифра) и «Акварель» (офсет), после чего рост компании составлял 100–120 % два года подряд.

В связи с большим потоком заказов в этом же году внедрили систему «Аксиома». На производстве ее встретили на ура, а вот офисные сотрудники немного сопротивлялись, ведь для них прибавилось работы.

Типография «Линк» всесторонне продвигает свои услуги – контекстная реклама в Яндекс. Директ, 2ГИС, Яндекс.Бизнес, социальные сети (по 4 поста в день), сарафанное радио.

А еще у нее есть своя курьерская служба, ведь 150–200 заказов сами себя по клиентам не развезут.

Надо сказать, что интрига того стоила, ведь экскурсия в типографию «Линк» произвела на всех глубокое впечатление – качественная съемка, интересные вопросы в интервью с директором и планка, на которую хочется равняться.



Галина Канева («Печатные технологии»/Printing Technology) и Дмитрий Старцев («ПринтИнсайдер»)

ПРИТЯЖЕНИЕ МНЕНИЙ

Когда деловая программа подошла концу, участники «Притяжения» переместились в ресторан «Виктория СПА», который находился неподалеку. У входа их ждали герои из «Звездных войн» – Дарт Вейдер и принцесса Лея, готовые для фотосессии со всеми желающими. В прошлом году это были девушки-бабочки, а 2 годами ранее – горячие танцовщицы в латиноамериканских нарядах.

Помимо роскошного ужина с авторской кухней от шеф-повара в рамках фуршета прошла серия сплит-интервью с гостями «Притяжения» в формате «живого микрофона». Ведущим и медиапартнером новинки деловой программы мероприятия был **Дмитрий Старцев**, проект «ПринтИнсайдер». Безусловная фишка этой рубрики – интерактив. У участников была возможность лично поучаствовать в интервью и задать вопросы



гостям.

За вечер было взято 5 интервью у лидеров мнений различных регионов России и ближнего зарубежья:

- **Панчехин Виталий**, собственник типографии «Б плюс», Краснодарский край;
- **Сергей Слющенков**, директор типографии «Янтарный оттиск», Калининград;
- **Никита Юдаков**, директор типографии Beleksprint, Республика Беларусь;
- **Александр Победенный**, директор «ИД Меркурий», Москва;
- **Вячеслав Филоненко**, директор типографии Pixelprint, Казахстан.



Дмитрий Старцев и Панчехин Виталий



Дмитрий Старцев и Сергей Слющенков

А как закончился первый день слета полиграфистов? Правильно – коллективным караоке, без которого не обходится ни одно «Притяжение». Но петь песни пошли не все, а только самые стойкие меломаны.

ДЕНЬ 2

ЭКСКУРСИЯ В ТИПОГРАФИЮ «ГРАДИЕНТ»

Директор белорусской типографии радушно встречал своих гостей у входа. «ГРАДИЕНТ» начал свою деятельность с логистики и продажи стеллажей, а за 15 лет превратился в современный полиграфический комплекс.



Белорусская типография «ГРАДИЕНТ»: снаружи и внутри



Производственные возможности типографии включают три технологических направления:

- офсетная печать – 80 %;
- цифровая печать – 15 %;
- широкоформатная печать – 5 %.

Начинали с аренды здания, а на сегодняшний день в собственности большой земельный участок, здания площадью больше 2500 м². В ближайшее время запланирована стройка здания около 1200 м², бюджет которого составит не малую сумму.



При покупке всегда есть много подводных камней, так мощность электричества была всего 5 кВт, поэтому пришлось организовывать свою подстанцию, а также теплоузел, канализацию и ливневку. Теперь типография не зависит от сторонних коммуникаций.

На старте была приобретена в лизинг 4-красочная офсетная машина Roland, затем добавился брошюровочный комплекс Horizon. На сегодняшний день типография оснащена высокопроизводительным печатным оборудованием: офсетные печатные машины Komori Lithrone G37 и Lithrone 28 и многое другое. Установлено оборудование для изготовления печатных форм (Стр) для внутреннего пользования. А из последних приобретений можно отметить высекальный пресс MK Ecocut 106CS.

Новинка в парке оборудования «ГРАДИЕНТ» – высекальный пресс MK Ecocut 106CS

Типография «ГРАДИЕНТ» предоставляет полный цикл полиграфических услуг:

- дизайн и верстка: разработка макетов и верстка многостраничных изданий (журналы, каталоги, книги);
- печатные работы: выпуск продукции от визиток до плакатов формата А0;
- специализированные материалы: печать на самоклеящейся пленке, баннерах;
- постпечатная продукция: изготовление наклеек, этикеток, POS-материалов (шелфтокеры, хенгеры, воблеры).

Коллектив типографии насчитывает свыше 40 высококвалифицированных специалистов, включая печатников, дизайнеров, инженеров, технологов и менеджеров, каждый из которых обладает глубокой экспертизой в своей области. В типографии 7 менеджеров-универсалов со сдельно-премиальной оплатой труда. За каждой офсетной машиной закреплен свой печатник, и, если он уходит в отпуск, заказы перебрасываются на вторую машину. В настоящее время одна печатная машина загружена полностью, а вторая работает по графику: понедельник – пятница, поскольку весной традиционно ощущается спад в заказах. В эпоху дефицита кадров типография дорожит своими сотрудниками и применяет гибкий подход в работе.

Собственники типографии до 90 % прибыли направляют в развитие и очень гордятся тем, чего уже удалось достичь: собственные земельный участок, здания и сооружения, высокотехнологичное оборудование, а самое главное – это сплоченный коллектив.

Благодаря экскурсии полиграфисты смогли ознакомиться с организацией производственного процесса и применяемыми технологиями в условиях современного полиграфического предприятия. Посетителей особенно впечатлили идеальный наливной пол, внушительный размер площадки, а также чистота на производстве.

ЭКСКУРСИЯ К ЦЕНТРУ ПРИТЯЖЕНИЯ МИНСКА

Погода была шикарная! Было настолько солнечно, что даже удалось немного загореть. Автобус привез полиграфистов на площадь Свободы. Именно здесь в этот день стартовал Минский фестиваль народных ремесел, открывший летний музыкально-туристический сезон. Участники «Притяжения» смогли погулять по ярмарке, где были представлены выставки мастеров декоративно-прикладного искусства.



У Ратуши началась познавательная экскурсия по историческому центру города Минска. «Витаначки!» – поздоровалась со всеми улыбающаяся девушка-экскурсовод.

Пешая часовая прогулка полиграфистов познакомила с многочисленными достопримечательностями центра города:

- бывшая действующая Ратуша, в прошлом разрушенная солдатами и заключенными. А в наши дни это музей с маленькой стеклянной пирамидой у входа – настоящий белорусский Лувр!
- Академия наук;
- Рыночная или Соборная площадь со скульптурой «Городские весы» (говорят, если потереть лежащий рядом с весами кошелек левой рукой – ипотека рассосется);
- Гостиный двор со смотровой площадкой на реку Свислочь;
- Кафедральный собор;
- Хлустов мост, соединяющий Троицкое предместье и Верхний город;
- дом Чижы – самый большой современный дом среди исторического центра Минска, с маленькими бассейнами вместо ванн, где живут в том числе олимпийские чемпионы;
- часовня мемориального комплекса «Остров Мужества и Скорби», посвященная белорусским воинам-интернационалистам, павшим в ходе войны в Афганистане;
- бронзовая скульптура «Плачущий ангел», оплакивающая погибших белорусских воинов;
- бронзовая скульптура в виде колеса с рушником «Беларусам замежжа».



Скульптура «Беларусам замежжа»



Экскурсовод у моста через р. Свислочь

Гид рассказала много интересных фактов про известных деятелей культуры, родившихся или живших в Беларуси, а также любопытные легенды про Минск. Взять хотя бы одну про реку Немигу. В XIX веке она обмелела и ее заковали в бетонный коллектор, за что она долго мстила своим обидчикам. Центр Минска был свидетелем пожара в архиве, многочисленных потопов, падения автодорожного моста, и даже привидение живет неподалеку. Да не одно, а целых 4: умерший мятежник, безутешные влюбленные – французский гувернер и его ученица, и кот, ищущий пропавшего хозяина.

«Притяжение-2026» прошло успешно. Приятно удивили новый формат фуршета с элементами интервью и виртуальная экскурсия в типографию. В этом году не было традиционного фото с флагами, все-таки чужая страна и свои законы. И, конечно, не хватало Яны Ивановой, организатора «Притяжения».

Будем надеяться, что в следующем году слет полиграфистов пройдет в лучших традициях и вновь объединит коллег и друзей!

«ПРИТЯЖЕНИЕ» – ОБЩАЙСЯ, РАЗВИВАЙСЯ, ПУТЕШЕСТВУЙ!

ЭКСПОНАТ ROSUPACK
ПАВ. 2, ЗАЛ 8, СТЕНД С6025

HanGlobal LabStar 220/330mini — инвестиция в успех, которая окупится в кратчайшие сроки!

- Скорость: до 50 м/мин
- Качество: 600×600 dpi
- Надёжность: головы Kyocera

- Гибкость: СМΥΚ → WWCMΥΚ
- Цена: максимально выгодная
- Размер: сверхкомпактный

Специальное предложение до 30.06.2026

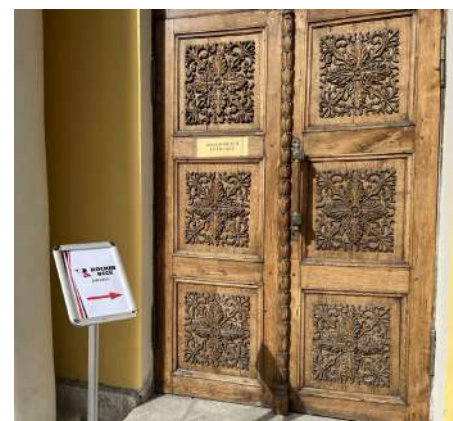
НИССА | ЦЕНТРУМ

НИССА ЦЕНТРУМ — официальный дистрибьютор HanGlobal в России
+7 (495) 956-77-19 | nissa-centre.ru

НОВОСТИ

ЮБИЛЕЙНАЯ ЦЕРЕМОНИЯ KB AWARDS

27 мая 2026 года в государственном музее А. С. Пушкина в Москве прошла юбилейная церемония награждения клиентов, организованная компанией «Кохер+Бек».



Почему юбилейная? В этом году Kocher+Besk отмечает двойной юбилей: 60 лет глобальной истории и 20 лет работы в России.

Эта закрытая церемония для ключевых клиентов проводится ежегодно каждый раз на разных площадках Москвы: отель «Метрополь», студия лофт, инновационный центр «Сколково», музей-усадьба XVIII века Муравьевых-Апостолов. На этот раз – государственный музей А. С. Пушкина. Интересно, чем удивит «Кохер+Бек» в следующем году? Кстати, компания открыта к предложениям – кто знает, может быть, предложенный именно вами вариант возьмут для проведения церемонии награждения в 2027 году.



В этом году была красно-белая тема в отличие от totally белой вечеринки-2025. Яркая молодая команда «Кохер+Бек» приветствовала гостей лучезарной улыбкой. А стелы в этом году были полностью из прозрачного стекла в серых коробках.

ЭКСКУРСИЯ

Александр Сергеевич Пушкин – это признанный гений, классик мировой и русской литературы. Создатель множества замечательных произведений, заслуживших общенародную известность и любовь. Реформатор, вознесший русский литературный язык на новый уровень. Не каждый день можно себе позволить посвятить целый час рабочего времени на увлекательную экскурсию по музею. Но если это происходит в рамках церемонии награждения клиентов компании «Кохер+Бек» – это вдвойне приятно.

Участники мероприятия поделились на 4 группы и с головой погрузились в пушкинскую эпоху. Государственный музей А. С. Пушкина был создан в 1956 году, состоит из 15 залов, расположенных по биографическому принципу. Гости смогли посетить 7 из них, но и их хватило с лихвой, чтобы прочувствовать величие и неповторимый стиль поэта – зеркала, мраморные камины, лепнина, потолочный купол, роскошные люстры, старинные предметы интерьера, мемориальные вещи Пушкина.

Больше всех запомнился балльный зал. Во-первых, потому что он открывал экспозицию музея. А во-вторых, здесь сосредоточились картины из 4 этапов жизни Пушкина: лицейские годы, служба в Петербурге, южная ссылка и село Михайловское. И все это под восстановленной 200-летней потолочной росписью.



Балльный зал

Зал, посвященный повести «Пиковая дама»



НАГРАЖДЕНИЕ

После экскурсии гостей ждал великолепный фуршет, нетворкинг и, конечно, то, ради чего они собрались в этот вечер – церемония награждения клиентов. Мероприятие ежегодно собирает участников Платинового, Золотого и Серебряного уровней программы лояльности Kocher+Besk.

Генеральный директор компании «Кохер+Бек» **Фархад Абилов** обратился с приветственным словом к своим дорогим клиентам. Каждую церемонию он не перестает говорить, что, если вы сейчас здесь – вы лучшие! Вы – лидеры рынка, и вы это заслужили. Для компании важен не статус своих клиентов, написанный на стеле, а быть с ними на одной волне, понимать и соответствовать друг другу.



Сотрудники «Кохер+Бек» стараются поддерживать качество выпускаемой продукции и клиентский сервис на высоте. Например, на церемонию был приглашен представитель Российско-германской внешнеторговой палаты. «Кохер+Бек» остается международной компанией, и в это непростое время именно эта организация помогает обновлять софт для немецкого оборудования.



Фархад Абилов

Фархад сообщил, что первая выездная Академия «Кохер+Бек», прошедшая недавно в Екатеринбурге, имела большой успех, и компания в этом году на одном городе останавливаться не намерена: в планах посещение таких городов, как Краснодар и Санкт-Петербург. А еще Академия планирует выйти на международный уровень и привезти знания в братскую столицу Беларуси.

«ЕСЛИ В ЭТОМ ГОДУ ВЫ ПОЛУЧИЛИ СТЕЛУ СО СТАТУСОМ НИЖЕ, НЕ УНЫВАЙТЕ! ЗНАЧИТ, МЫ ДЕЛАЕМ СВОЮ РАБОТУ ХОРОШО, ПОСТОЯННО УЛУЧШАЕМ КАЧЕСТВО ПРОИЗВОДИМОЙ ОСНАСТКИ И ПРАВИЛЬНО ОБУЧАЕМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЕЕ. И ПОСЕЩЕНИЕ АКАДЕМИИ "КОХЕР+БЕК" НЕ ПРОШЛО ДЛЯ ВАС БЕССЛЕДНО», – ПОЯСНЯЕТ ФАРХАД.

Генеральный директор «Кохер+Бек» поделился с гостями моментом гордости – во время недавно прошедшего технического форума в Германии, в ходе тестирования, были признаны лучшими именно вырубные ножи из российского подразделения. В этом он также видит заслугу своего партнера – «Артмарк», который на протяжении долгого перехода на китайские самоклеящиеся материалы принимал активное участие в тестах и предоставлял продукцию разных видов и с различными клеями.

Наталья Шилкина, руководитель отдела продаж вырубных ножей, с удовольствием представила команду менеджеров, которым предстояло вручить награды своим клиентам. И, наконец, участники получили свои заветные стелы программы лояльности, ради которых им пришлось усердно поработать весь год, чтобы сохранить старый или получить новый уровень.



О ЧЕМ ГОВОРЯТ КЛИЕНТЫ НА ЮБИЛЕЙНОЙ ЦЕРЕМОНИИ

- Спасибо всей группе компаний. В век искусственного интеллекта, когда все постоянно меняется, только одно остается неизменным – непревзойденное качество продукции «Кохер+Бек».
- Очень надеемся, что 60-летний юбилей компании «Кохер+Бек» мы будем праздновать вместе! А пока растем и развиваемся с вами.
- Желаем никогда не затупляемой режущей кромки!
- Такая профессиональная команда под руководством Фархада просто не может работать плохо!
- Компания «Кохер+Бек» не раз нас выручала – за 1 день изготавливали ножи, на второй день доставляли – настоящие профессионалы своего дела!
- С вами очень приятно и комфортно работать. Вы – большие молодцы! Мы в этом году берем золото, но в следующем году рассчитываем на серебро, ведь ваши вырубные ножи работают все дольше.

- Поздравляем всех причастных с Курбан-байрамом. Благодарим за организацию такого прекрасного мероприятия и за вашу энергию!
- Если в мире поэзии А. С. Пушкин – наше все, то в мире вырубных ножей «Кохер+Бек» – наше все! Работа с вами – это невероятная атмосфера заботы, доверия и партнерства, и мы ее чувствуем. Это дорого стоит, а вот вырубные ножи стоят недорого.
- 60 лет глобальной Kocher+Beck – это зрелость, 20 лет компании «Кохер+Бек» – это юность. Поздравляем вас с юной зрелостью! Хочется переформулировать цитату из «Крестного отца»: «Острый нож и доброе слово делают заказчика сговорчивее».
- Мы опробовали нестандартные вырубные ножи высотой 1480 микрон – работают отлично!
- За 16 лет нашей совместной работы вы еще ни разу не проигнорировали наши ненормальные запросы, а их у нас было много!
- Хочется сказать спасибо не только за ваши качественные вырубные ножи, но еще и за клише и трафаретные сетки!
- Спасибо за партнерство и высокую клиентоориентированность. Мы рады, что на Подольской земле есть такой хороший треугольник: «Артмарк» – «Кохер+Бек» – «МБМ-Групп».



В завершение мероприятия полиграфическое сообщество приняло участие в музыкальном вечере при свечах. Гости заняли свои места в зале и в приглушенном свете искусственных свечей устремили свои взоры на сцену.

Надо сказать, что это был настоящий культурный праздник, не концерт, а просто песня! И не одна, а много известных саундтреков к культовым фильмам прозвучали в потрясающем исполнении струнного квартета «Каприччио».

Узнаваемые мотивы погружали всех присутствующих в зале в воспоминания и рисовали в воображении сцены из таких кинофильмов, как: «Пираты Карибского моря», «Игра престолов», «Интерстеллар», «Крестный отец», «Гладиатор», «Ла-Ла-Лэнд», «Завтрак у Тиффани», «Гарри Поттер», «Амели», «Охотники за привидениями», «Секретные материалы», «Убить Билла», «Терминатор», «Джеймс Бонд 007».

Классическая музыка никого не оставит равнодушным и не надоеет, даже если она звучит целый час. А именно столько времени длился потрясающий музыкальный вечер при свечах.



ЮБИЛЕЙНАЯ
ЦЕРЕМОНИЯ
KB AWARDS



КАК ЭТО
БЫЛО

ДО ВСТРЕЧИ НА ЦЕРЕМОНИИ
НАГРАЖДЕНИЯ KB AWARDS
В СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ!



ПОСТАВЩИК ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ
ПРОИЗВОДСТВА ЭТИКЕТКИ И УПАКОВКИ

Spande® S5 370 450

ПРЕДЛАГАЕТСЯ СПЕЦИАЛЬНАЯ
“ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ”



ДОСТОЙНАЯ
АЛЬТЕРНАТИВА ЕВРОПЕ

- ▲ Впервые презентована в 2024 году
- ▲ Лидер продаж в Китае в 2025 году

Все лучшее и важное от флагманской модели S7:

- ▲ Автоматизация настроек и приводки
- ▲ Вся электроника, моторы и управление – SIEMENS
- ▲ Прямые сервоприводы на формный, печатный и анилоксый валы
- ▲ Бескомпромиссный подход к комплектующим и качеству производства

ap@akoprint.com
www.akoprint.com
+7 (495) 764 51 39



КОНЕЦ ЭПОХИ «СЕРЫХ» ПОСТАВОК: кейс Ricoh

Минпромторг России внёс изменения в перечень товаров, разрешённых к параллельному импорту: бренд Ricoh полностью исключён из списка. Разберемся, какие последствия ждут рынок и как это повлияет на бизнес-клиентов.

СУТЬ ИЗМЕНЕНИЙ

Согласно Приказу Минпромторга России от 21.07.2023 № 2701 (в редакции от 26.09.2025), продукция Ricoh исключается из перечня товаров, в отношении которых не применяются отдельные положения Гражданского кодекса РФ о защите интеллектуальных прав при ввозе товаров, введённых в оборот за пределами РФ.

Это значит, что после 27 мая 2026 года любые поставки техники и расходных материалов Ricoh без согласия правообладателя (в данном случае его дочерней компании «РИКО Рус») будут считаться нарушением исключительных прав. За такие действия могут последовать меры ответственности, предусмотренные ГК РФ (в том числе статьи 1301, 1406.1 и др.), вплоть до изъятия товара и взыскания компенсации.

Для официального представителя бренда компании «РИКО Рус» – это логичный итог многолетней работы по выстраиванию легальных каналов поставок и защиты интересов клиентов. Параллельный импорт, который был введён как временная мера, с одной стороны, обеспечил доступность продукции, а с другой – создал риски для пользователей: на рынок попадали неоригинальные расходники и запчасти, которые могли выводить оборудование из строя.

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО



1. Контроль качества

Официальный представитель может гарантировать, что ввезённая техника и расходники – оригинальные, соответствуют заявленным характеристикам и прошли необходимые проверки.

2. Борьба с контрафактом

Упрощается выявление и пресечение ввоза поддельной продукции, которая ранее могла маскироваться под оригинальные товары.

3. Обеспечение сервисной поддержки

Клиенты получают полноценную гарантию и доступ к квалифицированному обслуживанию.

Ключевым фактором стабильности для клиентов станет работа экосистемы Ricoh в России. Сейчас она объединяет три компании: «РИКО Рус», «ПСП» и «КПКЦС», которые обеспечивают комплексную поддержку типографий – от поставок оборудования и современных чернил до

мультивендорного сервисного обслуживания и клик-контрактов с предсказуемой стоимостью сервиса. Благодаря партнёрской сети по всей стране клиенты получают оперативный отклик на запросы и бесперебойную работу оборудования.

Участники рынка должны пересмотреть свои бизнес-процессы и перейти на работу исключительно через официальные каналы. Для тех, кто ранее полагался на параллельный импорт, это означает необходимость установления партнёрских отношений с «РИКО Рус» или её авторизованными дистрибьюторами.

Риски для компаний, продолжающих ввозить продукцию Ricoh без согласия правообладателя, существенно возрастают: помимо изъятия товара, возможны судебные иски и финансовые санкции. При этом для конечных пользователей приобретение оборудования и расходников через «серые» схемы может обернуться отсутствием гарантии и сложностями с ремонтом.

ПОЗИЦИЯ «РИКО РУС»

«РИКО Рус», будучи официальным представителем Ricoh в России, последовательно выступала за исключение бренда из перечня параллельного импорта. Как отмечают представители компании, им удалось наладить стабильные каналы обеспечения клиентов оригинальной продукцией Ricoh.

Официальный представитель подчёркивает, что исключение Ricoh из списка параллельного импорта не приведёт к дефициту продукции. Напротив, это позволит упорядочить рынок, минимизировать риски для бизнеса и обеспечить клиентам доступ к качественному сервису.

В рамках экосистемы партнёры гарантируют использование только оригинальных компонентов, соблюдение единых стандартов и готовность адаптировать сервис под индивидуальные потребности типографий. Исключение Ricoh из перечня параллельного импорта – знаковое событие для рынка офисной и печатной техники.

Оно демонстрирует, что даже в условиях трансформации торговых цепочек правообладатель может выстроить эффективную систему поддержки клиентов и доказать необходимость защиты своих интеллектуальных прав. Для бизнеса это сигнал: будущее – за прозрачными и легальными каналами поставок, которые гарантируют качество и стабильность работы оборудования.

Полный спектр промышленных чернил для струйной печати APS

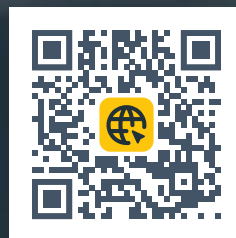
Готовые решения и разработка формулы под ваши задачи

ТОНКАЯ НАСТРОЙКА СТАБИЛЬНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

Эко-Сольвентные для головок Epson DX 5/6/7 и i3200
 Универсальные UV для головок Ricoh Gen 5/6 и KM1024
 Пигментные на водной основе POD для головок Kyocera
 Совместимость с головками HP, Epson, Memjet, Ricoh, Kyocera, Haar, Konica, Seiko и др.
 Высокая стойкость к свету, истиранию и внешним воздействиям
 Широкий спектр печатных материалов
 Сертификаты ISO, China EcoLabel, CNAS
 Лабораторная точность и стабильность формулы

Баннеры, интерьерная печать, упаковка, маркировка, книги, реклама

Реклама



+7 (800) 101-27-47

www.smartpoligraphservice.ru

info@smartpoligraphservice.ru

Шанин

Михаил Николаевич

Генеральный директор



Автоматический комплекс погрузки и разгрузки GF-2



Автоматическая разгрузка упрощает выгрузку резательного станка и оптимизирует рабочий процесс: готовые или промежуточные изделия перемещаются на транспортировочный поддон разгрузочного устройства, где автоматически размещаются целые или разделённые пачки.

Оператор может продолжать резку без прерывания, что заметно повышает производительность станка. Устройство оснащено 10,4-дюймовым сенсорным экраном.

Повышает эффективность резательного станка до 50% за счёт одновременной резки и укладки; гибкий противоударный бампер предотвращает случайные столкновения; пневматический механизм зажима надёжно удерживает бумагу и защищает её края и углы.

Стабильное качество укладки позволяет сразу направлять пачки в печатные или фальцевальные машины.

СмартПолиграфСервис

Поставка оригинальных запасных частей на полиграфическое оборудование Heidelberg, Polar, Stahl, Jagenberg, KBA, Bobst, Roland, а также других производителей оборудования. Предоставляем услуги по сервисному обслуживанию.

ООО «Смартполиграфсервис» оказывает помощь в вопросах любой сложности, касающихся полиграфической сферы. Имеет неограниченные возможности по поставке как оригинальных запасных частей, так и комплектующих. Также при невозможности поставки оригинала, к вашему рассмотрению будут предложены аналоги запрошенных вами запасных частей и комплектующих.

Наши сотрудники всегда готовы оказать весь спектр сервисных и ремонтных работ:

- помочь решить возникающие вопросы любой сложности;
- быстро и качественно найти ответ и предложить единственно верное решение;
- по запросу клиента подобрать, предложить, впоследствии осуществить поставку;
- осуществить сопровождение любого полиграфического оборудования до адреса, указанного клиентом.

01

Высокоточная печатающая головка

02

Высоконасыщенные пигментные чернила СМУК на водной основе

03

Высокоточный печатный блок

04

Система программного обеспечения для печати

Цветная струйная цифровая печатная машина для печати книг соответствует требованиям уровня оценки C91 и получила сертификат квалификации оборудования.

Разрешение 1200 точек на дюйм — это пиковое разрешение в отрасли.

Высокое качество печати и разнообразные спецэффекты подходят для фразных требований к печати.

PS-C440WD

Четырехцветная цифровая струйная печатная машина



РЕКЛАМА

ИИ В ДИЗАЙНЕ И ДОПЕЧАТНОЙ ПОДГОТОВКЕ

В этой статье исследуем потенциал ИИ в флексографской печати: качество повышается, а отходы и простои в то же время сокращаются. На выходе мы получаем более качественную продукцию с повышенной эффективностью.



ЭФФЕКТИВНОСТЬ – ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ

Руководитель отдела по допечатной подготовке компании Cyber Graphics Стив Парато подчеркивает значимость ИИ – очевидно, что машинное обучение уже предоставляет возможности для повышения эффективности и ценности процессов подготовки к печати в флексографии.



«**ПРЯМО СЕЙЧАС, КОГДА ВЫ ОБУЧАЕТЕ НОВЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ДОПЕЧАТНОЙ ПОДГОТОВКЕ, У НИХ МОГУТ УЙТИ ГОДЫ НА ТО, ЧТОБЫ ОСВОИТЬ ВСЕ – ОТ ПОНИМАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ РАЗНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ ДО ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗЛИЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН.**

СТИВ ПАРАТО,
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ПО ДОПЕЧАТНОЙ
ПОДГОТОВКЕ CYBER GRAPHICS

В допечатной подготовке Парато видит потенциальную ценность в использовании ИИ для оптимизации процесса обработки новых запросов от клиентов, а также в создании возможностей для опытных сотрудников обучать системы, которые позволят их новым коллегам быть более продуктивными.

«Прямо сейчас, – объясняет он, – когда вы обучаете новых специалистов по допечатной подготовке, у них могут уйти годы на то, чтобы освоить всё – от понимания требований разных заказчиков до особенностей различных печатных машин – и это даже не касаясь прикладных задач, таких как мастерство в треппинге».

Парато допускает: «Возможно, ИИ сможет анализировать: "Хорошо, у меня есть группа заказов, которые ты выполнял раньше, и я применю все эти знания к новым задачам, которые ты получаешь". Для этого не потребуется сотрудник, который уже знает, как создавались исходные заказы. С этим сможет справиться и менее опытный человек».

Он также предполагает использование ИИ как один из способов для создания каталога накопленного опыта компании в условиях, когда выделить время на документирование процессов бывает сложно. «Сама по себе работа по описанию процедур – ничего привлекательного в ней нет, – смеётся он, добавляя: – А ещё нужно запланировать на нее время!» Однако он замечает: «Если вы можете использовать ИИ, чтобы сказать: "Вот что я делаю, напиши мне инструкцию" – начав с тех сведений, которые у него уже могут быть, или [начав обучать ИИ] на инструкциях, которые вы записали, а затем сказав ему: "Это хорошее начало, но мне нужно добавить вот эти пять пунктов", – отделы по допечатной подготовке смогут стать более эффективными».

ТЕРМИН «ИИ» СЛИШКОМ ЧАСТО УПОТРЕБЛЯЮТ, НО В МИРЕ ФЛЕКСОПЕЧАТИ ЕСТЬ РЕАЛЬНЫЕ ПРИМЕРЫ

Дэн Розен из компании DuPont™ Cyrel® Flexographic Solutions вносит в разговор взгляд поставщика фотополимерных форм и систем экспонирования. Как поставщик, DuPont Cyrel взаимодействует с широким кругом участников – от допечатных производств до типографий и владельцев брендов. Розен рассказал, что такие компании делают уже сегодня, а также где в ближайшем будущем есть перспективы.



«**АНАЛИЗ ИСТОРИИ И АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕЧАТИ ТИРАЖА ИЛИ КАМПАНИЙ – ЭТО ТО, ЧТО ИИ МОЖЕТ ДЕЛАТЬ. ЧЕГО ОН НЕ МОЖЕТ, ТАК ЭТО ИЗВЛЕКАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ОТ НАШИХ ЗАКАЗЧИКОВ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ ИХ СПРОСА, ПОТОМУ ЧТО ЭТО ПО-ПРЕЖНЕМУ РАЗГОВОР МЕЖДУ ЛЮДЬМИ.**

ДЭН РОЗЕН, ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ
DUPONT™ CYREL®

«Аналитика производственного планирования для наших процессов экструзии пластин во многом основана на истории использования, – говорит Розен, – и сейчас мы начинаем внедрять инструменты ИИ». На данный момент «если заказчик сообщает, что устанавливает новую печатную машину или выводит из эксплуатации оборудование, мы можем скорректировать производственный план на основе этой информации». В ближайшей перспективе Розен видит возможность использования ИИ для оптимизации производственных линий, например, для товаров с низкой интенсивностью использования, применяя инструменты ИИ для выполнения комплексного анализа истории использования.

Розен отмечает, что одним из ограничений для возможностей ИИ в этой сфере является информация, доступная системе машинного обучения. «Анализ истории и анализ эффективности печати тиража или кампаний – это то, что ИИ может делать, – объясняет он. – Чего он не может, так это извлекать информацию от наших заказчиков об изменениях их спроса, потому что это по-прежнему разговор между людьми. Нужно беседовать с заказчиками о том, как изменится их спрос». По оценке Розена, информация заказчиков об изменениях спроса составляет примерно одну треть этого уравнения, а двумя другими основными вводными являются история использования и эффективность производства.

Делая наблюдения на примере других компаний в экосистеме флексопечати, Розен предостерегает: «Термин „ИИ“ сейчас слишком часто и неоправданно применяют к вещам, где ему не место». Тем не менее он приводит в качестве примеров реального использования генеративного ИИ набор функций, разработанный ведущими производителями ПО для удовлетворения требований компаний-производителей потребительских товаров, которым принадлежат бренды: проверка и согласование информации на этикетках.



Владельцы брендов часто размещают сведения о своей продукции, например: «продукт с низким содержанием жира», которые должны быть точными и согласованными. Имея список ингредиентов для упакованного пищевого продукта, должным образом обученный генеративный ИИ может предложить перечень соответствующих сведений, которые можно разместить на упаковке. Эту же систему можно использовать для обновления формулировок этих сведений – например: «сделать этикетку, рекламирующую совместимость продукта с кетогенной диетой», вместо указания на низкое содержание чистых углеводов.

Разные люди, работающие вместе над продуктом – «возможно, владелец бренда, типография и допечатное бюро», предполагает Розен, – могут видеть общую ИИ-панель управления и вносить изменения на основе новой информации или требований, специфичных для их ролей. Передовое ПО также использует ИИ для подбора цветов, обеспечивая, например, чтобы бананы на этикетке упаковки с несколькими фруктами были того же цвета, что и бананы на этикетке упаковки только с бананами.

Источник: журнал FLEXO

РЕКЛАМА

ЭТО НЕ МАГИЯ!

Представьте – печатная машина полностью готова к работе:

- Заправлен материал
- Наклеены и сведены формы
- Подготовлена и залита краска в красочных секциях
- Настроены отделочные процессы: тиснение, ламинация, трафаретная печать
- Печатники готовы приступить к тиражу

Что может пойти не так?..

Проблемы с вырубкой – то, что может сорвать тираж и подвести ваших клиентов

- + Механические дефекты на режущей кромке вырубного ножа
- + Случайный удар по режущей кромке и ее повреждение
- + Попадание полиграфического мусора и изъёмы на кромке

ЭКСПРЕСС-ЗАКАЗ НОВОГО ВЫРУБНОГО НОЖА =

ПОТЕРЯННЫЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ

ПРОСТОЙ ОБОРУДОВАНИЯ

НАЦЕНКА ЗА СРОЧНОСТЬ

Мы не позволим мелочам испортить вашу честную репутацию!



ЧЕСТНЫЙ ОБЗОР
НА КОРРЕКТИРУЮЩИЙ
ИНСТРУМЕНТ

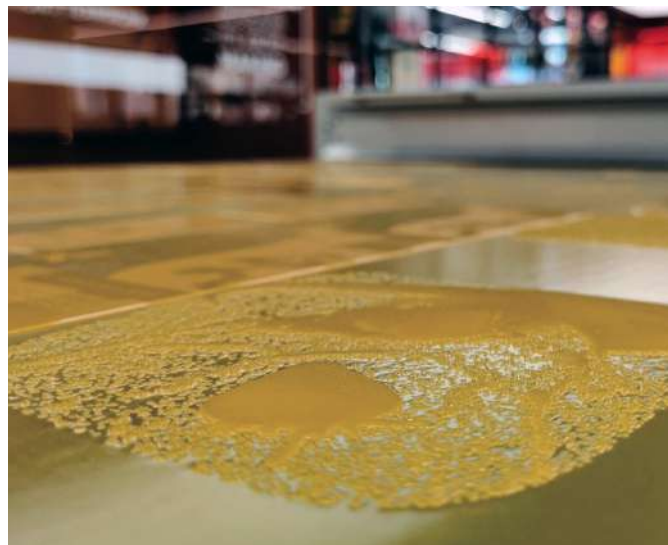
**КОРРЕКТИРУЮЩИЙ ИНСТРУМЕНТ
ДЛЯ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ВЫРУБНЫХ НОЖЕЙ –
ЭКСТРЕННАЯ ПОМОЩЬ ОСНАСТКЕ БЕЗ СНЯТИЯ ТИРАЖА!**

Никакой магии – только проверенные технологии.

**ВОЗМОЖНА
РАССРОЧКА**

ОПТИМИЗАЦИЯ ЦЕХА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ФОТОПОЛИМЕРНЫХ ФОРМ

Перед вами 5 шагов для сохранения конкурентного преимущества. А поделился ими Кевин Шиллинг, главный специалист по применению продукции компании Miraclon.



Получение и сохранение конкурентного преимущества, достигаемого за счет стабильного и рентабельного выпуска высококачественной продукции, до сих пор является очень важным. Эффективное управление оптимизированным цехом по изготовлению флексографских форм может предоставить вам это преимущество. Оптимизация повышает качество и долговечность форм, а также предотвращает частые переделки, внеплановые остановки печатных машин и работу на низкой скорости, что в совокупности помогает сохранять это преимущество актуальным.

Об оптимизации процессов говорят часто, но не всегда предпринимают конкретные шаги – во многих случаях просто потому, что изготовитель форм или типография не понимают, что именно от них нужно.

Кевин Шиллинг, главный специалист по применению продукции из компании Miraclon, объясняет, что входит в оптимизацию работы цеха по изготовлению форм для достижения максимальных результатов.

Оптимизированное изготовление форм начинается с аудита цеха: оценки переменных факторов в процессе, чтобы производители форм могли определить текущее положение – что соответствует спецификациям, что нет и где необходимо улучшение. Во флексопечати это зависит от достижения баланса между многочисленными переменными (формы, краски, анилоксовые валы, монтажные ленты, печатные машины) и создания структуры, основанной на спецификациях и лучших практиках. Такая структура упрощает решение проблем, которые могут возникнуть.

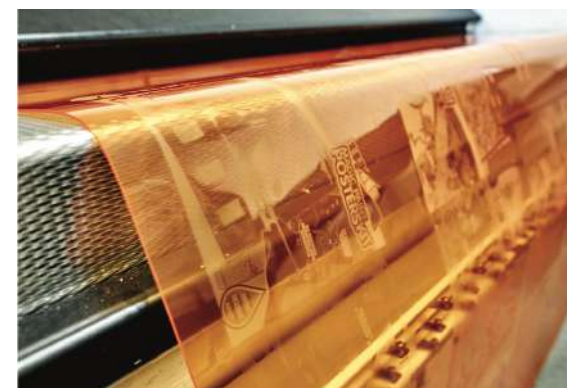
1. НАЧНИТЕ С ЛАЗЕРНОГО ГРАВЕРА (IMAGER)

В компании Miraclon мы начинаем аудит с лазерного гравера (imager). Независимо от марки и модели, он нуждается в регулярном обслуживании. Замена фильтров, калибровка лазеров и приводов, очистка линз и т. д. – всё это критически важно для качества экспонирования. Если лазерный гравер откалиброван неверно, весь остальной процесс изготовления форм будет некачественным.

Как минимум, обслуживание лазерного гравера должно проводиться ежегодно, что предотвращает ухудшение его работы и низкое качество экспонирования. Сервисный контракт не просто обеспечивает необходимое обслуживание, он является основой управления процессом и важнейшим компонентом контроля переменных на самых первых стадиях производства.

2. КВАЛИФИЦИРОВАННОЕ ЭКСПОНИРОВАНИЕ

Экспонирование – это быстро меняющаяся область в нашей индустрии. Во многих случаях используется UV-экспонирующая установка с UVA-лампами или светодиодами в качестве источника света. Важно знать мощность излучения ваших ламп. Люминесцентные лампы обеспечивают эффективную мощность примерно в течение 800 часов, тогда как светодиодные аналоги дают стабильную мощность на протяжении 5000 часов. Хотя может быть заманчиво использовать лампы дольше, риск не оправдывает результата. Увеличение основного времени экспонирования с 15 до 30 и более минут создает риск перегрева формы, что может привести к ее скручиванию. Фиксируйте, сколько времени использовались ваши лампы, и придерживайтесь графика замены. То же самое относится и к финишной обработке (см. ниже).



3. ОБСЛУЖИВАНИЕ ВЫМЫВНОГО ПРОЦЕССОРА

Плохое обслуживание вымывного процессора – ключевое препятствие для оптимизации. Как и на кухне, мытье посуды может быть рутиной, но поддержание чистоты вымывного процессора имеет большое значение. Регулярная очистка лотков для растворителя, щеток и валиков может значительно улучшить ситуацию. Это несложно: руководства по эксплуатации содержат простые инструкции для персонала цеха изготовления форм. И помните, что калибровка вискозиметра критически важна для поддержания оптимальной концентрации растворителя, но она отличается в зависимости от типа используемого растворителя.

Повторное использование растворителя – еще один важный аспект. Поддержание правильного баланса между свежим и восстановленным растворителем имеет критическое значение из-за различной скорости испарения. Пользователи системы FLEXCEL NX, например, могут использовать функцию Invert Trim Waste для уменьшения количества растворенного полимера, что позволяет снизить затраты на растворитель. При работе с растворителем всегда следуйте рекомендациям производителя, чтобы поддерживать оптимизированный процесс обработки на основе растворителя.

Фотополимерная форма в машине

4. КРИТИЧЕСКИ ВАЖНАЯ СУШКА

Критическими факторами при сушке форм являются воздушный поток и температура. Основное внимание при оптимизации воздушного потока уделяется эффективному удалению паров растворителя за счет подъема (например, в конфигурациях, где вытяжная система поднимается на значительную высоту перед вентилированием). В таких случаях, поскольку пары растворителя тяжелее воздуха, потребуются дополнительная мощность вентилятора для создания правильного воздушного потока в точке вытяжки. В противном случае пары не будут подниматься, создавая обратное давление на установку.

По мере роста вашего производства вы можете добавлять новое оборудование. Если это оборудование подключено к той же вытяжной и вентиляционной системе, это может иметь непредвиденные последствия. Формы могут не высыхать за оптимизированное время из-за обратного потока или чрезмерной вытяжки. Для облегчения оптимизации обращайтесь к спецификациям воздушного потока в руководстве производителя.

Воздушный поток также влияет на температуру. Обычно на шесть секций сушильной камеры приходится три вентиляторных блока. Поскольку горячий воздух поднимается вверх, существуют особые требования к калибровке для каждого блока, чтобы обеспечить работу всех при одинаковых температурах. При настройке сушильной камеры специалист по формам откалибрует секции соответствующим образом, но из-за износа со временем потребуются корректировки.



Об авторе: Кевин Шиллинг – опытный специалист в области технологий, имеющий за плечами десятилетия работы в индустрии флексографской печати. Он обладает навыками в сферах управления печатью, допечатной подготовки, цифровой печати, упаковки для пищевых продуктов и печати переменных данных. В настоящее время Кевин занимает должность главного специалиста по применению продукции в компании Miracron.

5. ЗАВЕРШАЙТЕ КАЧЕСТВЕННО

Если финишная обработка не оптимизирована должным образом, она может свести на нет все остальные усилия по оптимизации. Мы уже рассмотрели важность правильного графика замены ламп для экспонирования, и то же самое относится к UVC-лампам, которые критически важны для контроля поверхностного натяжения формы. При использовании более 1000 часов существует риск снижения мощности, что приводит к плохому поверхностному натяжению и недостаточной полимеризации форм. В итоге это означает, что форма не будет печатать на том высоком уровне, который вам нужен. Применяйте те же практические действия к UVA-лампам, чтобы обеспечить хорошую стойкость к растворителям и повысить долговечность формы.

ПОДДЕРЖАНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ – СОХРАНЕНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Каждый из вышеперечисленных технологических этапов требует постоянного мониторинга для поддержания оптимизации и сохранения полученного конкурентного преимущества. Но этот мониторинг не обязательно должен отнимать ценное производственное время. Особенно важны использование вспомогательной документации и обучение. Факт того, что операторы хорошо ознакомлены с этой информацией, принесет долгосрочную отдачу в цехе изготовления форм.

Источник: журнал FLEXO



СТОИМОСТЬ НАСТОЛЬНОЙ КНИГИ
ПОЛИГРАФИСТА 4.0

5350 ₽

НДС И СТОИМОСТЬ ДОСТАВКИ ПО РОССИИ ВКЛЮЧЕНЫ

ЗАКАЖИТЕ ПРЯМО СЕЙЧАС!

ООО «ФА-ПРОДЖЕКТ», SALES@FA-PROJECT.RU

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ЭТИКЕТОК

Нейромаркетинговое исследование упаковки текилы, проведенное компаниями UPM, Kurz и Eurostampa, показывает, как этикетки эмоционально воздействуют на потребителей и формируют восприятие ценности продукта.

Компании **UPM Adhesive Materials**, **Kurz** и мировой производитель этикеток **Eurostampa** совместно провели нейромаркетинговое исследование того, как дизайн этикетки для текилы влияет на восприятие потребителей и покупательское поведение. Исследование переосмысливает этикетку как стратегический актив бренда, выходя за рамки ее технической роли и превращая ее в ключевой фактор вовлечения потребителей и повышения ценности бренда.



Три дизайн-студии разработали этикетку со свободой творчества, основываясь на техзадании от UPM, созданном для вымышленного бренда Cielo Roto

Проведенное компанией SenseCatch в сотрудничестве с UPM, Kurz и Eurostampa исследование показывает, как материалы этикеток, их отделка и облагораживание формируют поведение потребителей – от воздействия на полке до воспринимаемого качества продукта.

«Этикетки – неотъемлемая часть нашей упаковки. Это тихие продавцы нашей продукции, – говорит Флоренсия Дарони, менеджер по упаковочным решениям для вин и крепких напитков в регионе Латинской Америки компании UPM. – Дизайн – это вид искусства, способ для дизайнеров выражать идеи и концепции через креативность. При первом взгляде мы можем субъективно решить, привлекает ли нас дизайн этикетки или отражает ли он концепцию продукта».

Но реальный вопрос в том, действительно ли этикетка эффективно привлекает внимание потребителя и убеждает его купить? Это исследование призвано ответить на этот вопрос и определить, какие элементы могут сделать этикетку более убедительной.

В прошлом компания UPM проводила нейромаркетинговые исследования этикеток и упаковки для белого вина, красного вина и джина.

На этот раз внимание было сосредоточено на одном из самых ярких по характеру и идентичности крепких напитков – текиле. Несмотря на свои традиции, текила выделяется инновационным дизайном, предлагая широкий спектр творческих возможностей для экспериментов с дизайнерскими приемами. Для достижения этой цели UPM вступила в партнерство с ведущими компаниями, чтобы объединить опыт и ресурсы для оценки каждого аспекта дизайна этикетки. Компания Kurz предоставила свой ассортимент материалов для отделки и декоративного облагораживания. Eurostampa использовала свои технологии печати этикеток и их послепечатной обработки для создания впечатляющих этикеток. UPM предоставила широкий выбор материалов для этикеток. Компания Saverglass предоставила бутылки, а крышки были от Amorim Top Series.

Это исследование дает практические идеи производителям, дизайнерам и заинтересованным сторонам по всей цепочке создания ценности.

ИССЛЕДОВАНИЕ

Исследование проводилось в Техасе – одном из крупнейших регионов потребления текилы в мире – для обеспечения достоверной реакции потребителей и поведенческих данных. Используя вымышленный бренд текилы и 27 уникальных дизайнов упаковки, исследование моделирует реальные условия покупки и отслеживает визуальное внимание, эмоциональную вовлеченность и неосознанное восприятие.

Исследование провели специалисты по нейромаркетингу из SenseCatch. Команда использовала передовые инструменты, включая устройства отслеживания направления взгляда, измерения мозговой активности и показателей здоровья, чтобы получить более глубокое понимание процесса принятия решений потребителями. С помощью этих

методов они смогли объективно определить, какие различные аспекты этикетки заставляют потребителей выбрать один продукт вместо другого.

Три дизайн-студии – Hi! Studio, Estudio Albino из Мексики и Denomination из Австралии – разработали этикетку со свободой творчества, основываясь на техзадании от UPM, созданном для вымышленного бренда Cielo Roto.

«Мы попросили каждую студию разработать три различных стиля: один с высокой детализацией, один со средней и один минималистичный. Затем под руководством экспертов из Kurz, Eurostampa и UPM мы объединили облагораживание, технологии печати и материалы для этикеток, чтобы создать девять готовых этикеток для каждого дизайна. И когда я говорю "разных", мы на деле убедились, как один и тот же дизайн может оживать совершенно уникальными способами с каждой комбинацией», – говорит Дарони.

Основываясь на исследовании рынка текилы, команда выбрала место и тип потребителей для участия. Исследование проводилось в Далласе с репрезентативной выборкой из 30 потребителей текилы без специальных знаний, сбалансированной на 50 % между мужчинами и женщинами и на 50 % латиноамериканцами. Для проведения оценки команда воссоздала полку магазина с этими образцами в контролируемой среде, чтобы минимизировать влияние других переменных на измерения.

«**ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ ЭТИКЕТКА ЭФФЕКТИВНО ПРИВЛЕКАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ И УБЕЖДАЕТ ЕГО КУПИТЬ? ЭТО ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЗВАНО ОТВЕТИТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС И ОПРЕДЕЛИТЬ, КАКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ МОГУТ СДЕЛАТЬ ЭТИКЕТКУ БОЛЕЕ УБЕДИТЕЛЬНОЙ.**

МОМЕНТ ИСТИНЫ

Это исследование знаменует собой значительный шаг вперед в понимании эмоционального и сенсорного воздействия упаковки и того, как этикетка, которая когда-то была технической деталью, теперь становится центральным фактором связи с потребителем и успеха бренда.

Дарони объясняет: «В первый момент истины, когда потребитель выбирает продукт с полки, наиболее привлекающие внимание этикетки имеют три ключевые характеристики:

- металлизированные безбумажные материалы с выборочным УФ-лаком или фольгой;
- многообразие слоев и наложение облагораживания друг на друга;
- тактильная привлекательность, такая как тиснение, конгрев и текстурированный лак».

Это исследование подтверждает, что материал, на котором напечатана этикетка, это гораздо больше, чем технический выбор, это сенсорное и стратегическое решение.

Исследование также выявило удивительный результат: этикетки из бумаги премиум-класса и с премиальной отделкой показали исключительно хорошие результаты, даже когда бутылки были размещены вдали от центрального положения на полке. Блестящие и тактильные этикетки быстро привлекали внимание потребителей, доказывая, что качество дизайна может перевесить то, где продукт расположен на полке. Это означает, что инвестирование в материалы с высоким воздействием позволяют брендам, особенно новым игрокам на рынке, выделяться, не полагаясь на лучшее место на полке. Тактильная отделка играет значительную роль в формировании восприятия и поведения потребителей.

Прикосновение добавляет эмоционального воздействия к опыту.

«Во второй момент истины, когда потребитель физически взаимодействует с бутылкой, возникает естественный жест прикосновения к этикетке, – объясняет Дарони. – Это тактильное взаимодействие создает сенсорное усиление, которое повышает эмоциональную вовлеченность и формирует ощущение качества и подлинности. В результате у потребителей с большей вероятностью формируется положительное впечатление о продукте, что повышает намерение совершить покупку и лояльность к бренду».

На потребителей влияние оказывалось в основном на подсознательном уровне. Инструменты нейромаркетинга позволили UPM определить, какие элементы этикетки привлекают подсознательное внимание. Интересно, что влияние распространилось и на опыт дегустации. Потребители пробовали один и тот же напиток, разлитый в бутылки с разными этикетками, однако текила, ассоциировавшаяся с наиболее предпочтительными этикетками, воспринималась как более мягкая, сбалансированная и с лучшим ароматом.

От текстуры до отделки – внешний вид этикетки играет жизненно важную роль в том, как потребители воспринимают текилу и приписывают ценность бренду.

«Это исследование дает производителям крепких спиртных напитков и специалистам по упаковке ценные знания для выбора материалов для этикеток, помогая им создавать более сильное присутствие на полке, эмоциональное восприятие и долгосрочную лояльность к бренду», – говорит Дарони.

«Материал, текстура и облагораживание – это не просто дизайнерские решения, это мощные триггеры восприятия, эмоций

и ценности, которые напрямую влияют на окончательное решение потребителя о покупке. В мире крепких напитков, таких как текила, этикетка может превратить продукт в историю, а полку – в сцену. Упаковка становится сторителлингом», – говорит Присцилла Монталья, менеджер по маркетингу в компании Eurostampa.

Аллан Квимби, руководитель отдела маркетинга в Kurz, добавляет, что вес и текстура субстрата, мерцание металликов, глубина печатных эффектов и тактильная привлекательность отделки вместе формируют то, как потребители воспринимают качество и подлинность. Эти элементы задействуют зрение и осязание, делая бренд более премиальным, запоминающимся и желаемым, превращая упаковку в мощный сенсорный опыт бренда.

ВЫВОДЫ ДЛЯ БРЕНДОВ И ДИЗАЙНЕРОВ

Исследование было сосредоточено на текиле премиум-класса, Tequila Reposado, и показало, что потребители напрямую ассоциируют инвестиции в материалы для этикеток и их облагораживание с восприятием «премиальности».

Высококачественные бумажные материалы для этикеток, текстуры, фольга и печатные эффекты сигнализируют о ценности и подлинности, что сильно влияет на решение о покупке в премиальном сегменте.

«Однако важно отметить, что для крепких напитков в других сегментах брендам необязательно повторять тот же уровень инвестиций», – отмечает Дарони.

При разработке идеальной этикетки для текилы начните с создания сильного воздействия на полке с помощью материалов для этикетки, которые обеспечат сияние, таких как металлизированные или натуральные бумаги с переливающейся отделкой.

Сочетайте визуальный блеск с тактильными элементами: тиснением, конгревом, текстурированными лаками и текстурированной бумагой, чтобы задействовать несколько чувств и подчеркнуть подлинность.

Дарони добавляет, что каждый выбор должен отражать историю бренда. Металлики вызывают ассоциации с роскошью и праздником, в то время как натуральные текстуры передают подлинность и устойчивость. Техники наслоения, такие как фольга и лак, добавляют глубины и мастерства исполнения, а размещение тактильных деталей в местах естественного прикосновения потребителя усиливает взаимодействие.

Наконец, согласованность материалов и отделки имеет важное значение, превращая этикетку в сенсорную идентичность, обеспечивающую целостное повествование, согласованное с продуктом.

Эксперты из компаний Kurz, Eurostampa и UPM могут предоставить рекомендации по креативным комбинациям материалов и эффектов, которые привлекают внимание и стимулируют вовлеченность без превышения бюджетных ограничений. В исследовании подчеркивается, что приоритетом должен быть баланс между визуальным воздействием и тактильной привлекательностью с одной стороны и позиционированием бренда и ожиданиями целевых потребителей – с другой.

« ПОТРЕБИТЕЛИ ПРОБОВАЛИ ОДИН И ТОТ ЖЕ НАПИТОК, РАЗЛИТЫЙ В БУТЫЛКИ С РАЗНЫМИ ЭТИКЕТКАМИ, ОДНАКО ТЕКИЛА, АССОЦИИРОВАВШАЯСЯ С НАИБОЛЕЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫМИ ЭТИКЕТКАМИ, ВОСПРИНИМАЛАСЬ КАК БОЛЕЕ МЯГКАЯ, СБАЛАНСИРОВАННАЯ И С ЛУЧШИМ АРОМАТОМ.



Kurz в сотрудничестве с Jägermeister

СОТРУДНИЧЕСТВО KURZ И JÄGERMEISTER

Компании Leonhard Kurz и Mast-Jägermeister SE совместно с производителем этикеток Götz + Müller из Берлина (Германия) разработали проект по созданию перерабатываемой декоративной отделки для ограниченной серии этикеток Jägermeister, который сочетает культовый дизайн с устойчивостью.

Для этикетки ограниченной серии Kurz предоставил свою технологию перерабатываемой декоративной отделки, которая соответствует современным стандартам устойчивого развития, сохраняя при этом влияние бренда. В проекте использовался блестящий золотой материал Kurz KPS slim 2.0, при котором уменьшается толщина носителя с 12 до 6 микрон, экономя ресурсы на стадии использования материалов.

Нанесение осуществлялось с использованием ресурсосберегающего холодного способа. Остатки PET-носителя, собранные и удаленные после процесса отделки, экологично перерабатывались с использованием системы вторичной переработки Recosys.

Полученный в результате материал Recosys rPET может использоваться в различных применениях, включая текстильную пряжу.

Kurz и Jägermeister разработали проект в соответствии с принципом «дизайн для переработки», гарантируя отсутствие компромиссов в отношении блеска, тактильных ощущений, внешнего вида, культового дизайна, качества или влияния бренда, сохраняя при этом фокус на устойчивости. Высококачественная отделка отличается не только использованием ультратонкого носителя, но и может быть полностью интегрирована в процесс вторичной переработки.

Сотрудничество между компаниями Kurz, Mast-Jägermeister и Götz + Müller демонстрирует, чего можно достичь в области устойчивой декоративной отделки, сочетая креативный дизайн с возможностью полной вторичной переработки. Проект показывает, что ответственность и премиальное качество могут сосуществовать в современном дизайне упаковки.

Источник: журнал *Labels & Labeling*



QUALITY BUILT + SERVICE DRIVEN

Всегда №1

ОФСЕТНЫЕ ВЫРУБНЫЕ НОЖИ



Компания **Kocher+Beck** является мировым лидером на рынке технологий ротационной высеки.



ПРЕИМУЩЕСТВА РОТАЦИОННОЙ ВЫРУБКИ ПЕРЕД КЛАССИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИЕЙ ОФФЛАЙН

Высека, вырубка, перфорирование, биговка или структурирование материалов – в одном производственном цикле с печатью. Для печатного предприятия возможность печати и отделки в линию экономит средства, сокращает время приладки и расширяет возможности отделки.



Свяжитесь с одним из наших дружелюбных экспертов сегодня по адресу: ioc@kocher-beck.com

НА ДЕСЕРТ – ОТЧЕТЫ GELATO

Отчеты Gelato – хороший материал для разбора, чтобы посмотреть на проблемы в отрасли: где изготовители полиграфической продукции теряют прибыль и почему автоматизация часто не радует типографии, в которых она внедряется. Но немногие могут эти отчеты грамотно расшифровать. А медиапроект «ПринтИнсайдер» смог. Только посмотрите, какая полезная информация у него получилась.

проблемы
операционки

потери
прибыли

разочарование
от автоматизации

важны
люди

ИИ в
полиграфии

инвестиции
типографий
в 2026 году

gelato
ITALIANO



GelatoConnect

**State of intelligent
print production
2026**



Дмитрий Старцев
Главный редактор
медиапроекта
«ПринтИнсайдер»



– Почему отчёты **Gelato** стоит читать внимательно? Это материалы с встроенной рекламной задачей. При этом в них есть фактура, данные и полезный разбор того, что сегодня происходит с управлением полиграфических производств.

Последний отчёт Gelato называется State of intelligent print production 2026 – «О состоянии умного полиграфического производства в 2026 году».

Отчёты Gelato по своей природе маркетинговые: разработчики ПО пишут про то, как не просто делать и развивать полиграфический бизнес без соответствующих ПО-решений (например, SaaS-платформы Gelato Connect).

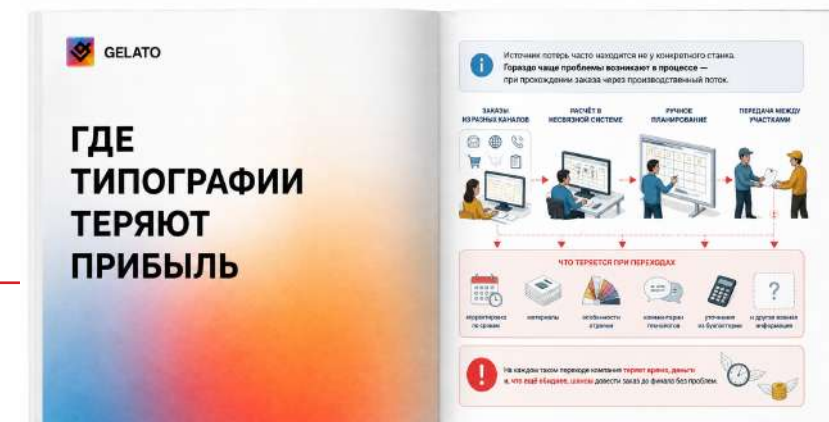
Через эти отчёты компания продвигает своё понимание рынка, продуктовую логику и взгляд на то, каким должно быть современное печатное производство.



принт | инсайдер

Поэтому пользоваться ими нужно аккуратно: это не учебники и не отчёты независимых исследователей (иначе они бы не были бесплатными). В таких материалах всегда есть интерес создателей: подсветить одни темы сильнее, другие – слабее, через выводы подвести к мысли, что рынку нужен именно такой класс решений, который продают авторы.

При всём этом отчёты Gelato интересны своими реальными данными и наблюдениями, тем, как сделан срез настроений рынка. А еще в них затрагиваются вопросы, которые сегодня волнуют руководителей типографий: автоматизация, расчёт заказов, качество данных, планирование производства, увеличение доли коротких тиражей в портфеле заказов, требования к увеличению скорости принятия решений.



► При сравнении отчётов за 2025 и 2026 годы видно смещение акцентов. В 2025 году Gelato описывала перспективу развития отрасли: рост роли цифровой печати, персонализация, электронная коммерция, практики устойчивого производства и печати по требованию.

Рынок движется в сторону коротких тиражей, гибкого подхода к выпуску продукции, сокращению сроков производства и более тесной связи печати с цифровыми каналами продаж.

В 2026-м темы отчёта стали ближе к пресловутой операционке: связность систем, качество операционных данных, узкие места в планировании, точность расчёта заказов, уровень сквозной автоматизации и способность производства быстро принимать решения по ситуации.

Речь идёт о том, что понимание, какие тренды есть в отрасли, стало куда менее важным, чем то, насколько в типографиях готовы к этому движению на уровне своих процессов, расчётов и структуры управления.

В этом смысле отчёт 2026 года оказывается ближе к реальному миру. В нём показано, что главные сложности часто возникают не в прекрасных планах

на будущее (с этим может быть всё в порядке), а в повседневной «текучке». Заказ может приниматься в одной системе, рассчитываться в другой, планирование вестись вручную, передаваться между участками с потерями информации, а затем ещё и требовать корректировок по срокам и материалам. Здесь и возникают потери времени, совершаются ошибки, проводятся лишние согласования и в конечном итоге теряется прибыль.

Gelato показывает, что путь к современной модели печатного производства идёт через операционную связанность. Если данные о заказе, расчёте, сроках, загрузке, закупках и отгрузке живут отдельно друг от друга, производство теряет производительность. Если эти элементы собраны в единую систему, то есть шанс (не гарантия), что это поможет компании повысить свою прибыльность.

Таким образом, отчёты 2025 и 2026 годов нужно читать в паре. Первый показывает, куда рынок идёт, второй показывает, почему движение в эту сторону даётся многим сложнее, чем ожидалось. А слабое место чаще находится не в производственной мощности или конкретной машине, а в системе прохождения заказа по производственному процессу.

► В отчёте Gelato 2026 года весьма захватывающе рассказано про операционные потери: деньги и время уходят на попытки увязать всё в одну работающую систему, настроить расчёты стоимости заказов и спланировать производственную очередь. Проблемы эти кажутся вполне международными.

И, как видно из отчёта, источник потерь часто находится не у конкретного станка. Гораздо чаще проблемы возникают в процессе – при прохождении заказа через производственный поток. Заказы приходят из разных каналов, рассчитываются в несвязанной системе, потом начинается ручное планирование, а передача между участками идёт с потерей части информации. После этого всплывают те самые данные-«потеряшки»: корректировка по срокам, материалам, особенностям отделки, комментарии технологов или уточнения из бухгалтерии. На каждом таком переходе компания теряет время, деньги и, что ещё обиднее, шансы довести заказ до финала без проблем. Как это выглядит на практике?

Первая зона потерь – расчёт стоимости заказа, а фактически – выстраивание технологической цепочки под этот заказ: какие материалы будут использоваться,

на каком оборудовании обрабатываться, какие участки будут задействованы – всё решается на этом этапе. Если что-то было понято (или оформлено) неточно, то дальше вся производственная цепочка будет нуждаться во внесении корректировок или работа будет выполняться с ошибками. В процессе корректировок может измениться порядок изготовления, придётся пересчитать срок готовности, возникнет лишнее согласование. В общем, менеджер ещё на старте искренне верит (или делает вид), что правильно оформил заказ, и спокойно обещает заказчику одно, а технолог на производстве за голову хватается от таких заказов.

Вторая проблемная зона – планирование. Когда план живёт отдельно от фактической загрузки, заказ может попасть в очередь, где его уже невозможно исполнить в обещанные (и запланированные) сроки без авралов, переносов или смены приоритетов. Последнее иногда происходит по принципу «какой заказчик громче крикнет, того первым и делаем».

Третья зона – передача данных между участками. Если информация о заказе, материале, послепечатной обработке, сроках и особенностях исполнения передаётся не полностью, не в системе и разными

способами, риск ошибки быстро растёт. В результате на производстве решают лишние задачи, выполняют повторные действия, получают простои из-за необходимости уточнить информацию, а как результат – сроки сдвигаются.

Четвёртая зона – снабжение и наличие материалов. Даже правильно оформленный заказ невозможно выполнить, когда на одном из последних этапов выясняется, что нужного материала нет, срок поставки увеличивается или отдел закупок вообще не синхронизирует свои планы с планом производства.

Пятая зона – слабая прослеживаемость происходящего. Когда руководитель или начальник производства не видит точную картину по загрузке, причинам отклонений и реальному статусу заказов, решения начинают приниматься с опозданием. Это бьёт и по срокам, и по себестоимости, и по имиджу типографии.



► В теории внедрение автоматизации процесса на производстве выглядит убедительно: компания использует цифровые инструменты, которые ускоряют прохождение заказов и снижают долю ручных операций. На практике результат нередко оказывается скромнее ожиданий.

Дело в том, что автоматизация даёт заметный эффект только тогда, когда опирается на качественные данные и связывает ключевые этапы работы, уже настроенные на предприятии. Если данные неполные, расчёты стоимости заказов неточные и каждый раз отличаются, информация по статусам заказов не передаётся, а планирование оторвано от факта, автоматизация может только усугубить этот хаос управления.

И наступает знакомое во многих типографиях разочарование. Новая система с усилиями внедряется, приходится привыкать к новому интерфейсу и регламентам. В целом – всё поменялось, а скорость, уровень контроля и возможности для принятия адекватных решений в оперативном контуре не выросли. Ошибки в расчётах переехали в новую систему, план производства требует постоянных корректировок, а информацию по заказам по-прежнему приходится уточнять вручную. Руководитель как не видел полной картины, так и остался в той же ситуации.

Первая причина – фрагментарное внедрение системы: отдельно живёт приём заказов, отдельно – их расчёт. Планирование, склад, закупки и производственная отчётность – всё по отдельности. В такой конфигурации внедрённое ПО ускоряет один участок, затем упирается в следующий, где информация передаётся с потерями или задержками.

Вторая причина – качество данных. Если в типографии не уверены в сроках выполнения, фактической загрузке оборудования, причинах отклонений от графика, точности расчётов заказов и остатках материалов, автоматизированный процесс начинает давать сбой. Система может быстро обработать заказ, поставить его в очередь и даже выдать прогноз готовности, однако опираться всё это будет на неточный исходный массив. Проще говоря, уверенно производить неточные предсказания.

Третья причина – скорость внедрения. Автоматизацию часто воспринимают как быстрый способ убрать сложности.

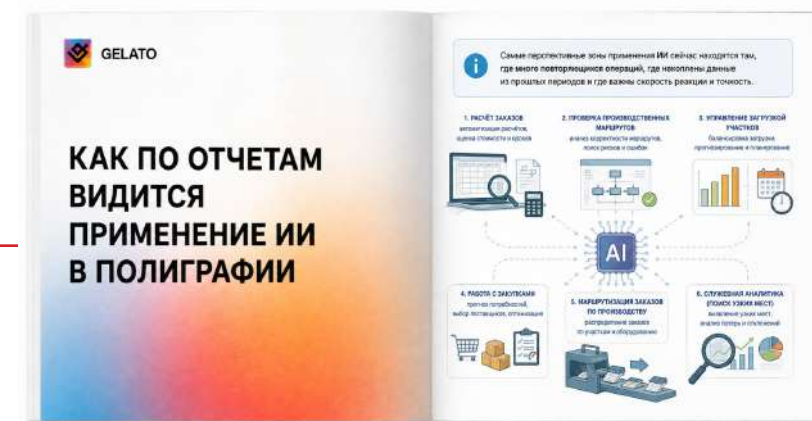
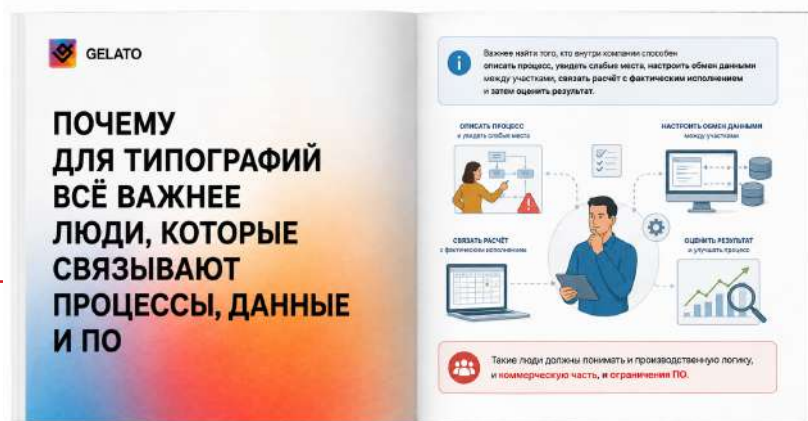
На деле она эти сложности проявляет – после внедрения становится лучше видно, где слабое место: в расчётах, передаваемых данных, координации между отделами, планировании или дисциплине ведения учёта заказов.

Перед внедрением очередного решения в типографии стоит задаться не только вопросом, что система умеет, а ещё и:

- насколько у нас самих готовы данные и процессы;
- насколько точно считаются заказы и фиксируются их сроки и статусы;
- насколько согласованы коммерческий блок, производство, снабжение и послепечатная обработка;
- насколько быстро можно увидеть отклонение и понять его причину.



Автоматизация начинается с анализа данных. Сначала нужно научиться собирать базовые производственные сведения, только после этого автоматизация будет давать ощутимый эффект. Слабое место часто находится в текущей системе организации процессов в типографии, в которой ставят новый инструмент и который эти слабые места усилить не в состоянии.



► Отчёт Gelato 2026 года подводит к важному выводу: модернизацию тормозят дефицит экспертизы, сложность интеграции и слабое понимание того, как превратить набор систем в рабочий производственный контур.

О проблеме наличия людей, которые понимают процессы целиком – от приёма заказа и расчёта до планирования, закупок, производства, логистики и аналитики, – говорят не так часто, как о новых машинах и современном ПО.

Системы появляются, модули внедряются, отдельные участки цифровизируются, однако между ними остаются разрывы. Набор инструментов, внедрённых на предприятии, не помогает создавать единый производственный контур, если нет специалистов, которые могут справиться с задачей такого уровня сложности.

Тема внедрения в отчёте Gelato 2026 года не сводится к покупке очередного решения. Важнее найти того, кто внутри компании способен описать процесс, увидеть слабые места, настроить обмен данными между участками, связать расчёт с фактическим исполнением и затем оценить результат. Такие люди должны понимать и производственную логику,

и коммерческую часть, и ограничения ПО. Им нужно разбираться в расчёте заказов, в последовательности операций, в сроках, загрузке, статусах, остатках, правилах передачи информации между участками.

Из-за этого на рынке всё выше ценность специалистов, которые умеют связать всё это воедино. Именно они помогают превратить отдельные внедрения – участков или контуров – в рабочую систему, которая ускоряет прохождение заказа по всей цепочке, снижает число ошибок и даёт руководителю более точную картину происходящего.

Поставщику решения автоматизации продать продукт уже недостаточно. Компаниям всё нужнее сопровождение, которое помогает встроить решение в реальную производственную логику заказчика. Иначе ожидания от проекта быстро расходятся с результатом.

Поэтому вместо покупки автоматизированного оборудования или ПО гораздо важнее организовать появление в типографии людей, которые могут связать процессы, данные и ПО так, чтобы цифровизация решала задачи на уровне системы, а не на уровне отдельных её частей.

► Это, безусловно, та тема, вокруг которой сейчас больше всего ожиданий. В материалах Gelato ИИ связан прежде всего с расчётом заказов, производственным потоком, закупками, логистикой и решениями на основе производственных данных.

Это следующая стадия развития печатного производства: после автоматизации в центре внимания оказываются связанные с ИИ системы, которые учатся на производственных данных, оптимизируют производственные процессы и помогают принимать решения.

Но отчёты Gelato не описывают ИИ как универсальную «кнопку» роста – речь идёт о решении ряда производственных задач. ИИ-возможности востребованы в расчетах

стоимости заказов, прохождении заказов по производственной цепочке, закупках и снабжении, в управлении доставкой (логистике).

ИИ не рассматривается как нечто, что само по себе изменит рынок. Сейчас речь идёт о ряде инструментов, которые ускоряют и упрощают рутинные операции и улучшают работу по ограниченному ряду задач. Таким образом, типографии делятся по уровням внедрения ИИ-инструментов.

Также в качестве примеров приводятся ИИ-инструменты для ускоренного автоматизированного подключения новых клиентов к производственному процессу, генерации макетов (mockup) и для запуска новых продуктов.

Самые перспективные зоны применения ИИ сейчас находятся там, где много повторяющихся операций, где накоплены данные из прошлых периодов и где важны скорость реакции и точность. Это расчёт заказов, проверка производственных маршрутов, управление загрузкой участков, работа с закупками, маршрутизация заказов по производству и служебная аналитика (поиск узких мест). Там, где данные собираются плохо, эффект от ИИ будет слабее – просто потому, что системе не на что будет опереться.





► В материалах Gelato 2026 года следующий этап развития печатного производства связан с operational intelligence. Это такой уровень управления производством, при котором связанные системы учатся на данных по заказам, загрузке производства, закупкам и логистике и помогают эффективнее считать, планировать и проводить заказ в производственной цепочке.

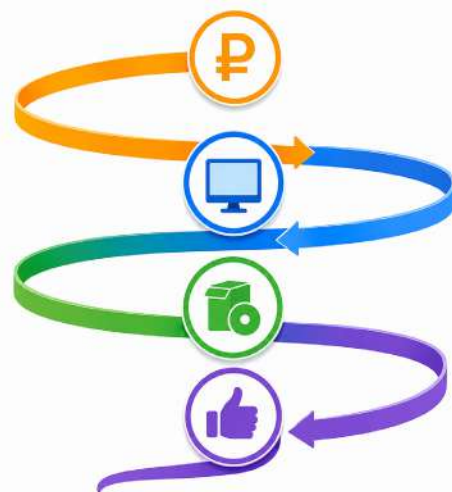
На уровне платформы GelatoConnect тот же подход разложен по основным этапам производства: расчёт заказов, управление производственным процессом, закупки и управление запасами, логистика и доставка. И всё это – при помощи ИИ.

В Gelato видят следующую волну инвестиций в ПО, которое поможет связать все этапы производств между собой. Иными словами, деньги должны идти туда, где польза от них будет наиболее заметна:

- сокращение ручной передачи заказа между участками;
- более быстрый (и адекватный) расчёт стоимости тиражей;
- эффективное распределение заказов по участкам;
- работа с запасами материалов и помощь при отгрузке готовых тиражей.

То есть не заниматься повышением эффективности по отдельности, а сразу работать со всем производственным контуром. Это, конечно, взгляд поставщика ПО. При этом сам набор проблемных точек выглядит вполне узнаваемым для рынка.

Компания Gelato предлагает рынку тратить деньги не на покупку новых машин, а на то, чтобы навести порядок на производстве при помощи внедрения передового ПО (понятно, какого). Если отбросить маркетинговый посыл этих отчётов, то их вполне можно принимать за подсказку, в каких зонах сегодня следует искать прирост эффективности.



► **Отчёты Gelato** — материалы с понятной заинтересованностью авторов, при этом в них есть содержательный разбор тех тем, которые сегодня прямо связаны с экономикой и управляемостью печатного производства.

Подобные отчёты – это не окончательный диагноз рынка, а повод для типографий взглянуть на свои проблемы с другого ракурса. И задать правильные вопросы:

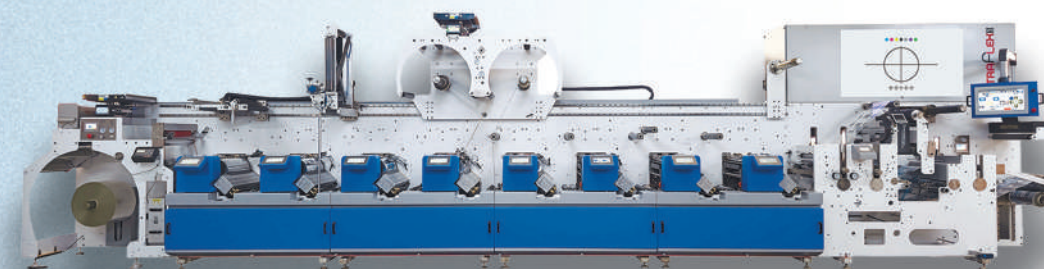
- где в типографии теряется прибыль;
- насколько точно считается стоимость заказов;
- можно ли доверять данным по срокам и загрузке;
- какие процессы нуждаются в цифровизации и включении в общую систему.

Очевидно, следующий этап развития полиграфических компаний связан не с покупкой новых решений, а с наведением порядка в существующих процессах. И типографиям нужно ПО, которое поможет им это делать: точнее и быстрее считать себестоимость, не терять заказы, видеть узкие места производства и снижать потери на стыках между этапами. Всё, что связано с расчётом, планированием, загрузкой, снабжением и отгрузкой, всё сильнее влияет на экономику типографии. Именно здесь есть запас для роста эффективности всего предприятия.

Инновационные решения в печати и послепечатной отделке с ИИ

от компании UV Graphic Technologies Pvt. Ltd. (Индия)

ULTRAFLEX UFO



Сервоприводные печатные машины шириной 370, 450, 670 мм с возможностью печати на различных материалах от 8 до 450 микрон. Самый короткий прогон полотна и минимальный объем отходов на приладку.

Эксклюзивное представительство в России
Продажа, сервис, запчасти на складе

UV-SERVICE
Engineering Company

info@uvservice.ru
uvservice.ru

+7 495 626 22 78
+7 495 626 22 80

С ГОЛОВОЙ В ОФСЕТ: гуммирующие растворы

Эти помощники создают прочный и долговечный защитный слой на офсетных формах, увеличивая срок их службы и повышая качество печати. В этой статье разберем ключевые компоненты гуммирующих растворов и особенности их применения.



Станислав Ямилинец

Кандидат технических наук,
технолог ООО «ХД РУС»

Гуммирующие растворы наносятся после проявления монометаллических алюминиевых офсетных пластин. Они выполняют следующие функции:

- защищают пробельные элементы от образования окислов, вызывающих тение при печати;
- возвращают гидрофильные свойства пробельным элементам форм на алюминиевой основе;
- защищают от влияния высокой температуры при обжиге.

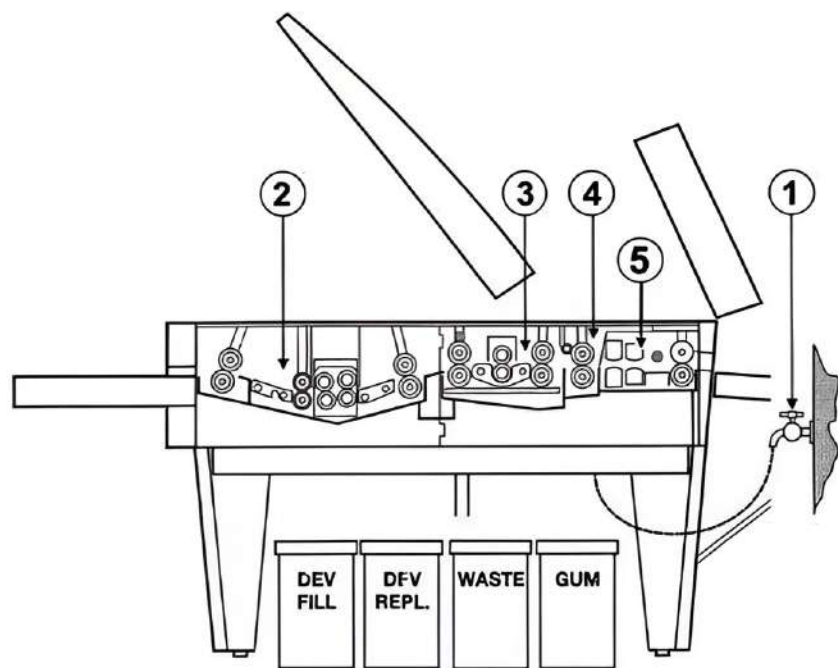


Схема проявочного процессора для традиционных термальных офсетных пластин:
1 – подключение к водопроводу, 2 – ванна проявки, 3 – промывочная ванна,
4 – секция гуммирования, 5 – секция сушки

Гуммирующий раствор наносится процессо-рами для обработки пластин, например, как представлено на схеме. После обработки пластин на рабочую поверхность наносят гуммирующий раствор, готовый к использованию или приготовленный оператором из концентрата. При разведении pH должен соответствовать данным производителя и обеспечивать полное растекание гуммирующего раствора по всей пластине с небольшим истечением по краям на отжимном валике. Оператору необходимо следить за состоянием гуммирующего раствора и доливать его небольшими порциями по мере необходимости. Использование сразу всей канистры для подпитки может привести к ее порче.

Гуммирующий раствор нужно менять не реже чем один раз в две недели или при его порче, о чем свидетельствуют следующие признаки: рост вязкости, падение pH, помутнение, появление осадка, изменение запаха.

Для гуммирования в процессоре рекомендуется использовать кислые растворы (как правило, pH 3,5–5,5). Они лучше смачивают гидроксированную поверхность оксида алюминия и обеспечивают более равномерное растекание по форме. При pH 3,5–5,5 поверхность оксида алюминия протонируется: $Al-OH + H^+ \rightarrow Al-OH_2^+$. Возникает положительный заряд, который электростатически притягивает отрицательно заряженные группы полисахарида (карбоксильные, сульфатные). Это усиливает адсорбцию.

После нанесения гуммирующего раствора пластины могут храниться не более 5 дней. Для длительного хранения лучше использовать нейтральный гуммирующий раствор с pH 6–7. Для защиты поверхности алюминия в процессе термообработки необходимо использовать специальный защитный гуммирующий раствор. На поверхности пробельных элементов офсетной формы должна получиться на выходе из процессора сухая равномерная тонкая

(обычно 0,5–2 мкм) пленка, поэтому раствор не должен быть слишком вязким при нанесении. Толщина контролируется скоростью отжимных валов и вязкостью раствора

На производстве не производят никаких специальных измерений, косвенным признаком верной толщины является равномерное блестящее покрытие без потёков.

СОСТАВ И СВОЙСТВА

В состав гуммирующего раствора входят:

- вода;
- пленкообразующее вещество;
- кислота для нейтрализации проявителя;
- увлажнитель (например глицерин);
- биоцид (например бензизотиазолинон);
- хелатор (например оксиэтилидендифосфоновая кислота);
- диспергаторы;
- буферный агент (например гидрофосфат дикалия для кислых растворов или гидрофосфат калия для нейтральных);
- антивспениватели и прочие компоненты.

Пленкообразующими веществами могут быть различные полисахариды: декстрин, арабиногалактан, пектин, каррагинан, альгинаты.

В зависимости от используемого пленкообразователя (или их смеси) и добавок получается гуммирующий раствор с различными свойствами. Он создает на поверхности офсетной формы прочный и долговечный защитный слой, что способствует повышению качества печати и увеличению срока службы форм. Кислота, входящая в состав гуммирующего раствора, нейтрализует остатки щелочного проявителя, предотвращая разрушение полисахарида и стабилизируя pH гуммирующего раствора.

Биоцид предотвращает появление бактерий, буферный агент влияет на срок жизни проявителя.

- Хорошая адгезия к поверхности формы.
- Устойчивость к истиранию.
- Быстрое высыхание.

ДЕКСТРИН



- Высокая вязкость.
- Хорошее сцепление с поверхностью формы.
- Возможность регулирования вязкости путем добавления воды

АРАВИЙСКАЯ КАМЕДЬ



- Улучшенная адгезия к металлическим поверхностям.
- Повышенная устойчивость к истиранию.

ГУАРОВАЯ КАМЕДЬ



- Повышенная прочность и эластичность гуммирующего слоя.
- Высокая устойчивость к истиранию.

КАМЕДЬ ЛИСТВЕННИЦЫ



- Отличная стабильность в широком диапазоне температур.
- Способность сохранять свои свойства даже при высокой концентрации соли.

КСАНТАНОВАЯ КАМЕДЬ



- Более высокая вязкость по сравнению с обычным декстрином.
- Лучшая адгезия к поверхности формы.

α - ДЕКСТРИН



Разновидности и свойства пленкообразующих веществ

Декстрин получают путем термической обработки крахмала в кислой среде. Он образуется при выпечке хлеба и придает ему характерный запах. Гуммирующие растворы на основе декстрина имеют ярко выраженный «хлебный» запах. Такие растворы достаточно легко прокисают, очень плохо поддаются корректировке вязкости.

Аравийскую и лиственничную камедь получают растворением в дистиллированной воде при комнатной температуре собранной с деревьев смолы. Механические примеси отделяются фильтрованием, прозрачные растворы упаривают досуха, сухие остатки очищают переосаждением из воды в этанол. Содержание механических примесей составляет 0,1–4,8% от массы камеди. Водные растворы камеди имеют слабокислую реакцию. Установлено, что камедь лиственницы Гмелина представляет собой арабиногалактан более высокой степени чистоты (более 99%) с незначительными примесями флавоноидов, танинов, минеральных веществ. Гуммирующие растворы на такой основе имеют высокую вязкость, легко корректируются водой в широком диапазоне. Смола обладает антисептическим действием и поэтому меньше подвержена микробиологическому воздействию. Имеет слабовыраженный запах свежеспиленного дерева.

Гуаровую камедь получают из семян гуары. Очищенные от шелухи и других примесей семена измельчают до порошкообразного состояния, смешивают с водой и подвергают процессу экстракции, в результате которого извлекается гуаровая камедь. Полученный раствор фильтруют для удаления нерастворимых частиц и сушат до образования порошка. Наиболее экономичный вид пленкообразующего вещества подвержен микробиологическому воздействию. Плохо корректируется водой, нестабилен, т. к. имеет множество примесей. Имеет выраженный запах киселя.

Ксантановая камедь (ксантан) – это природный полисахарид, получаемый путем ферментации бактерий *Xanthomonas campestris*. Эти бактерии выращивают на питательной среде, содержащей углеводы, такие как глюкоза или сахароза. *Xanthomonas campestris* культивируются в контролируемых условиях, где они активно размножаются и вырабатывают ксантановую камедь. После завершения ферментации культуральная жидкость отделяется от бактерий и подвергается дальнейшей обработке. Затем она фильтруется для удаления бактерий и других примесей. Используется при изготовлении гуммирующих растворов для обжига. Обладает хорошей термостабильностью, но по сравнению с арабиногалактаном даёт менее плотную плёнку при обычном гуммировании, поэтому применяется в основном для обжиговых форм.

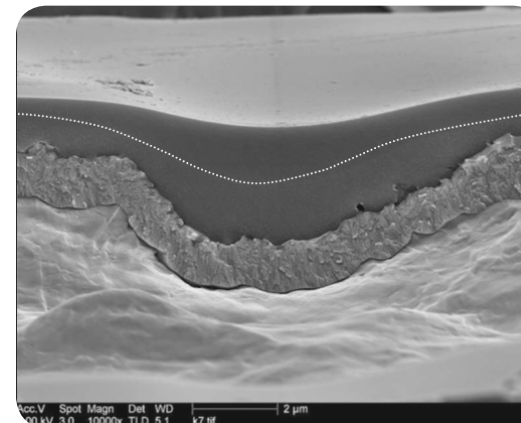
Предельный декстрин – это химически модифицированный (кислотный гидролиз) крахмал. Раствор крахмала фильтруют для удаления твердых частиц, а затем охлаждают, что приводит к осаждению крахмала. Осажденный крахмал подвергают химической модификации, в результате которой образуется предельный декстрин. Запаха не имеет.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МАТЕРИАЛОВ ПРИ ГУММИРОВАНИИ

Между компонентами гуммирующего раствора происходит **химическое взаимодействие**.

Поверхность анодированного алюминия офсетной формы содержит оксид алюминия с гидратированной поверхностью, несущей гидроксильные группы (Al–OH). Эти группы служат центрами адсорбции для молекул полисахарида. Глицерин взаимодействует с другими компонентами для образования водородных связей.

Полисахарид, входящий в состав пленкообразующего вещества, содержит гидроксильные группы. Они образуют множество водородных связей с гидроксильной поверхностью оксида алюминия. Это обеспечивает прочную адсорбцию и гидрофилизацию пробельных элементов. Полученный слой обладает достаточной устойчивостью при хранении формы, но легко удаляется увлажняющим раствором при запуске печати. При этом сама пленка остаётся гидрофильной, что позволяет удерживать увлажняющий раствор на поверхности формы даже на высокоскоростных печатных машинах за счёт гидрофильности и адгезии.



Строение печатной формы

Сверху вниз:

- верхний механически стойкий копировальный слой;
- нижний химически стойкий копировальный слой;
- оксидированный зернёный алюминий;
- основа из чистого алюминия.

Между гуммирующим раствором и поверхностью формы происходит **физическое взаимодействие:**

- адсорбция молекул гуммирующего раствора на поверхности формы;
- образование тонкой пленки гуммирующего слоя на поверхности формы.

Таким образом, при нанесении гуммирующего раствора за счёт капиллярных сил молекулы полисахарида (пленкообразующего вещества) проникают в открытые поры анодированного алюминия, полученные после травления в проявочной ванне. Они возвращают пробельным элементам гидрофильность, а также создают прочный защитный слой, защищающий от механических повреждений. На печатном слое полисахарид (пленкообразующее вещество) не образует прочной химической связи и легко смывается увлажняющим раствором в начале печати.

ОЧИСТКА СЕКЦИЙ ПРОМЫВКИ И ГУММИРОВАНИЯ

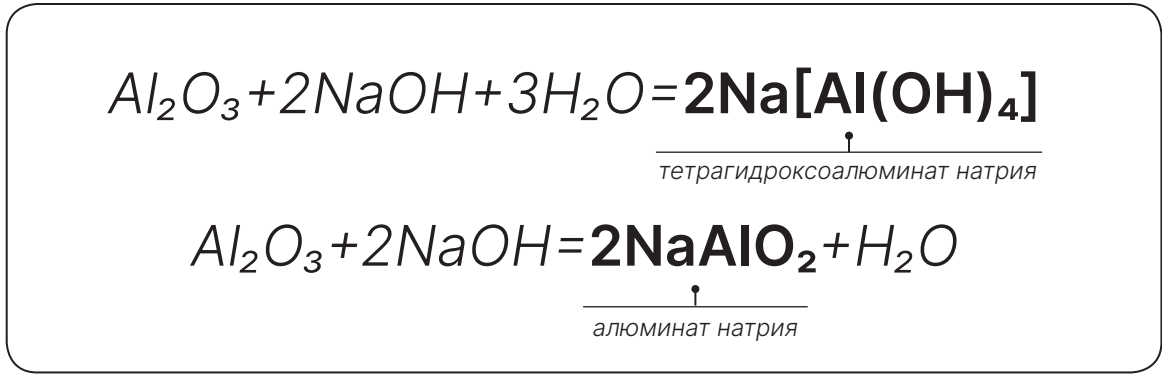
Иногда в циркуляционной системе гуммирования происходит заражение – возникает неприятный запах, образуется пена на поверхности и комки в самом гуммирующем растворе. На возникновение бактерий и грибов важное влияние оказывает температура. При нагреве системы гуммирования, обычно летом, в циркуляционной системе происходит быстрый рост бактерий. Из-за этого требуется часто проводить основательную дезинфекцию системы антисептиком. Можно использовать очиститель, который не только удаляет водорастворимые осадки и загрязнения, но также уничтожает микроорганизмы в циркуляционной системе. После его применения система промывается чистой водопроводной водой дважды.

Также можно на регулярной основе использовать антисептическое средство. Оно имеет нейтральный показатель pH и может добавляться в воду для разбавления раствора или в гуммирующий раствор. Антисептик предотвращает развитие в растворе бактерий, грибов и водорослей.

Использовать это средство можно только после основательной очистки системы, иначе бактерии, имеющиеся в гуммирующем растворе, быстро адаптируются и эффект обеззараживания теряется. После промывки с антисептиком требуется еще промывка теплой водой в течение 30–60 мин.

Инфицирование может возникать и на площади поверхности гуммирования. Не следует оставлять емкости с гуммирующим раствором открытыми. Простой проявочной машины также способствуют порче раствора. Часто требуется разбавлять концентрат гуммирующего раствора, однако следует принимать во внимание, что, если вы используете для этой цели воду, вместе с ней могут попасть дополнительные бактерии.

При взаимодействии едкого натра, входящего в состав проявителя, с оксидом алюминия (пробельных элементов печатной формы) в присутствии воды происходит отложение алюминатов в секциях промывки и гуммирования, которые удаляются с использованием соответствующих средств.



Формула образования алюмината

Рекомендуется проводить профилактическую очистку секции гуммирования минимум 1 раз в 3 месяца или по мере образования загрязнений.

В следующем номере мы поговорим о роли цифровой цветопробы в системе управления качеством офсетной печати.



MK Masterwork

有恒·长荣
Together & Better
Вместе лучше!

Минимальная ширина
45 мм заготовки

400 м/мин. Скорость до

Повысить эффективность
фальцевально-склеивающего
участка – легко!

Diana Easy Plus 65/85/115

ОНА МОЖЕТ ВСЁ...

Максимальная функциональность и гибкость в стандартном оснащении. Простота переналадки и высокая производительность.

До встречи
на RosUpack 2026
с 16 по 19 июня
в Крокус Экспо

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

ЭТИКЕТКА НЕ СХОДИТ С ПОДЛОЖКИ: причины высокого релиза



Алексей Титов
Технический специалист
«Артмарк»

Высокий релиз подложки – избыточное сцепление клеевого слоя с силиконовым слоем подложки, распространенная проблема для производителей самоклеящихся этикеток. Практически всегда можно найти решение, которое позволит сработать даже самую проблемную партию этикеток. В этой статье мы рассмотрим алгоритм действий при возникновении этой проблемы.

Причины, заставляющие этикетку оставаться на подложке при этикетировании, можно условно разделить на группы, в зависимости от источника проблемы:

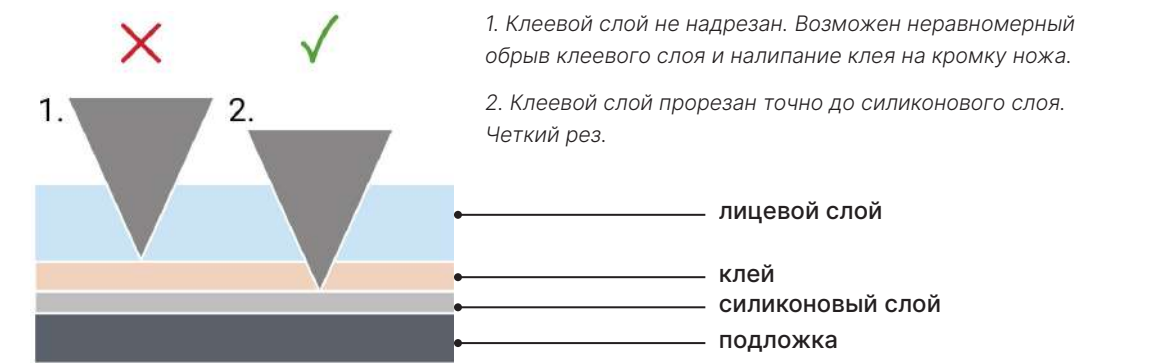
- качество материала;
- качество переработки материала;
- качество настройки этикетировочного оборудования.

МАТЕРИАЛ

Компания «Артмарк» активно работает над улучшением характеристик поставляемых материалов азиатского производителя Fuzhou, уделяя особое внимание решению вопросов, связанных с высоким релизом.

На производстве самоклеящихся материалов осуществляется контроль каждой партии в процессе его производства и по окончании. В ничтожно малом количестве случаев проблема высокого релиза действительно кроется в материале – например, причина в недостаточной силиконизации подложки или неравномерном ее нанесении. Но стоит помнить, что самые сложные и многофакторные процессы, которые могут выйти из-под контроля, происходят дальше – при печати, переработке и аппликации готовой этикетки.

Хорошая новость – выявить и решить эти проблемы проще, чем установить скрытый брак материала.



ПЕРЕРАБОТКА МАТЕРИАЛА, КАЧЕСТВО ПЕРЕРАБОТКИ МАТЕРИАЛА НА ПЕЧАТНОЙ МАШИНЕ ВЛИЯЕТ НА РЕЛИЗ.

- При вырубке этикетки возможно как прорубание силиконового слоя, так и непрорубание до конца клеевого слоя. Он формирует тяжи и повышает релиз.
- Даже при условии точной вырубке до силиконового слоя подложка может продавливаться из-за неправильно выбранного угла заточки или из-за затупившейся режущей кромки. Как результат – плохое схождение этикетки.
- При просечке силиконового слоя подложки насквозь адгезив взаимодействует с бумажной основой подложки, приклеиваясь к ней.
- Вытекание клея из-под этикетки – клеевой слой тянет за собой этикетку (рассмотрим подробнее ниже).

Рекомендации по переработке

Факторов, влияющих на схождение этикетки с подложки, много: начиная от раскладки по раппорту и заканчивая температурными режимами на предприятии. Необходимо заранее позаботиться об углах скругления этикетки, ориентации на полотне, количестве ручьев, межэтикеточном расстоянии, параметрах вырубной оснастки.

При печати, вырубке и перемотке (резке) материалов рекомендуется устанавливать минимально возможное натяжение, а также наматывать рулоны с минимальной плотностью намотки, что позволит избежать выдавливания клея.

РЕКОМЕНДОВАННОЕ СООТНОШЕНИЕ НАТЯЖЕНИЯ НА НАМОТКЕ/РАЗМОТКЕ 1/0,7

Используйте **золотое правило вырубки** – ширина материала должна быть меньше длины раппорта вырубки. При несоблюдении этого правила производство скрытого брака гарантировано.

Даже при качественном исполнении вырубки возможно небольшое выдавливание клея по краям этикетки в процессе перемотки готовой этикетки или при нарушении условий хранения материала, что не позволяет добиться стабильной съемности этикетки с подложки.

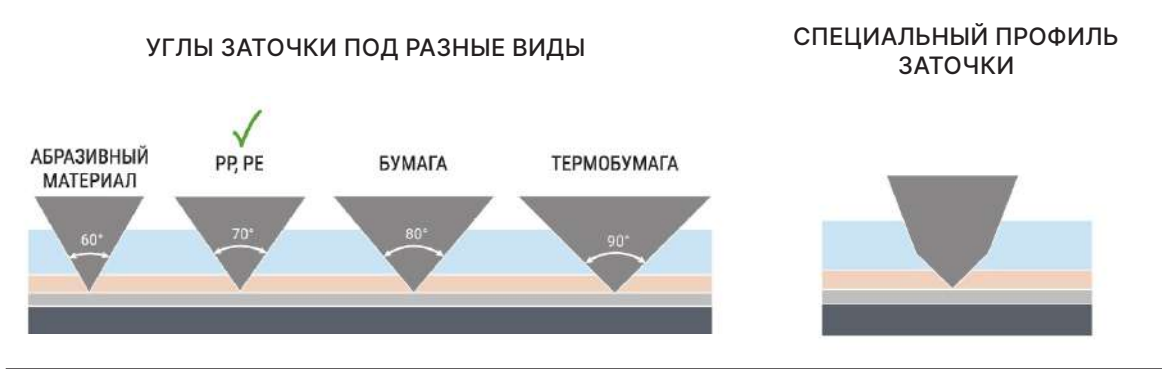
При окислительно-восстановительной реакции полимеризации красочного слоя спирто- или водоосновных красок или при реакции радикальной полимеризации красочного слоя при коротковолновом облучении (УФ-излучении) происходят экзотермические процессы по отношению к субстрату – проще говоря, выделяется тепло. Растет температура – клеевой слой, как все коллоидные системы, увеличивает свою текучесть.

Требуется контроль температуры полотна, мощности сушек и температуры обводных валов. Минимизируйте температуру за счет организации водного охлаждения валов и снижения мощности экспонирования/нагрева элементов сушек.

При **термотрансферной печати**, в которой обязательно присутствуют температура и давление, также возможно выдавливание адгезива по краям этикетки. Для уменьшения данной проблемы чаще всего используют частичное нанесение клея, применение специальных тефлоновых валов, обработку силиконовым спреем или заклею силиконизированной бумагой. При термотрансферной печати требуется уделить особенное внимание настройке на толщину материала, чтобы обеспечить контакт печатной головки с поверхностью этикетки, одновременно избегая повышенного давления на этикетку.

СПАСИ ТИРАЖ: ПЕРЕЗАКАЗЫВАЕМ НОЖ И ПЕРЕКЛЕИВАЕМ ПОДЛОЖКУ

1. Использовать вырубные ножи со специальным углом заточки для вырубки пленочных и бумажных материалов. Также эффективны ножи со специальными покрытиями, на которые меньше налипает клей.
2. Если в работе есть 4 и более ручьев, то рекомендуется делать групповой сдвиг от 0,5 мм в рамках выбранного раппорта. Это не требует изменения в монтаже форм или ножей – формат раппорта сохраняется.



3. Вероятно, потребуется снизить рядность, чтобы обеспечить плавность работы и снижение нагрузки на клеевой слой. Межэтикеточное расстояние при этом должно стремиться к кратности «зубу» $Z=3,175$ мм.



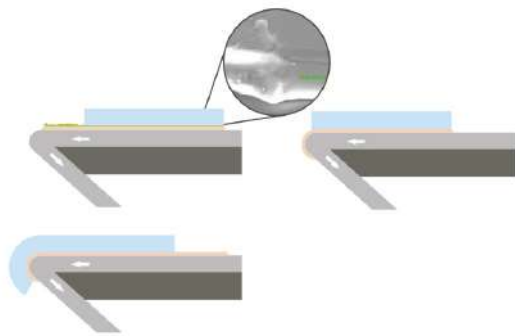
КОГДА ЭТИКЕТКА ДАЛА ТЕЧЬ...

Вытекание клея при производстве самоклеящихся этикеток – одна из причин проблем этикетирования. Разберемся, когда в проблемах виноват клей и почему он стремится растечься.

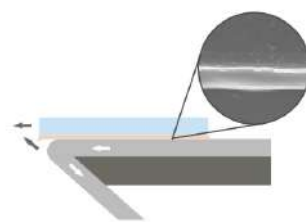


Когда клей вытекает или выдавливается за края этикетки, это легко заметить, но не так легко исправить, поскольку последствия уже могут наступить: например, клей может переходить на лицевую сторону этикетки, что, в свою очередь, вызывает прилипание этикетки к обратной стороне подложки.

СХОД С ПОДЛОЖКИ ПРИ ВЫТЕКАНИИ КЛЕЯ

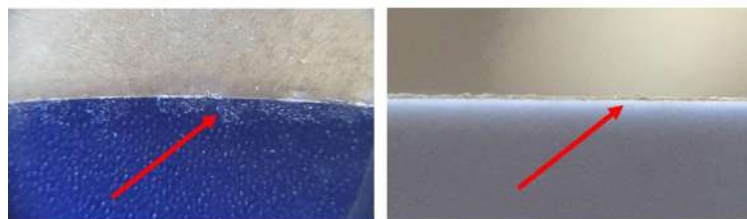


БЕЗ ВЫТЕКАНИИ КЛЕЯ



Поведение этикетки на этикетираторе при выдавленном клее

Этикетка в этом случае прилипает на подложку и на ленте основы образуется пропуск – место без этикетки. В этом случае при этикетировании возможны внеплановые остановки, которые повлекут потерю производительности и выпуск несоответствующей продукции. Партия пригодна к переработке, но с большими трудозатратами.



Помимо этого, клей может накапливаться и переходить на валы и датчики оборудования, что также повлечет за собой необходимость остановки и дальнейшей очистки.

Значит ли такое поведение клея, что клеевой слой нанесен некачественно при производстве материала или обладает некорректными характеристиками? НЕТ. Деформация и вытекание клея происходят в подавляющем большинстве случаев на стадии переработки материала в этикетку. Чтобы установить причину и исправить ситуацию, нужно проверить процесс печати и вырубки.

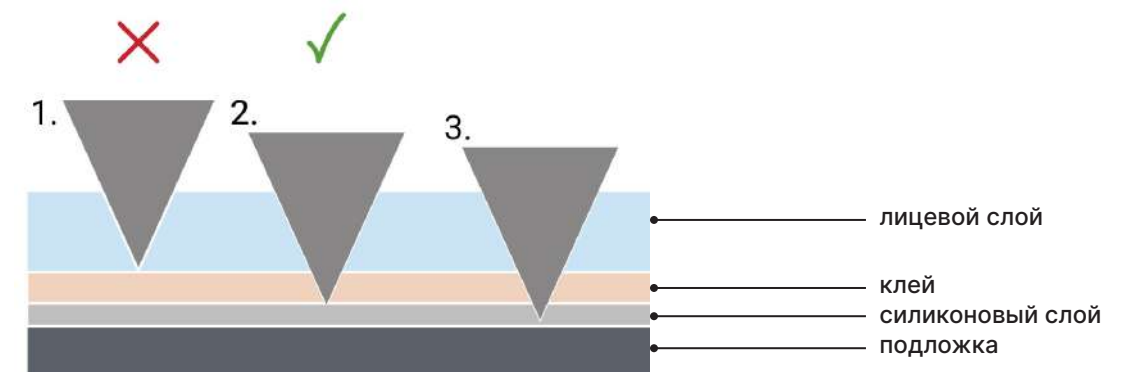
Важно помнить, что некоторые материалы и специальные клеи в силу своей текучести и большого наноса (например, так называемый шинный клей) изначально несут в себе высокий риск вытекания. Следовательно, с ними нужно быть еще внимательнее.

Факторы деформации и вытекания клея

- 1. Давление при печати, вырубке и перемотке (резке) материалов.** Рекомендуем устанавливать минимально возможное натяжение и наматывать рулоны с минимальной плотностью намотки, что позволит избежать выдавливания клея.
- 2. Тугая намотка на втулку малого диаметра.** Если есть склонность к вытеканию клея, поможет намотка на втулку большего диаметра – 152 мм вместо 76 мм.
- 3. Нарушение геометрии полотна.** Ширина материала должна быть меньше длины раппорта вырубки, желательно не менее чем на 10%.
- 4. Высокая температура среды.** Следует контролировать температуру полотна, мощность сушек и температуру обводных валов, минимизируя температуру за счет организации водного охлаждения валов и снижения мощности экспонирования/нагрева элементов сушек.

5. Некачественная вырубка. Клеевой слой должен быть разрезан полностью, при этом силиконовый слой не нарушен – иначе не избежать склеивания в рулоне.

Если проблема не устраняется, рекомендуем использовать вырубные ножи со специальным углом заточки для различных видов материалов и специальными антиадгезионными покрытиями.



1. Клеевой слой не надрезан. Возможен неравномерный обрыв клеевого слоя и налипание клея на кромку ножа.
2. Клеевой слой прорезан точно до силиконового слоя. Четкий рез.
3. Клеевой слой прорезан, нож частично в силиконовом слое.

6. Биение как нагрузка на клеевой слой. Если не получается обеспечить плавность и возникает биение, потребуется снизить рядность этикеток в раппорте. Межэтикеточное расстояние должно быть максимально кратно «зубу» (3,175 мм) даже в сервоприводных машинах.

7. Температура хранения. Не стоит забывать о температурных режимах хранения материала и готовой продукции, особенно зимой в период отопительного сезона. Избегайте хранения материалов и готовой продукции вблизи отопительных приборов. Храните материалы на поддонах в закрытой упаковке, защищая от пыли и влаги.

Прежде всего проблема вытекания клея обусловлена особенностями настройки оборудования и параметрами технологического процесса, поэтому очень важно понимать и разбираться в первопричинах возникновения высокого релиза, чтобы минимизировать возникновение дефектов и дальнейших проблем при этикетировании.

Вытекание клея – комплексная проблема, вынуждающая переработчика уделить повышенное внимание каждому этапу производства – от подбора материалов до настройки оборудования. Следует помнить, что чаще всего проблема возникает на усиленных клеях – каучуковых.



RE-STICKER ОТ RICHARDWERK СПЕШИТ НА ПОМОЩЬ

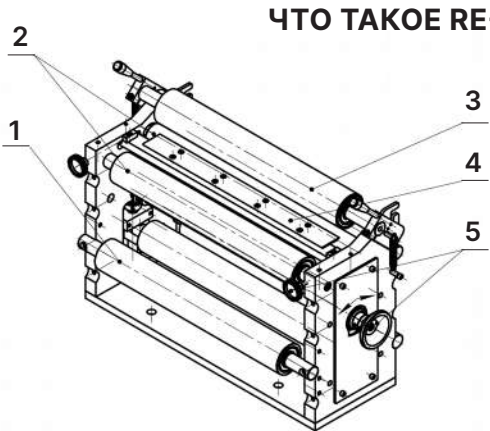
Система переноса этикетки Re-Sticker – эти слова у всех на слуху в эпоху господства китайских самоклеящихся материалов на российском полиграфическом рынке. Что это и для чего предназначена – читайте в этой статье.



Сергей Трипапин
Инженер
RICHARDWERK

– Я работаю в компании RICHARDWERK второй год и могу с уверенностью сказать: мы производим продукцию, которой можно гордиться. Ярким примером является наш Re-Sticker – система переноса этикетки по подложке. За время своего присутствия на рынке он отлично зарекомендовал себя среди типографий. Зачастую он в буквальном смысле спасает клиента, потому что этикетки не сходят с подложки на этикетираторе и есть вероятность того, что типографии вернут обратно весь отпечатанный тираж. Re-Sticker помогает избежать проблемы с небольшими прорубами и вытеканиями клея, уменьшает адгезию для облегчения наклеивания этикетки.

Всего за два года продаж было реализовано более 50 устройств в различные города России и страны СНГ. При этом особенно показательно, что многие типографии, однажды установив у себя один Re-Sticker, спустя время заказывают второй, а иногда даже третий и четвертый. Это лучший показатель доверия клиентов и подтверждение высокого качества оборудования и сервиса, которые мы предлагаем.



ЧТО ТАКОЕ RE-STICKER?

- Схема Re-Sticker:
- 1 – внешний вал
 - 2 – внутренний вал
 - 3 – резиновый вал
 - 4 – нож (ракель)
 - 5 – регулировка шага

Описание	Re-Sticker – система переноса этикетки по подложке
Идея создания	Современное производство самоклеящихся этикеток часто сталкивается с рядом технологических сложностей, особенно при работе с материалами из Китая. Повреждение подложки, выступающий клей, нестабильное удаление облоя – эти проблемы могут существенно сказаться на качестве тиража. И мы решили эту проблему.
Модели оснастки	• Re-Sticker Pro 360 – ширина 360 мм. • Re-Sticker ProMax 430 – ширина 430 мм. • Re-Sticker Pro S – индивидуальные размеры под ваш запрос.
Основные функции	• Перемещение этикетки по подложке из исходного положения в новое. Величина смещения свободно регулируется от 1 до 15 мм, сохраняя исходное межэтикеточное расстояние. • Переклейка как решение проблем, связанных с повреждением подложки и выступающим клеем из-под лицевого слоя самоклеящегося материала. • Быстрое и устойчивое удаление облоя без обрывов после уменьшения адгезии. • Универсальность в работе с нестабильными самоклеящимися материалами.
Конструктивные особенности	• Регулировка от 1 до 15 мм. • Антиадгезионное покрытие. • Работа на больших скоростях. • Размеры и установка под любую машину. • Детали из качественных материалов. • Российское производство. • Современный эргономичный дизайн. • Удобство и простота в использовании. • Дополнительные опции: адаптеры для установки; валики для снятия облоя; индивидуальные доп. узлы, позволяющие максимально эффективно интегрировать систему в существующий производственный процесс.
Преимущества перед конкурентами	• Доступная цена: дешевле аналогов на 30%. • Индивидуальные сроки изготовления, всегда готовы пойти навстречу заказчику. • Наличие на складе ходовых моделей: Re-Sticker Pro 360 и Re-Sticker ProMax 430. • Выезд на место для снятия замеров и уточнения возможности установки. • Установка и обучение работе техническими специалистами за 1 день. • Сервисная поддержка в течение всего гарантийного срока. • Поддержание склада расходников и запчастей.



Сроки изготовления	От 5 до 15 рабочих дней.
Гарантия	12 месяцев.

ВАРИАНТЫ УСТАНОВКИ УСТРОЙСТВА RE-STICKER



На выносном адаптере



На перемотчике



На печатной машине

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ КЛИЕНТОВ



Юрий Нагоркин
Генеральный директор
«Полибит Флекс»

– Мы искренне довольны как качеством исполнения самого оборудования, так и уровнем сервиса, который предоставила компания RICHARDWERK. Оперативность, инженерная грамотность и клиентоориентированность коллег заслуживают самой высокой оценки. После установки технолог Сергей Павлов провел обучение для всех сотрудников, рассказав обо всех особенностях работы с данной системой. Устройство работает полностью исправно на разных видах материала даже на высоких скоростях. Система Re-Sticker доказала свою эффективность на практике, и мы уверены, что это приобретение усилит наши позиции на рынке флексопечати.



Сергей Ляпунов
Технолог полиграфического производства
«Бизнес-группа "Стрелец"»

– Хочу поделиться своим опытом интеграции системы переноса этикетки по подложке Re-Sticker от компании RICHARDWERK. Благодаря профессионализму и высокой квалификации специалистов работа была выполнена на высшем уровне. Особенно приятно удивило качество ракельного ножа, что проявляется в его износостойкости. Также остались под впечатлением от простоты конструкции, которая не требует тонкой регулировки и постоянного контроля за прижимом.

РЕКЛАМА

СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА



- ➔ ДИАГНОСТИКА МАГНИТНЫХ ЦИЛИНДРОВ И ЦИЛИНДРОВ ПРОТИВОДАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИХ ТЕХНИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ И СТЕПЕНИ ИЗНОСА
- ➔ ДИАГНОСТИКА СИСТЕМ KMS И GAPMASTER
- ➔ РЕГУЛИРОВКА И НАСТРОЙКА СИСТЕМЫ GAPMASTER
- ➔ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КРАТКОГО УСТНОГО ОТЧЁТА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДИАГНОСТИКИ И ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ
- ➔ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ПОЛНОГО ОТЧЁТА ПО ДИАГНОСТИКЕ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ С РЕКОМЕНДАЦИЯМИ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕЙ ЭКСПЛУАТАЦИИ ЦИЛИНДРОВ
- ➔ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КОРРЕКЦИИ ПАРАМЕТРОВ ВЫРУБНЫХ НОЖЕЙ С УЧЕТОМ СОСТОЯНИЯ ЦИЛИНДРОВ
- ➔ ЗАНЕСЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В БАЗУ PRINTBOOK

От заказчика потребуется:

- Обеспечить свободный доступ к магнитным цилиндрам.
- Магнитные цилиндры должны находиться на уровне стола, на специальных стеллажах или подставках, чтобы была возможность их вращать.
- Если цилиндры хранятся не на стеллажах (в коробках, в ящиках), то обеспечить помощь в последовательной установке на стеллаж или подставку каждого цилиндра.
- Поверхность цилиндров должна быть чистой (отсутствие на поверхности ножей, масла, смазки, остатков фольги и посторонних микрочастиц).
- Предоставить чистую ветошь и средства очистки (спирт, ацетон или метаксипропанол).
- Своевременно обеспечить доступ к вырубной секции для диагностики цилиндров противоавлечения и для регулировки настроек систем GapMaster.

За непредоставление данных условий компания «Кохер+Бек» вправе взимать дополнительную плату, в исключительных случаях может отказать в проведении диагностики.

Вячеслав Никотин,
начальник отдела технической поддержки

Тел. +7 495 660 02 28, доб. 227
Моб. +7 903 710 97 69 vnikotin@kocher-beck.ru



НЕ СОВПАЛО: КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?

Самые жаркие споры о цвете в типографии обычно начинаются не там, где проблема, а там, где никто заранее не договорился о правилах игры. В этой статье пойдет речь о трех неудобных вопросах до того, как искать виноватого.



Александр Руденко

Технолог предпечатной подготовки
Printing Technology Consulting



Каждая типография знает этот спектакль наизусть: звонит клиент, говорит, что «не совпало». В отделе допечатной подготовки пожимают плечами. Технолог вздыхает. Дизайнер, посмотрев на фото оттиска через iPhone в кафе под тёплой LED-лампой, уверенно сообщает, что «всё пожелтело». После этого начинается то, что в нашей отрасли называют рабочим процессом, а в любой другой сфере – переписыванием истории.

Виноват профиль. Виновата машина. Виноват препресс. Виноват дизайнер, который сам не знает, чего хочет. Иногда виновата бумага: но она-то как раз молчит и не может защищаться. В итоге, как водится, виновата типография – потому что она ближе всего и для неё дороже всего стоит чужая ошибка.

Но прежде чем включать привычный режим поиска виноватого, стоит задать **три вопроса**. Их почти не задают – настолько они кажутся очевидными. А зря: именно на этих «очевидностях» полиграфия теряет часы, нервы, бумагу, ну и деньги.

ВОПРОС ПЕРВЫЙ: ПОД КАКОЙ ЛАМПОЙ ВЫ ВООБЩЕ НА ЭТО СМОТРИТЕ?

Один и тот же оттиск под лампой накаливания выглядит теплее, под холодной офисной LED – холоднее, на прямом солнце – ярче, а под лампой из строительного гипермаркета – как повезёт. Иногда в её спектре больше дыр, чем света, но на коробке обязательно написано что-нибудь обнадёживающее.

Бумага здесь ни при чём. Краска тоже не первый подозреваемый. Так устроено зрение: оно адаптируется к освещению, а поверхность под разным светом даёт разное цветовое ощущение. ISO 3664 всё сказал за нас: D50, это около 5000 K, 1500–2000 lx для одновременного сравнения и 500–800 lx для последовательного сравнения. Нейтрально-серый фон 18% Kodak Gray. Без этих цифр разговор о цвете быстро превращается в кружок художественных впечатлений.

Спор о цвете без правильного света – это не спор о цвете. Это спор двух зрительных систем, причем каждая честно приспосабливается к своей лампе. Вы обсуждаете «небо в книге» под лампой со снятым плафоном и удивляетесь, что разговор идёт по кругу. А чему удивляться? Вы договариваетесь не об оттиске, а о том, как ваши глаза решили обмануть вас сегодня.

К условиям просмотра прилагается метамеризм: два образца совпадают под одним светом и расходятся под другим. «У меня в офисе всё совпадало». Под офисной лампой – возможно. А под D50 в просмотровой кабине – уже нет. Не потому, что кто-то обязательно схалтурил, а потому, что у красок, бумаги, экрана и ламп разные спектры. Два цвета одинаковы только относительно конкретного света. Стоит свет поменять – и мир снова становится честнее, но неприятнее.

ВОПРОС ВТОРОЙ:

ЧТО ВЫ ВООБЩЕ ИМЕЕТЕ В ВИДУ, КОГДА ГОВОРИТЕ «ЦВЕТ»?

«У нас в файле цвет задан точно». Прекрасная фраза! В файле точно задан только набор цифр. Например, C=50, M=30, Y=0, K=0. Это не цвет. Это команда устройству: нанеси такие-то количества красок при таких-то условиях. При каких именно? Бумага, краска, машина, увлажнение, толщина красочного слоя, температура, влажность, состояние резины, износ анилокса – всё то, что обычно вспоминают уже после тиража.

Цвет – это не цифра в файле. Цвет – это ощущение, которое возникает, когда модифицированный поверхностью свет попадает в глаз и обрабатывается зрительной системой. Это не лирика, а физика, точнее – колориметрия. Спектрофотометр измеряет физический стимул. CIE превращает физику в XYZ. XYZ пересчитываются в Lab – рабочий язык отрасли, на котором можно сравнивать ощущения, а не только верить в цифры, как язычники в бога дождя.

СМΥΚ и RGB – это рецепт. Lab – это вкус. Можно положить одинаковые ингредиенты на разные плиты и получить два совершенно разных блюда. С одними и теми же СМΥΚ на разных машинах происходит то же самое. Удивительно, что это до сих пор приходится повторять. Хотя нет, не удивительно. Удивительно было бы, если бы это вдруг перестали игнорировать.

ВОПРОС ТРЕТИЙ: НА ЧЕМ ВЫ ЭТО ВИДИТЕ?

Если на ненастроенном мониторе – то ни на чём. Точнее, на устройстве, которое показывает неизвестно что. Не «немного неточно», а именно «неизвестно что». Неточный инструмент можно учитывать. Неизвестный – нельзя: вы не знаете, в какую сторону он врёт, насколько и одинаково ли врёт в светах, тенях и средних тонах.

Монитор – не просто картинка с подсветкой. Это трёхстимульное устройство воспроизведения, т. е. визуальный колориметр, но наоборот. Измерительный прибор считывает стимулы, монитор их создаёт. И, как любой прибор, он требует двух процедур: калибровки и профилирования.

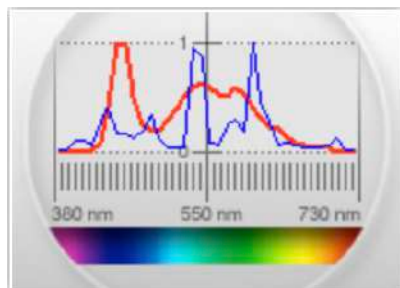
Сначала калибровка – приведение монитора к целевым параметрам:

- белая точка, для полиграфии обычно D50;
- гамма 2,2 или L*;
- яркость 80–120 кд/м² для затемнённого места.

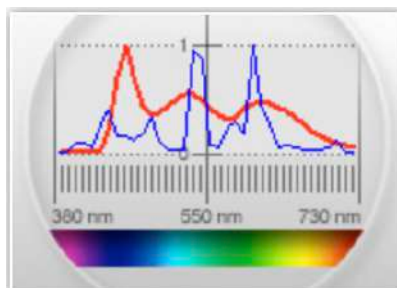
Потом профилирование – описание того, как откалиброванный монитор реально воспроизводит цвета. Эти слова любят смешивать. Напрасно. Калибровка без профилирования – это как привести машину на сервис и никому не сказать, что изменилось. Профилирование без калибровки ещё веселее: вы описали текущее состояние хаоса и передали его CMS (Color Management System – Система управления цветовоспроизведением) как производственную правду. Нужны оба шага. И именно в таком порядке.

Сценарий повторяется так часто, что его пора печатать на обороте визиток. Дизайнер готовит макет на мониторе с завышенной яркостью и холодной белой точкой 6500 К. Картинка «сочная». Файл уходит в типографию. Оттиск при D50 выглядит тусклее и желтее. Дальше хор: «типография запорол тираж», «цветопроба не совпадает», «на экране было другое». Только разговор идёт не о печати, а о том, что решения принимались по неизвестному инструменту.

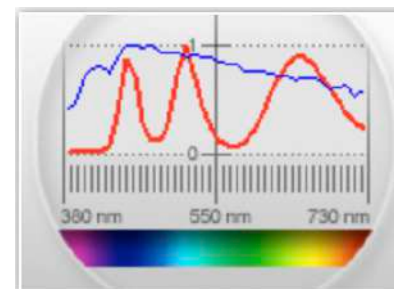
И ещё одно. Калиброванный монитор в комнате с открытым окном, тёплой лампой и белыми стенами – это монитор, которому вы мешаете быть полезным. Зрение адаптируется сразу ко всем источникам и не успевает ни к одному. Вы видите не файл, а компромисс между файлом, окном и лампой. Завтра будет другой компромисс. Потому что вчера ваши глаза ввали иначе.



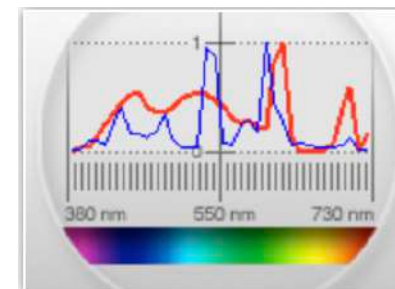
Notebook HP G6
Подсветка монитора
Люминесцентная лампа



DELL
Подсветка монитора
Люминесцентная лампа



EIZO
Подсветка монитора
Дневной свет



CRT, Mitsubishi DP2070
Подсветка монитора
Люминесцентная лампа

Красными линиями показаны спектры подсветки типичных мониторов.

В этом ряду выделяются в лучшую сторону мониторы от EIZO.

А наиболее удачным является спектр от электронно-лучевой трубки (ЭЛТ – CRT).

Синими линиями показаны спектры типичных офисных ламп.

И отдельно – равномерный спектр обычного дневного света.

ТАК ЧТО ЖЕ ДЕЛАТЬ?

Ответ простой и поэтому многим неприятный: перестать обсуждать цвет в категориях «кажется» и начать обсуждать его в категориях «измеряется».

Поставить просмотровое место с нормальным D50-освещением: не просто «лампу на 5000 К», а источник, пригодный для оценки печати по спектру и условиям просмотра. Откалибровать и отпрофилировать монитор. Убрать визуальный бедлам: белые стены, яркие постеры, тёплые лампы, окно сбоку и всё, что участвует в вашей цветовой оценке без приглашения. Объяснить клиенту, что оценка через iPhone в кафе – это разговор с собственной хроматической адаптацией.



Переносное просмотровое место с нормированным светом D50 и нормированным освещением для одновременного сравнения.

Переносное место может быть установлено в любом месте в типографии. В отделе допечатной подготовки – рядом с настроенным монитором. В отделе у менеджеров-продавцов – для разговора с заказчиком.



Световой стол

Это не превращает цех в храм и не требует ходить вокруг просмотровой кабины с кадилом. Это просто переводит разговор о цвете в инженерную задачу: параметры, допуски, методика контроля, процедура. Измерили, сравнили с эталоном, приняли решение.

«**ΔE00 = 3,2 ПРИ D50 – ЭТО УТВЕРЖДЕНИЕ, КОТОРОЕ МОЖНО ПРОВЕРИТЬ ПРИБОРОМ.**

«**НЕМНОГО КРАСНИТ» – ЭТО ВПЕЧАТЛЕНИЕ, КОТОРОЕ НЕЛЬЗЯ ПРОВЕРИТЬ НИЧЕМ, КРОМЕ ДРУГОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ. МЕЖДУ ЭТИМИ ДВУМЯ ФРАЗАМИ И ЛЕЖИТ ВСЯ РАЗНИЦА МЕЖДУ РЕМЕСЛОМ ПО ПАМЯТИ И ПРОЦЕССОМ ПОД КОНТРОЛЕМ.**

Можно жить в первом мире. В нём весело, эмоционально, каждый спор о цвете – маленькая психодрама с участием профиля, машины, дизайнера и лампы из аквариума. Особенно интересно, когда тираж уже отпечатан, а заказчик уже звонит.

Можно жить во втором мире. В нём скучнее. Там меньше героизма и меньше поводов объяснять очевидное в 11 часов вечера. Зато в нём знают, что получится. И это знание оказывается ровно тем, что заказчик хотел получить с самого начала. Просто никто его об этом не спросил.

ИСТОРИЯ ПРО МЕТАМЕРНОСТЬ ЧЕРНИЛ

Пригласил меня как-то заказчик из типографии для оценки и предварительной настройки сольвентного принтера. Причём прямо в салон к продавцу. Заказчик, он же владелец типографии, хотел убить двух зайцев. На этом принтере он хотел печатать плакаты для наружного размещения и цветопробы для самой типографии. Мои предварительные рассказы о невозможности такого решения не были приняты. Я объяснял, что сольвентные чернила настолько сильно реагируют на освещение, что не позволят оценить цветопробу на глаз. Заказчик не верил и решил всё увидеть своими глазами. Денег заплатил, так что мне не было жаль зря проведённого времени.

После настройки и проверки по контрольной шкале UGRA/FOGRA Medienkeil он начал ходить по этому салону и наблюдать разницу восприятия цвета в различных местах этого большого помещения. Таким образом, его глаза ему и показали невозможность осуществления его желания.



RUTUBE-КАНАЛ
«Весёлые истории из типографий»
с видеоисториями
из жизни технолога
предпечатной подготовки



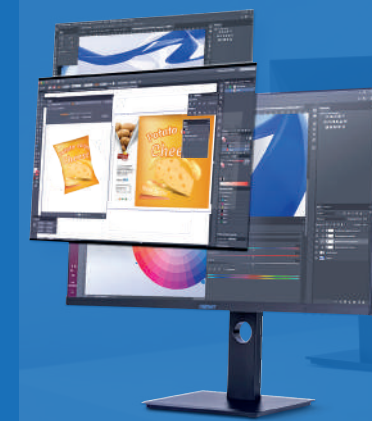
ReproPark

Производим флексоформы в короткие сроки

сопровожаем проект от дизайна до печати



1 Упаковка



2 Препресс



3 Флексоформы



4 Готовая упаковка

+7 495 788-38-05

info@repropark.ru

www.repropark.ru

СЕКРЕТЫ печатников

В полиграфии очень важно иметь под рукой удобные приборы. Хорошо, когда их можно купить и просто пользоваться. В то же время технологии не стоят на месте – еще вчера было удобно, а сегодня изобрели что-то новое и диву даешься: как можно было без этого нового прибора работать все эти годы?! Иногда приходится изобретать способ решения проблемы из подручных средств и здесь присутствует настоящий полет фантазии... Цель одна – чтобы все работало без ущерба качеству.

ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ НОВИНКИ



ЦИФРОВАЯ ЛУПА
Пожалуй, лучшая замена традиционным лупам, используемым печатниками. Больше не надо ни кланяться каждому кресту на приладке тиража, ни воздевать руки с листом к свету, чтобы рассмотреть растровые точки. Всё видно, и сохраняются изображения во встроенной памяти.
Модель – Levenhuk ERGO 30.



ЛУПА-ПРИЩЕПКА НА ТЕЛЕФОН
Цепляется на штатную камеру практически любого современного телефона и не требует установки дополнительных программ. Идеальна с точки зрения обмена фотографиями. Можно приобрести на Aliexpress или OZON.



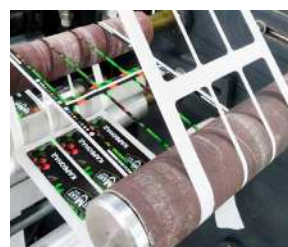
РУЧНОЙ СПЕКТРОФОТОМЕТР-СКАНЕР
Бюджетная альтернатива стандартному ручному денситометру (в народе известен также как «лягушка») – ручной сканер на базе спектрофотометра xRite i1 Pro. Он настраивается под любую ширину красочного ножа офсетной машины (шибера) и любое количество контролируемых зон.

Результаты измерения при помощи ручного спектрофотометра-сканера
В формате «больше/меньше нормы» визуализируются на экране печатника и сохраняются в базе программы для анализа качества и продуктивности работы. Меряет как триаду, так и любые пантоны, в том числе измеренные с образца заказчика.
Единственное функциональное отличие данной системы от «больших» – увеличенные поля контрольной шкалы, из-за чего полей контроля растискивания и бинаров в шкале помещается меньше, но и цена системы при этом, сопоставимая с новым китайским спектрофотометром-лягушкой, тоже гораздо ниже.
По вопросам приобретения можно обращаться к независимому технолог **Алексю Иванову** по телефону: +79859207561.

ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ НАЛИПАНИЯ

При снятии обложки на штатный игольчатый вытяжной валик могут налипать клей и остатки обложки. Поэтому опытные печатники используют подручные средства для оклейки валика.
Приведем примеры наиболее популярных.

1

Наждачная бумага (мелко- и крупнозернистая)


2

Тефлон 0,13 мм на липкой основе


3

Противоскользящая лента «Антислип»


4

Липучка для одежды


5

Силиконизированная бумага


6

Двухсторонний скотч для монтажа форм


УВАЖАЕМЫЕ ПЕЧАТНИКИ, ПОЛЬЗУЙТЕСЬ НАШИМИ ПОЛЕЗНЫМИ СОВЕТАМИ И ПРИСЫЛАЙТЕ СВОИ
ПО АДРЕСУ: GALINA@FA-PROJECT.RU

ТЕХФОРУМ KOCHER+BECK 2026



Завод Kocher+Beck в Германии



Фархад Абилов
Генеральный директор
ООО «Кохер+Бек»

– В этом году **ежегодный технический форум Kocher+Beck** проходил в городе Плицхаузен (Германия) на нашем крупнейшем заводе. В прошлом году – в городе Ленекса (Канзас, США).

Мероприятие посетило около 20 сотрудников из 5 подразделений компании. Представители из Германии, Англии, США, Польши и России вновь собрались за одним столом для обсуждения разработанных инноваций и экспертиз за последний год.



Центральное место всей встречи занимали алгоритм работы с вырубными ножами и магнитными цилиндрами, технологии их изготовления, новшества в ПО. В этом году коллеги из США внедряют ИИ в оборудование всех подразделений компании с целью проверки качества ножа в момент его производства. Это очень сложная технология, основанная на машинном обучении.

Испытание вырубных ножей с применением ИИ

Во время технического форума проходило экспертное испытание вырубных ножей, полученных из 4 подразделений компании. В результате ИИ определил лучшими по качеству именно ножи из России, что было для нас приятным сюрпризом с одной стороны и особой гордостью – с другой. Причем это был абсолютно стандартный нож, который мы случайно выбрали на производстве. На мой взгляд, это абсолютно заслуженный результат, ведь российский завод уже четыре года ведет борьбу со сложными самоклеящимися материалами, произведенными в Китае.

Моими коллегами с производства были переданы все алгоритмы и настройки оборудования в отдел ITC (International Technical Service) для более глубокого изучения внедрения во всей группе компаний. Это совместное достижение выводит производство на новый уровень.



За обсуждением



За отдыхом

Большим преимуществом нашей компании на сегодняшний день является тот факт, что мы остаемся международными. Мы получаем всю необходимую поддержку от коллег для того, чтобы наша продукция оставалась лучшей в мире.



На производстве Kocher+Beck в Германии



На техническом форуме я стал свидетелем того, как проверяют и испытывают наше новое оборудование – самую высокоточную фрезерную машину производства Kocher+Beck, предназначенную специально для изготовления вырубных ножей.

Две таких машины мы получим уже в сентябре, тем самым увеличив выпускную способность на 15%.



Я был рад в очередной раз пообщаться со своими иностранными коллегами как в стенах завода, так и за его пределами в неформальной обстановке. Очень ценю этот ежегодный обмен опытом, а также своих коллег за их радушие и профессионализм.

Kocher+Beck – это одна большая интернациональная семья

МЫ ВСЕГДА НА СВЯЗИ. КОМАНДА «КОХЕР+БЕК»

ВИНОРУС. ВИНОТЕХ-2026: что рассказали этикетки



Екатерина Янова
Креативный директор
WIZART Polygraphic



Апрельская выставка ВИНОРУС. ВИНОТЕХ-2026 в Краснодаре показала, что отечественное виноделие растёт не только технологически. Сегодня и семейные винодельни, и крупные производители понимают важность упаковки и бренда. Но не каждая этикетка говорит правду. И мы даже не о дизайне. Просто визуальный образ и характер напитка часто не совпадают.

Этикетка формирует ожидание, потому что ее вы видите до того, как попробуете вино. Каким оно будет? Если ожидание совпадает с содержимым, возникает доверие к бренду. Когда мимо – уже диссонанс. Одна и та же этикетка может отлично работать для лёгкого летнего вина, но не биться с восприятием плотного танинного. Рынок только учится этому балансу, ему необходимы время, насмотренность, опыт. Когда технологии, материал, концепция работают вместе, то и продукт воспринимается цельно. Доверяешь ему, хочешь купить снова.



ЛОКАЛЬНОСТЬ КАК ЯЗЫК БРЕНДА

То, что многие бренды используют региональную идентичность, стало интересным наблюдением выставки. На этикетках замечены казачьи мотивы, локальная флора и фауна, морская тематика. И это важный тренд. Этикетка начинает выполнять не только коммерческую, но и культурную функцию. Вы считываете происхождение или настроение продукта практически сразу.

Не южная, но локальная история на этикетке:
мезенская роспись



Флора Кубани на этикетках



Морские пасхалки



Есть путь, когда бренд использует какой-то визуальный ориентир. Это может быть что-то из личной истории или просто яркий маскот. Например, чёрная овчарка с этикеток винодельни Villa di Alma. Покупатель видит собаку и забирает с собой уже что-то знакомое. И не важно, где она прячется: среди белых, красных или розовых вин. Она узнаваема. Так формируется визуальная идентичность бренда.

Главная героиня этикеток Villa di Alma

БРЕНД НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦА

Многие производители оценивают дизайн этикетки только на свой вкус. И очень недооценивают тот факт, что потенциальных покупателей может быть гораздо больше.

Например, премиальное вино может заинтересовать и молодёжь, если подача будет современной. Простой и понятный дизайн хорошего продукта привлечёт не только опытную аудиторию, но и желающих попробовать что-то качественное.

И, конечно, важно помнить, что любой продукт стоит на полке среди конкурентов. Его должны не просто заметить, а узнать. Покупатель попробовал вино и ему понравилось? Хорошо, если он легко найдёт его снова среди множества других бутылок. Чтобы увеличить шансы на повторные покупки, нужно узнать свою аудиторию, исследовать её. Кто на самом деле покупает ваше вино? Узнаваемость станет ключевым преимуществом для покупки именно вашего продукта.

МЫ В WIZART СМОТРИМ НА БРЕНД КАК НА СИСТЕМУ, КОТОРАЯ ПОМОГАЕТ ПРОДУКТУ БЫТЬ ЗАМЕТНЫМ, ПОНЯТНЫМ И УЗНАВАЕМОМ ДЛЯ СВОЕЙ АУДИТОРИИ.

Сопровождаем проекты
любой сложности
печати и отделки
на любом материале



КЕЙСЫ И УСЛУГИ
WIZART
POLYGRAPHIC



КАНАЛ ПРО
ТЕХНОЛОГИИ И
ЭТИКЕТКИ В TELEGRAM

ОПЕКУНСТВО В ФОКУСЕ

Жили-были в Московском зоопарке кохерглав и репрорысь... Что за странные виды животных и почему о них пишут в полиграфическом журнале – узнаем из этой статьи.



ОПЕКУНСТВО В СТИЛЕ «КОХЕР+БЕК»

Знакомьтесь, наш китоглав!

Мы в «Кохер+Бек» верим, что забота о мире также важна, как и точность в производстве. Поэтому мы с гордостью сообщаем, что наша компания является официальным опекуном китоглава – одной из самых редких птиц в мире, обитающей в Московском зоопарке.

ПОЧЕМУ КИТОГЛАВ?

Мы увидели в нем удивительное сходство с философией нашей компании:

- китоглав – птица уникальная, как и особые, не имеющие аналогов, характеристики нашей продукции;

- как его мощный клюв способен выдерживать значительные нагрузки, так и наше оборудование рассчитано на длительную эксплуатацию;
- китоглав умеет адаптироваться к сложным природным условиям, а мы – к требованиям рынка, предлагая современные и быстрые решения;
- охота китоглава – пример скорости и точности, которые являются неотъемлемой частью работы компании «Кохер+Бек».

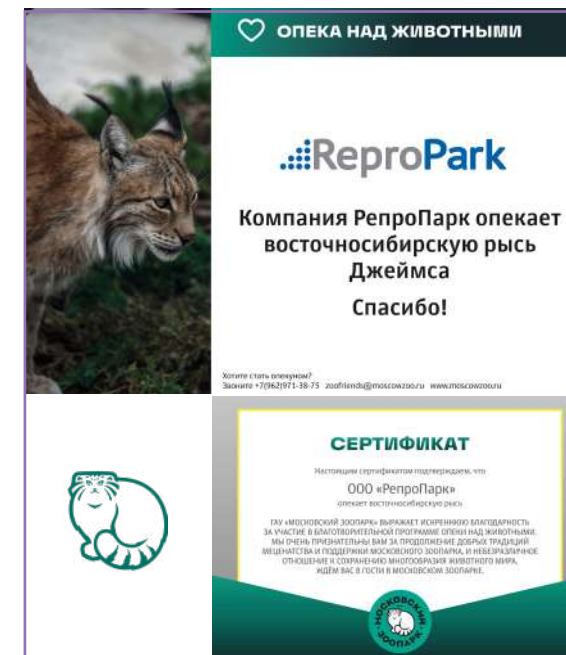
ЧЕМ МЫ ПОМОГАЕМ?

Наша опека – это не просто красивые слова. Мы регулярно поддерживаем китоглава, обеспечивая его всеми необходимыми ресурсами: от специализированного корма до ветеринарного ухода, помогая сохранять этот уязвимый вид.

Для «Кохер+Бек» опека – не просто акция, а продолжение нашей миссии по заботе о будущем. Помогать – это важно, и главное в этом деле – начать! Мы верим, что каждый из нас способен внести свой вклад. Давайте делать добро вместе!

ОПЕКУНСТВО В СТИЛЕ «РЕПРОПАРКА»

Компания «РепроПарк» официально является опекуном восточносибирской рыси по имени Джеймс. Популяция таких рысей живет в Московском зоопарке с момента его основания. Сейчас самых «северных» кошек можно увидеть на Старой территории, в экспозиции «Кошачий ряд».



Финансовая помощь опекунов используется для обеспечения питания, ветеринарного обслуживания, улучшения качества обитания в закрытой среде и для найма специалистов, необходимых для адаптации животных и др. Например, продолжительность жизни хищника около 10–15 лет в дикой природе, а под чуткой опекой сотрудников зоопарка до 20 лет. Взрослая рысь ест около полутора килограммов мяса с костями в сутки. Рысь не только дает возможность посетителям зоопарка полюбоваться собой, но и развлекается в свободное время: с этими кошками проводят тренировки, чтобы упростить заботу о них, а также дают возможность играть с игрушками.



Виталий Ковардаков
Генеральный директор
ГК «РепроПарк»

– Мы ответственно стали участниками «Клуба друзей зоопарка», потому что теперь мы оказываем питомцу помощь, проявляем заботу о его благополучном пребывании. Нам хотелось выбрать для опекунства то животное, которому именно сейчас требуется помощь. Мы узнали, что рыси в Московском зоопарке как раз не хватает опекунов, и решили, что это замечательное совпадение. Рысь очень подходит по духу и темпераменту нашей компании: ловкая

северная кошка, которая охотится и выживает в экстремальных погодных условиях. Рысь – «маленькая хозяйка» сибирской тайги – от Уральских гор до Тихого океана, она адаптируется лучше других животных. Теперь у нас есть талисман, о котором мы заботимся, получая эмоциональное удовольствие и моральное удовлетворение от вклада в природоохранную деятельность. Кроме того, важно сохранить этих животных для будущих поколений. Очень рад, что «РепроПарк» теперь будет помогать в этом Московскому зоопарку.

Традиция опекунства над животными зародилась в момент основания Московского зоопарка — в 1864 году. Сейчас такое практикуют многие зоопарки в разных странах. Опека над питомцами зоопарка – это реальная забота и самая настоящая любовь к животным.

Какие-то компании жертвуют денежные средства на благотворительность, кто-то опекает животных в зоопарках – и все это в полиграфической отрасли. Помогать – это прекрасно! Журнал «Печатные технологии»/Printing Technology восхищается такими добрыми делами и выражает благодарность и надежду, что такому благородному примеру последуют и другие!

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОХОЖДЕНИЯ ЗАКАЗА: вырубка и конгревное тиснение

Двигаемся к финалу контроля качества изготовления самоклеящейся этикетки. В этом чек-листе вырубим и вытисним этикетку и сделаем это правильно.



Скачать чек-лист

1. ВЫРУБКА

ЦЕЛЬ ТЕСТА

- Проверка совмещения вырубки с изображением.
- Проверка качества выполнения вырубки.
- Проверка повреждений на подложке от вырубного ножа.
- Определение возможности отделения этикетки от подложки.

ЧАСТОТА ПРОВЕДЕНИЯ ТЕСТА

- При запуске этикетки в тираж.
- На каждом отпечатанном срезе.
- При необходимости дополнительно во время печати, размотки, перед отгрузкой готовой продукции.

ПОДГОТОВКА ОБРАЗЦОВ ДЛЯ ТЕСТА

- Количество контролируемых образцов соответствует количеству этикеток на раппорте, умноженное на количество рядов печати.
- Тест проводится при нормальном освещении.
- Срез этикеток раскладывается на ровную поверхность стола.

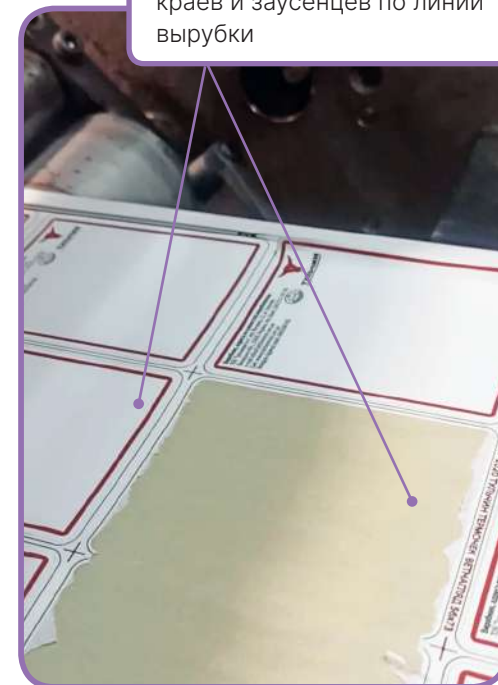
ПРОВЕДЕНИЕ ТЕСТА

1. Совмещение вырубки:
 - совмещение вырубки контролировать при помощи лупы с 4–10-кратным увеличением по ГОСТ 8309, шкала которой имеет деление 0,1 мм по расстоянию от границы вырубки до края изображения;
 - сравнение проводить с эталоном, утвержденным в установленном порядке;
 - особое внимание обращать на узкие рамки по краю этикеток.
2. Визуально осмотреть качество вырубки, отсутствие посторонних предметов.
3. Проверить повреждения на подложке:

- от полного среза отклеить все этикетки с подложки;
 - на подложку со стороны силиконизированного покрытия нанести черный маркер, растереть нетканым материалом, смоченным растворителем;
 - подложку промокнуть сухим нетканым материалом;
 - осмотреть степень повреждений подложки от вырубного ножа по степени впитывания маркера в повреждения.
4. Перегнуть срез (с ранее неотклеенными) этикетками на 180°. Слегка нажать пальцами в месте перегиба. Определить отделение этикетки от подложки.



Нетканый материал



Недопустимо наличие рваных краев и заусенцев по линии вырубки

ОЦЕНКА И ДОПУСКИ

- Допускается отклонение по совмещению вырубки не более 0,25 мм.
- По линии вырубки на краях этикетки не должно быть рваных краев и заусенцев; между этикетками не должно быть кусков облоя. На силиконизированной подложке не должно быть сильных повреждений, прорубов.
- Допускаются слабые следы от маркера по контуру вырубного ножа. Степень повреждения подложки зависит от силы впитывания растворителя в подложку. Чем ярче след от маркера на подложке, тем сильнее ее повреждение. Наиболее четкий след проверить механически на разрыв.
- Этикетка должна легко отслаиваться от подложки. Недопустимо заворачивание этикетки вместе с подложкой («неотделение» этикетки).

2. КОНГРЕВНОЕ ТИСНЕНИЕ

ЦЕЛЬ ТЕСТА

Определение качества конгревного тиснения.

ЧАСТОТА ПРОВЕДЕНИЯ ТЕСТА

- При запуске этикетки в тираж.
- На каждом отпечатанном срезе.
- При необходимости дополнительно во время печати, размотки, перед отгрузкой готовой продукции.

ПОДГОТОВКА ОБРАЗЦОВ ДЛЯ ТЕСТА

- Количество контролируемых образцов соответствует количеству этикеток на раппорте, умноженное на количество рядов печати.
- Тест проводится при нормальном освещении.

ПРОВЕДЕНИЕ ТЕСТА

- Тщательно просматривается вся область тиснения при помощи лупы с 4–10-кратным увеличением по ГОСТ 8309, шкала которой имеет деление 0,1 мм.
- Проверяется совмещение с красочным изображением (оно должно соответствовать образцу, утвержденному заказчиком).
- Проверяется наличие механических повреждений силиконизированной подложки.
- Должна быть полная проработка деталей изображения.

ОЦЕНКА

- Эталоном для сравнения является утвержденный оригинал-макет под номером текущего паспорта.

ДОПУСКИ

- Допускаются несовмещения рельефного изображения с рисунком не более 0,4 мм.



ПРИМЕЧАНИЕ

На оригинал-макете обязательно должна быть отдельно указана конфигурация конгревного тиснения.

Плоский многоуровневый конгрев на промозтикетке WIZART и «Еврофлекс»



ПЕЧАТНИКИ РОССИИ И СНГ

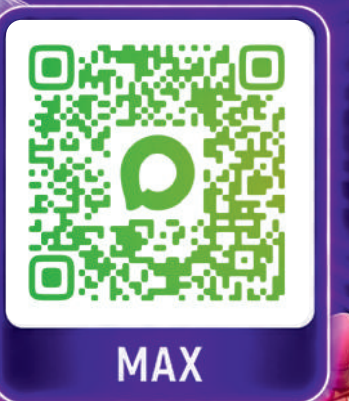
ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ГРУППА
В TELEGRAM И MAX

ВСЁ О ПОЛИГРАФИИ В ОДНОМ МЕСТЕ!

СКАНИРУЙ
И ПРИСОЕДИНЯЙСЯ!



СКАНИРУЙ
И ПРИСОЕДИНЯЙСЯ!



ОБМЕНЯЙТЕ



ПРОДАЙТЕ



КУПИТЕ



ПОДАРИТЕ



ОБСУДИТЕ



ПОМОГИТЕ

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К СООБЩЕСТВУ ПРОФЕССИОНАЛОВ!

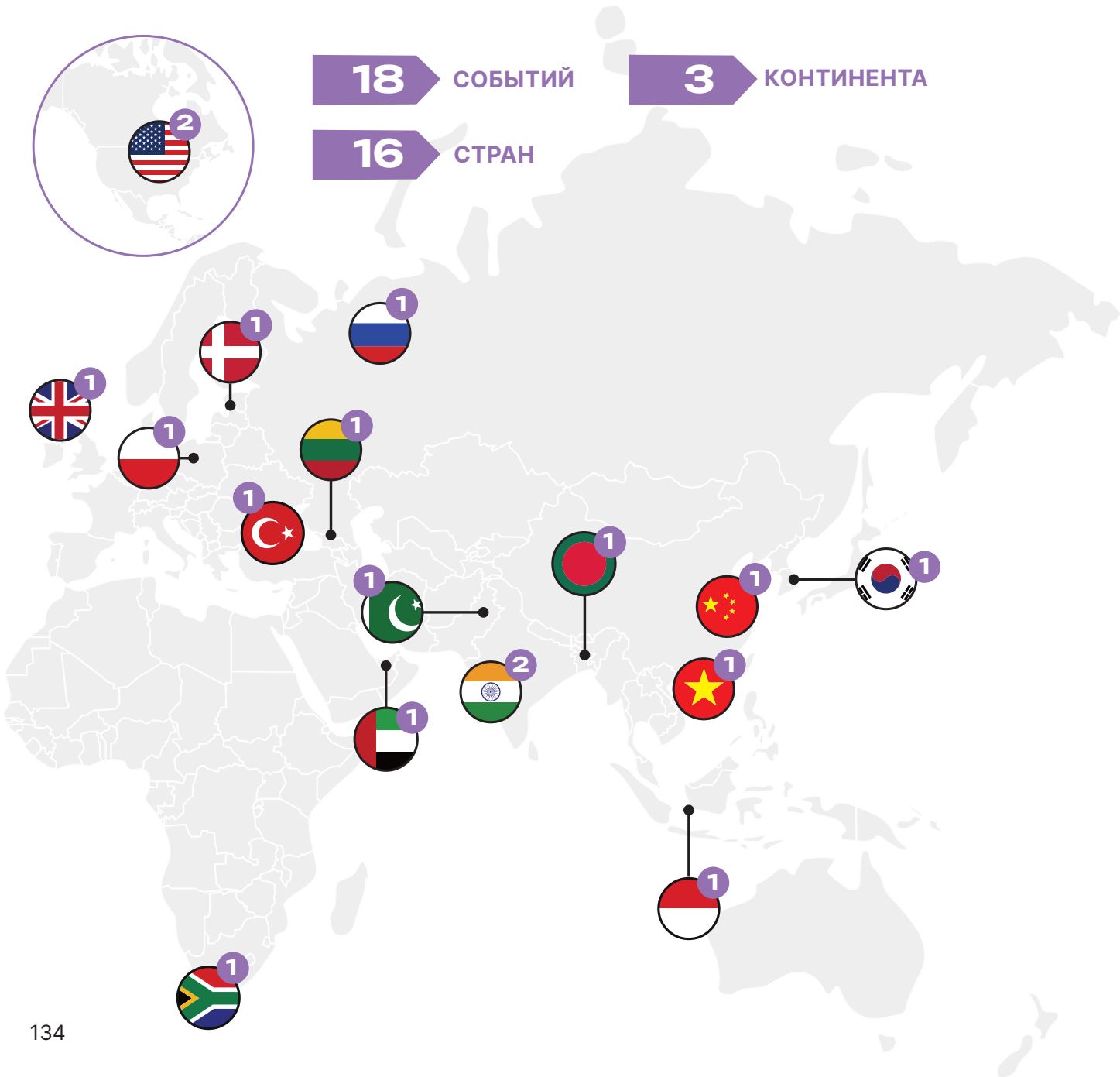
РЕКЛАМА

ЧТО? ГДЕ? КОГДА?

Скачать календарь



Анонс предстоящих мероприятий, посвященных полиграфии, 3-й квартал 2026 года



СОБЫТИЕ	ДАТЫ	МЕСТО	ОПИСАНИЕ
Июль			
Hanoi Print Pack 2026	01.07–04.07	Ханой, Вьетнам, Vietnam Exposition Center (VEC)	13-я Выставка полиграфической и упаковочной промышленности: оборудование, технологии, материалы
DIGITAL PRINTING ASIA - LAHORE 2026	03.07–05.07	Лахор, Пакистан, Expo Centre Lahore	Выставка цифровой печати. Совместно с Textile Asia и Clothing Fabric Textiles Fair
PrintExpo 2026	09.07–11.07	Ченнай, Индия, Chennai Trade Center (CTC)	16-я Международная выставка полиграфии и упаковки, технологий и графики: печать, цифровые технологии, ПО, автоматизация
Август			
K-Print Week 2026	19.08–22.08	Сеул, Южная Корея, Korea International Exhibition Center (KINTEX)	Печать (KIPES), этикетка (K-label), упаковка (K-pack), цифровая печать (K-digital print), текстильная промышленность (K-textile), производство вывесок и наружной рекламы (K-sign&ad) – все в одном месте
PackPlus 2026	20.08–22.08	Нью-Дели, Индия, Pragati Maidan	Международная и крупнейшая в Индии выставка в области упаковки, конвертинга и цепочки поставок: оборудование, материалы, сырье, услуги
F Istanbul: Food & Beverage Products and Production Technologies 2026	26.08–29.08	Стамбул, Турция, Istanbul Expo Center (IFM)	Комплексная выставка разделена на тематические разделы: продукты питания и напитки, ингредиенты для упаковки и поставщики услуг по переработке, выставка кондитерских изделий
IPSA 2026	27.08–28.08	Москва, Россия, МВЦ «Крокус Экспо», павильон 1, зал 4	41-я Международная выставка промпродукции, мерча, оборудования и технологий для рекламы: календари, канцелярская и офисная продукция, подарочная упаковка, полиграфические услуги и печать, оборудование и материалы
Word Expo of Packaging Industry Southeast Asia	27.08–29.08	Джакарта, Индонезия, Jakarta International Expo	Международная выставка упаковочной и полиграфической промышленности охватывает всю цепочку поставок – от сырья до переработки и готовой упаковки

СОБЫТИЕ	ДАТЫ	МЕСТО	ОПИСАНИЕ
Сентябрь			
Полиграфия. Издательство. Реклама Expo 2026	04.09–06.09	Ереван, Армения, СКК им. Карена Демирчяна	25-я Международная специализированная выставка проводится в рамках регионального торгово-промышленного выставочного форума АРМЕНИЯ EXPO: производство полиграфической продукции; книги, периодические издания; рекламные технологии и PR
Warsaw Print Tech Expo 2026	22.09–24.09	Варшава, Польша, Ptak Warsaw Expo	Крупнейшая выставка полиграфической отрасли в Польше: цифровая, офсетная, широкоформатная печать, 3D-печать, автоматизация печатных процессов, ПО
FESPA Africa 2026	08.09–10.09	Йоханнесбург, ЮАР, Gallagher Convention Centre	Крупнейшая в регионе специализированная выставка печатных технологий и оборудования: широкоформатная, цифровая, трафаретная, текстильная печать, наружная реклама
LOUPE Americas 2026	15.09–17.09	Чикаго, США, Donald E. Stephens Convention Center	Крупнейшая в Северной и Южной Америке специализированная выставка по печати этикеток и упаковки. Передовые технологии в области гибкой упаковки, картонных коробок, RFID, автоматизации и устойчивого развития
Digital Printing China 2026	15.09–17.09	Китай, Шанхай, Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)	Ключевое подразделение выставки SIGN CHINA – решения для струйной печати, светодиодные технологии и цифровые вывески
Sign & Print Denmark 2026	16.09–19.09	Оденсе, Дания, Odense Congress Center	Выставка наружной рекламы, полиграфии и упаковки. Офсетные и цифровые печатные машины, краски, цифровая печать упаковки, тонеры, 3D-технологии, текстильная печать и решения для этикеток
PRINTING United Expo 2026	23.09–25.09	Лас Вегас, США, NV Las Vegas Convention Center	Специализированная полиграфическая выставка, охватывающая коммерческую печать, печать на одежде, упаковку, широкоформатную печать + отдельный павильон ИИ в печати

СОБЫТИЕ	ДАТЫ	МЕСТО	ОПИСАНИЕ
Print Tech Bangladesh 2026	24.09–26.09	Дакка, Бангладеш, International Convention City Bashundhara (ICCB)	10-я Ведущая выставка инновационных печатных технологий для промышленного производства: текстильная, трафаретная, цифровая, этикеточная, сублимационная печать, отделочное оборудование, оборудование для кодирования штрихкодов, ПО
Gulf Print and Pack 2026	28.09–30.09	Дубай, ОАЭ, Dubai World Trade Centre (DWTC)	Международная специализированная выставка полиграфии и упаковки: оборудование, материалы, графический дизайн, рекламные технологии, цифровые принтеры, ПО
The Print Show 2026	29.09–01.10	Бирмингем, Великобритания, National Exhibition Centre (NEC)	Крупнейшая выставка полиграфической отрасли Великобритании. Упаковочные технологии, материалы для рекламы и визуальных коммуникаций, печать и издательская деятельность



Бизнес без подделок



Оригинальные запасные части и расходные материалы европейского производства

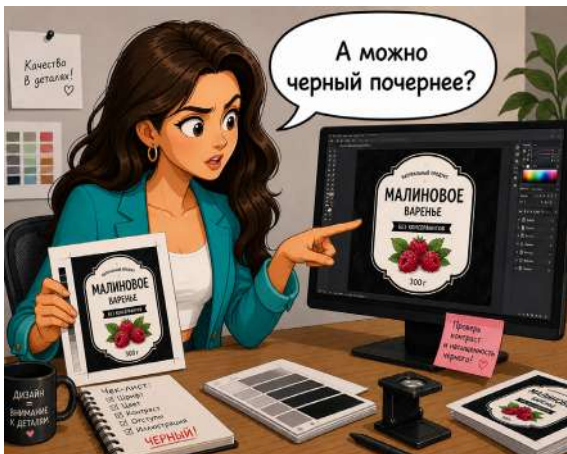
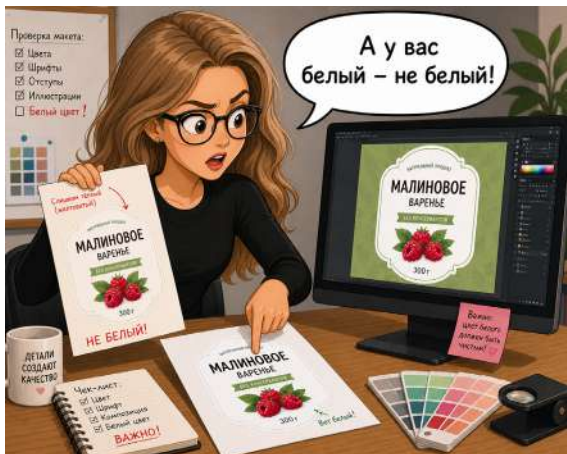


ООО «График Партс»
www.graphicparts.ru
тел. +7 926 426 3050
info@graphicparts.ru

РЕКЛАМА

МИНУТКА ЮМОРА

ФРАЗЫ КЛИЕНТОВ, УНИЧТОЖИВШИЕ
ТЫСЯЧИ НЕРВНЫХ КЛЕТОК ДИЗАЙНЕРОВ



И ПОМНИТЕ:
КЛИЕНТ ВСЕГДА ПРАВ!



ВОЗЬМИ ВИЗИТКУ

АКОПРИНТ

www.akoprint.com
+7 495 764 51 39
apr@akoprint.com



Оборудование для производства
этикетки и упаковки

АРТМАРК

www.artmark.org
+7 495 935 85 56
zakaz@artmark.ru



Самоклеющиеся
материалы, флексографские
краски

ВИП-СИСТЕМЫ

www.vipsys.ru
+7 495 165 05 05
info@viprumo.ru



Печатное оборудование,
расходные материалы,
оснастка и сервис

ГРАФИК ПАРТС

www.graphicparts.ru
+7 926 426 30 50
info@graphicparts.ru



Оригинальные запасные части
и расходные материалы
европейского производства

ИТАЛЕКО

italeco.art
+7 903 538 30 16
italeco@ya.ru



Производство, поставка
УФ-отверждаемых лаков и красок

КОХЕР+БЕК

www.kocher-beck.com
+7 495 660 02 28
verkauf@kocher-beck.com



Производство
ротационно-
вырубной оснастки

НИССА ЦЕНТРУМ

www.nissa-centre.ru
+7 495 956 77 19
nissa@nissa.ru



Решения для производства
этикетки, упаковки
и коммерческой печати

РЕПРОПАРК

www.repropark.ru
+7 495 788 38 05 info@
repropark.ru



Оснастка для флексопечати.
Весь цикл технологий подготовки
и технизации изображения

РИКО РУС

www.ricohrussia.ru
+7 495 545 58 59
contact@ricohrussia.ru



Официальный представитель
Ricoh в России.
Работаем в новых условиях

СМАРТПОЛИГРАФСЕРВИС

www.smartpoligraphservice.ru
+7 800 101 27 47
info@smartpoligraphservice.ru



Поставка оригинальных
запчастей на
полиграфическое
оборудование

СМГ ТЕХНОЛОГИЯ

www.smgtech.ru
+7 495 128 17 20
sales@smgtech.ru



Оборудование для производства
этикетки, упаковки, маркировки

ХД-РУС

www.hd-rus.ru
+7 495 995 04 90
info@hd-rus.ru



Решения для полиграфического
производства упаковки и этикетки

B2PRINT

www.b2print.ru
+7 495 150 00 40
info@b2print.ru



Оборудование и расходные
материалы для типографий

RICHARDWERK

www.richardwerk.com
+7 964 628 56 41
sales@fa-project.ru



Услуги реверс-инжиниринга

UV SERVICE

www.uvservice.ru
+7 495 626 22 78
info@uvservice.ru



Флексомашины, вспомогательное
и отделочное оборудование

ПО ВОПРОСАМ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ ПИШИТЕ НА ПОЧТУ: GALINA@FA-PROJECT.RU
ИЛИ ЗВОНИТЕ ПО ТЕЛЕФОНУ: +7 926 957 31 90

СДЕЛАНО В РОССИИ

RICHARDWERK

СИСТЕМА ПЕРЕНОСА ЭТИКЕТКИ ПО ПОДЛОЖКЕ

Re-Sticker

- РЕГУЛИРОВКА
от 1 до 15 мм
- АНТИАДГЕЗИОННОЕ
ПОКРЫТИЕ
- РАБОТА НА БОЛЬШИХ
СКОРОСТЯХ

ДОСТУПНЫЕ РАЗМЕРЫ

Re-Sticker Pro 360



Ширина 360 мм

Re-Sticker ProMax 430



Ширина 430 мм

Re-Sticker Pro S



Индивидуальные размеры

ОПИСАНИЕ

Оснастка предназначена для перемещения этикетки из исходного положения в новое по подложке.

Величина смещения свободно регулируется от 1 до 15 мм, сохраняя при этом исходное межэтикеточное расстояние.

Помогает при решении проблем, связанных с повреждением подложки, а также с выступающим клеем из-под лицевого слоя самоклеящегося материала. При этом совершенно не нарушается быстрое и устойчивое удаление облоя.

КОНТАКТЫ

8 964 628 56 41
sales@fa-project.ru
www.richardwerk.com



РЕКЛАМА



ПРОМО



ИНСТРУКЦИЯ

WORK IN PROGRESS

RICHARDWERK