

ГАРТ

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 6 ■ ДЕКАБРЬ 2000



marzan.ru

**В НОМЕРЕ:**

ШИРОКОФОРМАТНЫЕ МАШИНЫ	6
УЗКОРУЛОННЫЕ МАШИНЫ	7
КРАСКИ ДЛЯ ФЛЕКСОГРАФИИ	10
ФОТОПОЛИМЕРНЫЕ ФОРМЫ	13
САМОКЛЕЯЩИЕСЯ МАТЕРИАЛЫ	13
ЖЕНСКИЙ ВЗГЛЯД В ИНТЕРНЕТ	14
ИНТЕРНЕТ-ПЕРЕЕЗД, ВТОРАЯ СЕРИЯ	14

Судьба флексографии в России

Флексографские машины:

«узкие» и
«широкие»

Флексо и офсет: враги или союзники?

«ЭДАС ПАК»:
Мы были
первыми, кто смог
продемонстрировать
клиентам самое
высокое качество
печати упаковки
в России



**Нина
Викторовна
ШАПИНОВА**
Ассоциация
флексографской
печати России
Вице-президент

ГАРТ: Нина Викторовна, флексография — очень модная тема сегодня. Одни считают ее будущим полиграфии, другие — временным увлечением, которое скоро пройдет. А что, собственно, представляет собой этот способ? В чем его особенности?

Н.Ш.: Флексография — довольно новый способ печати, ему нет и ста лет. Однако, в «молодости» он себя скомпрометировал: все мы помним блеклые краски на картонных коробках и треугольных молочных пакетах, расплывчатые изображения на конфетных фантиках. Все это флексография, или, как ее называли раньше, анилиновая печать. Резиновые формы, жидкие краски, очень простые печатные машины.

Однако уже тогда ее достоинства были несомненными — она позволяла очень дешево печатать огромные тиражи на самых разных материалах: плен-

(Продолжение на с. 4)



**Александр
КУДРЯВЦЕВ**
«Эдас Пак»
Технический
директор

ГАРТ: Александр, расскажите, как был создан «Эдас Пак»? С чего все началось?

А.К.: В 1996 г. с нуля была создана компания, которая занялась только гибкой упаковкой. Группа российских инвесторов решила вложить деньги в производство, что было не очень характерно для того времени. Было построено новое здание и приобретен полный комплекс оборудования для печати упаковки. Надо подчеркнуть, что это была не печатная машина, стоящая посреди сарая, как часто бывает — это был полный цикл современного производства, начиная с дизайн-студии и репроцентра. Монтаж оборудования был завершен в начале 1997 г., но реально на более или менее стабильную загрузку мы вышли только к осени. Начинали мы с одной флексографской машины с шириной рулона 850 мм.

(Продолжение на с. 5)

ПОЛИОРИ

27 - 31 марта

КВЦ «Сокольники»

2001

В ЮБИЛЕЙНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МАТЕРИАЛОВ, УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ



полиграфия
издательское дело
реклама

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ «ПОЛИОРИ—2001»

- ◆ Материалы для полиграфии
- ◆ Бумага и картон, специальные сорта бумаги
- ◆ Материалы для множительной техники, принтеров, плоттеров и т.п.
- ◆ Оборудование для издательских систем и формных процессов
- ◆ Оборудование для изготовления малотиражной продукции
- ◆ Средства контроля качества
- ◆ Системы создания и распространения электронных изданий, электронные носители информации
- ◆ Шрифтовое и программное обеспечение для издательского дела и рекламы
- ◆ Программное обеспечение и компьютерные системы управления полиграфическими предприятиями, издательствами и рекламными агентствами
- ◆ Услуги полиграфические, издательские, рекламные
- ◆ Информационные услуги и информационные ресурсы
- ◆ Логистика; транспортные, складские, экспедиционные услуги
- ◆ Услуги по обучению и переподготовке персонала
- ◆ Запасные части для полиграфического оборудования, компьютерной техники, фотонаборных автоматов и пр.
- ◆ Сервисное обслуживание оборудования

Оргкомитет: тел/факс: (095) 924-6966, 924-0579; e-mail: surpress@pol.ru; http://www.print.ru

ФЛЕКСОГРАФИЯ

ГАРТ

Всемирные полиграфические новости

Ежемесячное издание для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России

Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307

Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Адрес редакции:

107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15, офис 217, издательство «Курсив»

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»

Телефон/факс: (095) 264 3708

Размещение рекламы: агентство ААГА

Подписано в печать: 26.11.2000

Отпечатано в типографии

«Холдинг-Принт»,

Москва, Паггаузное ш., д. 1

Телефон: (095) 153 3333

Заказ №

Печать офсетная. Тираж 7000 экз.

© Издательство «Курсив», 2000

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция

ответственности не несет



Мы решили сделать тематический номер, посвященный флексографской печати, и приурочить его к выставке «Упаковка-УпаковкаИталия'2000», хотя подавляющее большинство наших читателей занимается офсетными технологиями. Но мне кажется, что все полиграфисты, видя, какими высокими темпами развивается печать упаковки на флексографских машинах, не раз задумывались над тем, почему это происходит, что же такое флексография, в чем ее преимущества перед офсетом и могут ли две эти технологии совмещаться в рамках одного производства. Именно эти вопросы мы и постарались обсудить с ведущими специалистами, которые работают во флексографии.

ГАРТ № 1, посвященный цифровой печати, остается до сих пор, по отзывам читателей, одним из лучших номеров. Я неоднократно наблюдал, как очень серьезные полиграфисты с интересом читали и обсуждали именно его. Почему? Этому есть много объяснений, но самое простое заключается в том, что людей, активно работающих на рынке, не может не интересовать его судьба. Что случится через пять лет? А через десять? Друпа-2000 продемонстрировала, что будущее офсетного производства — за технологиями цифровой печати, но если для Европы

ФЛЕКСОГРАФИЯ

(ФЛЕКСОГРАФСКОЕ ПЕЧАТЬ)

Разновидность высокой печати с применением эластичных (чаще всего фотополимерных) форм и жидких быстросохнущих красок. Особенность способа — применение невысоких давлений, что делает возможной печать на самых разных по качеству материалах. Скорость печатания достигает 600 м/мин. Наиболее распространенное разрешение — 48 лин/см, однако сейчас все шире применяются линиатуры до 75 лин/см и выше. Число красок при печати упаковки и этикеток, как правило, от 6 до 12.

это перспективы буквально ближайших лет, то для российского рынка они намного более отдаленные.

Если пытаться проводить аналогии, то для традиционной офсетной типографии и флексография, и цифровая печать — технологии другие, если можно так выразиться. Я имею в виду, что это не расширение имеющегося офсетного производства. Это новые рынки, причем совершенно разные и в том, и в другом случае. Конечно, цифровая печать ближе к сердцу специалиста по офсету — этим способом производится практически та же самая продукция, но цифровые печатные машины (ЦПМ), работающие в Москве, не загружены заказами — в первую очередь потому, что заказчики не готовы пока платить за цифровые возможности. Если говорить о регионах — тем более, цифровая печать пока имеет там не самые лучшие перспективы. Связано это, в основном, с тем, что конкуренция на рынке офсетной продукции настолько велика, что даже при небольших заказах и самых низких ценах на продукцию клиенты привыкли требовать и получать отличный сервис и минимальные сроки исполнения — буквально завтра.

Организация флексографского производства требует практически таких же вложений, как покупка ЦПМ, но рынок упаковочной продукции, особенно в регионах, должен быть. Или нет? В таком крупном городе как Новосибирск есть всего одна и притом устаревшая узкорунная машина. Что это означает? Перспективный регион или полное отсутствие заказов? К сожалению, я не был в Новосибирске несколько лет и не могу дать верной оценки. Идти на рынок флексографской печати или нет, приобретать или нет оборудование — наши читатели должны, конечно, решать сами.

Я же в процессе подготовки номера открыл для себя много интересного: к примеру, деньги в этом секторе измеряются килограммами (запечатанного материала), один тираж можно печатать несколько суток, есть производители упаковки, которые потребляют в месяц несколько десятков тонн краски. Но самое удивительное — кризиса в 1998 г. не было, а был резкий рост конца 1998 и начала 1999 г.

Андрей Романов,
главный редактор



Нина Викторовна ШАПИНОВА
(Окончание. Начало на с. 1)

ках, фольге, грубых сортах картона и гофрокартона и т. д. А самое главное — многие флексографские краски можно применять для пищевой упаковки. Совокупность этих свойств и делает флексографию незаменимой для печати на упаковке и этикетках.

Развитие флексографии в Европе и США началось в 60-е годы — с ростом потребительского рынка, когда на первый план вышла рекламная функция упаковки товаров. Если качество полиграфического воспроизведения в целом за последние 30–40 лет повысилось весьма существенно, то во флексографии за 15 лет оно сделало огромный скачок. Сегодня благодаря появлению новых формных материалов и красок качество флексографии достигло качества хорошей офсетной печати. И способ продолжает развиваться.

Недавняя выставка Drupa прошла, можно сказать, под флагом флексографии: практически все ведущие производители оборудования и материалов представили свои новинки для этого способа.

ГАРТ: Можно ли привести какие-то данные о рынке в Европе и у нас?

Н.Ш.: Статистика, как сказал Бисмарк — очень большая ложь. Тем не менее: в Европе насчитывается 5500 предприятий, использующих флексографскую печать. Установлено 12 тыс. печатных машин, которые запечатывают ежегодно около 80 млн м² различных материалов. Ежегодный рост составляет 5%. По данным Европейской флексографской технической ассоциации, флексографским способом запечатывается более 25% всей упаковочной продукции. По мнению ведущих специалистов, к 2005 г. доля флексографии превысит долю офсета, как в середине 90-х гг. была отодвинута на второй план глубокая печать. Нельзя не отметить, что в США и Италии флексография успешно применяется в газетном производстве.

Россия отстает от Запада на пару десятков лет — у нас настоящий потребительский рынок только начинает развиваться. Соответственно и флексография: производство упаковки и этикеток активизировалось только после кризиса. Тем не менее, флексографские предприятия существовали и в доперестроечное время, многие успешно работают и сейчас. Некоторые из них являются частью крупных пищевых комбинатов, другие, как, напри-

мер, Московский картонажно-полиграфический комбинат, производят упаковку на заказ. По нашим данным, в России и СНГ насчитывается около 500 предприятий, использующих флексографию. К сожалению, об объемах производства можно только догадываться, но упаковка для многих всемирных брэндов уже давно производится у нас.

В последнее время ежегодно в России появляются 20–30 новых предприятий, печатающих упаковку и этикетки. Большая часть из них оснащена узкоролонными машинами, предназначенными для производства этикеток и мелкой упаковки. Значительно меньше предприятий, печатающих гибкую упаковку на широкополосных машинах. Эта техника гораздо более производительная и, соответственно, более дорогая — в несколько раз.

ГАРТ: Оборудование, конечно, импортное?

Н.Ш.: Что касается флексографского оборудования, то оно и в СССР серийно не выпускалось. Были конструкторские разработки и опытные образцы. Сейчас несколько российских фирм, в том числе «Флексопак», выпускают несложные машины для печати на картоне. Машины для печати гибкой упаковки — только импортные. Завозим и такую технику, как ламинаторы, формное оборудование (кстати, совсем не сложное). Зато есть производство вырубных штампов — на базе бывших закрытых НИИ. Есть фирма «Альфа» — производитель лазерных систем для экспонирования маскированных флексографских форм. Кстати, изготовителей аналогичных систем во всем мире можно пересчитать по пальцам. Так что кое в чем мы не позади планеты всей.

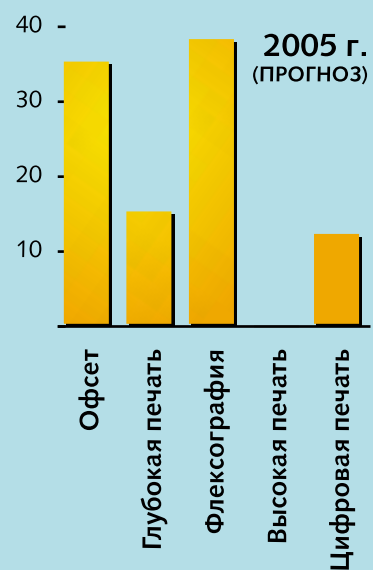
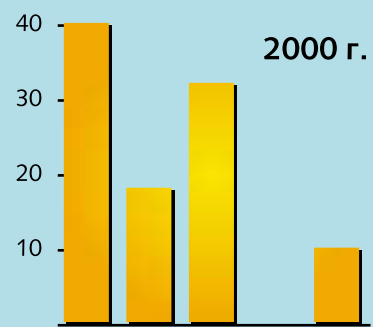
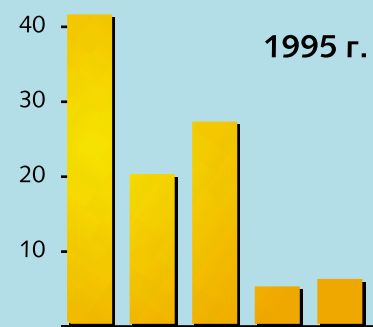
ГАРТ: Чем вызван такой интерес к производству упаковки?

Н.Ш.: Естественно, оживление рынка и рост спроса на отечественные товары влечет за собой рост производства упаковки для этих товаров. Не секрет, что мечта почти любой типографии — получить постоянный заказ на печать упаковки или этикеток. Есть примеры, когда книжные типографии приобретали специализированные узкоролонные машины для печати этикеток.

На самом деле, по моему мнению, корень этого интереса куда глубже. Подспудно почти каждый полиграфист понимает, что рано или поздно (лучше, конечно, попозже!) почти все издания — книги, журналы, газеты — уйдут в Интернет или перейдут в какую-либо виртуальную форму хранения инфор-

мации с выдачей ее по конкретному требованию. Таким образом, главным видом печатной продукции станет упаковка — пока трудно предположить, как можно ее сделать «непечатной», если можно так выразиться. Поэтому готовиться к такому повороту событий следует уже сейчас, что мы и наблюдаем на ведущих полиграфических выставках — от Drupa до «Полиграф-Интер».

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ
ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА
ГИБКОЙ УПАКОВКИ
в мире по видам печати, %%**



Александр КУДРЯВЦЕВ
(Окончание. Начало на с. 1)

Уже через год приобрели вторую — такую же. Мы были первыми, кто смог продемонстрировать клиентам самое высокое качество печати упаковки в России. Появилась возможность печатать у нас те заказы, которые печатались тогда за границей только потому, что заказчика не устраивало качество. Наша машина по тем временам была, конечно, не самой большой, но самой современной в России. Восемь красок, возможность использования тонких форм — до нас этого ни у кого не было. Другие производства в России на тот момент не соответствовали мировым стандартам по имевшемуся у них печатному оборудованию.

ГАРТ: Повлиял ли на развитие кризис 1998 г.?

А.К.: Нет. Он, может быть, еще больше укрепил наши позиции на рынке. Мы подбирали себе партнеров со стабильными объемами заказов и, что важно, объемами продаж своей продукции. В 1997 г. такими были в первую очередь всемирные брэнды, имевшие в России собственные производства.

ГАРТ: Кто Ваши заказчики?

А.К.: В первую очередь это такие компании, как Coca-Cola, Pepsi, Nestle. Важный момент: эти заказчики требуют самого высокого качества, и то, что они продолжают с нами работать, говорит о надежности и стабильности нашего производства и самом высоком качестве — всегда. Иначе они ушли бы от нас.

Не хотелось бы, чтобы у читателей сложилось впечатление, что мы печатаем только для зарубежных производителей. Среди наших клиентов очень много отечественных компаний. Например, очень хороший наш заказ-

УПАКОВОЧНЫЙ РЫНОК

Под этим термином обычно понимают всю совокупность производства и потребления средств, материалов и оборудования, используемых как в изготовлении упаковки, так и в процессах упаковывания (фасовки, розлива, заполнения, укупорки и т. д.). Здесь мы рассматриваем только ту часть этого гигантского рынка, которая имеет отношение к печати: производство этикеток, гибкой упаковки, упаковки из картона и гофрокартона.

чик — крупнейший в России Нижегородский масложировой комбинат. Из видов продукции, которые мы производим, основные — этикетки для ПЭТ-бутылок, упаковка для мороженого, всевозможная продукция из фольги.

ГАРТ: Кстати, а есть ли клиенты, которых Вы хотели бы заполучить?

А.К.: Ситуация такова, что для имеющегося оборудования у нас сейчас 100-процентная загрузка. Взять в этой ситуации нового большого клиента — значит, поменять правила, увеличить срок прохождения заказов.

ГАРТ: Задумываетесь о расширении производства? Может быть, планируете добавить глянцевую печать?

А.К.: Нет, конечно. Глубокая печать — это совершенно другая технология. Это будет не развитием существующего производства «Эдас Пак», а созданием нового: потребуются новое здание, новая инфраструктура и новые инвестиции в несколько десятков миллионов долларов. Расширение производства для нас — это приобретение следующей флексографской машины, причем большего формата.

ГАРТ: Переходим к вопросу о кадрах. Кто печатает на машинах? Квалификация печатника на флексографской машине должна быть выше, чем у офсетчика?

А.К.: У нас — да! Если рассматривать весь рынок печатной упаковки, то для многих видов работ особой квалификации не требуется. Но мы печатаем очень сложные работы, с высокими требованиями к растрасам, поэтому наш печатник — это человек, который должен думать.

Вообще, все наши специалисты нами же и выращены: мы брали на работу выпускников Университета печати и учили их. Первые печатники и технологи пришли к нам из офсета и пытались применять «офсетный» опыт в нашем производстве. Пришлось с ними расстаться. Надо, конечно, сказать спасибо инвесторам за то, что дали нам время на обучение, хотя было понятно сразу, что специалистов по флексографии нет, и их придется учить. Теперь, правда, уже ясно, что положение на рынке, которое занимает сегодня «Эдас Пак», серьезная клиентская база — все это создано благодаря работе, проделанной в первой половине 1997 г., когда мы фактически только учились, проводили эксперименты, отработывали технологию.

ГАРТ: «Эдас Пак» имеет свой собственный допечатный комплекс. Как Вы считаете, насколько его работа важна

для обеспечения высокого качества печати?

А.К.: Во флексографии допечатная подготовка оказывает огромное влияние на результат. Очень важно, чтобы человек, работая за компьютером, мог представить себе, что получится в печати, а для этого он должен иметь опыт цветоделения для флексографии. Главная проблема в том, что все программное обеспечение для допечатной подготовки ориентировано на офсет. Каждый раз нам приходится закладывать искажения, которые должны обеспечить правильное воспроизведение изображений флексографией. Практически нет возможности сделать настоящую контрактную цветопробу для флексографии. Опять все строится на опыте, и люди — очень важная составляющая производства.

ГАРТ: Александр, мы поговорили об оборудовании, кадрах. Давайте поговорим теперь о расходных материалах.

А.К.: Да, отрицать огромное влияние расходных материалов на качество продукции никто не возьмется. Мы работаем на самых лучших материалах, поэтому цены на нашу продукцию никогда не были низкими. При этом мы «не гордые» и стараемся все-таки экономить деньги. Именно по экономическим соображениям мы предпочитаем покупать все материалы напрямую у производителей в Европе и привозить их сюда самостоятельно. Это в первую очередь касается запечатываемых материалов, 95% которых у нас импортные. Формные пластины, правда, покупаем здесь. Причем — опять же по экономическим соображениям — некоторые типы у DuPont, другие — у BASF.

ГАРТ: Краски тоже возите сами?

А.К.: Да, но иногда, если возникает срочная необходимость, берем здесь. В первой половине будущего года планируем поставить у себя станцию для смешения красок, а пока пользуемся стандартными.

Станция нам нужна не для того, чтобы получать краску конкретного цвета, а чтобы иметь свой мини-завод по производству из полуфабрикатов специализированных красок для печати на различных материалах. На этом нам удастся не только серьезно сэкономить деньги, но и повысить качество продукции. Правда, не все производители красок идут на то, чтобы раскрывать свои рецептуры и поставлять полуфабрикаты клиентам. Но мы — клиент не рядовой, и рассчитываем на успех.



Райнер ПАОЛО
«Виндмеллер и Хельшер»
Генеральный менеджер по сбыту в Восточной Европе

ГАРТ: «Виндмеллер и Хельшер» — один из ведущих производителей оборудования для упаковочного рынка. Каково Ваше мнение о российском рынке? На каком этапе развития он сегодня находится?

Р.П.: Мы работаем на российском рынке более 30 лет и, без сомнения, можем отметить его подъем в настоящее время. Это, правда, нельзя назвать бумом. Столь высокими темпами рынок начал развиваться недавно, но именно благодаря этому он сейчас практически достиг уровня европейского — я имею в виду качество производимой здесь упаковки и техническое оснащение многих крупных упаковочных производств.

Если сравнить качество упаковки в Европе и США, то в Европе оно безусловно выше, а в России качество практически европейское. Если сравнивать объемы продаж нашего оборудования с



Татьяна Евгеньевна СОКОЛОВА
«Виндмеллер и Хельшер»
Глава Представительства в России

другими странами, то они пока не очень большие, в Польше, например, мы продаем больше машин. Но потенциал российского рынка очень высокий. Главная проблема — отсутствие реальных механизмов финансирования. Нам непонятно, когда правительство повернется наконец лицом к российским производителям, обеспечит им хоть какие-то льготы, без которых развивать производство практически невозможно.

ГАРТ: Проявляют ли традиционные полиграфические предприятия интерес к приобретению такого оборудования?

Т.С.: Думаю, что сложившийся рынок производства упаковки — это не полиграфисты, но интерес с их стороны постоянно ощущается. В основном обращения от региональных типографий.

ГАРТ: Узкоролонные машины для печати упаковки поставляются теми же фирмами, которые предлагают офсетные печатные машины. В какой ситуации требуются все-таки Ваши широкие машины?

Т.С.: Упомянутое Вами оборудование находится в совершенно разных весовых категориях, но мы считаем, что поставщики узкоролонных машин помогают нам, готовят рынок для наших машин. На первом этапе предприятию достаточно «узкой» машины. А когда наладятся прочные связи с потребителем упаковки и начнется серьезный рост объема заказов, уже не обойтись без нашей техники, самое главное преимущество которой — это многократно более высокая производительность. Мы предлагаем различные модели флексографских машин и машин глубокой печати с шириной рулона от 850 до 1920 мм и скоростью до 450 м/мин. Это дорогое и очень качественное оборудование для крупных производителей гибкой упаковки. Я могу сказать, что покупатель самой небольшой нашей машины при работе в три смены производит в месяц десятки тонн гибкой упаковки. За последние два с половиной года мы поставили в СНГ 27 печатных машин. Есть

ОБОРУДОВАНИЕ

очень успешный опыт, когда клиенты, начинавшие с нуля, покупали полный комплекс нашего оборудования, загружали его через непродолжительное время на 100% и приобретали вторую машину.

ГАРТ: С одной стороны, рынок упаковки развивается для снижения цены на импортные продукты и повышения конкурентоспособности отечественных, но расходные материалы все же применяются импортные?

Р.П.: Если говорить о красках, то, насколько нам известно, для наших машин применяются только импортные. Что касается запечатываемых материалов, то частично применяются российские пленки и бумага. Наши клиенты постоянно проводят эксперименты по использованию российских материалов. Я думаю, что не сразу, может быть, начиная с некоторых групп товаров, но постепенно импортные материалы будут заменяться российскими.

ГАРТ: Каковы перспективы развития флексографского оборудования?

Р.П.: Я считаю, что главное для наших клиентов — самая высокая производительность машин, и мы над этим работаем. В США и Европе уже работают несколько машин с шириной рулона 192 см и скоростью 360 м/мин при печати десятикрасочной продукции. Одним из очень перспективных технологических направлений для повышения качества печати является применение прямого привода (shaftless drive), когда в каждой секции машины используются электронно синхронизируемые отдельные двигатели, а не многочисленные зубчатые передачи от одного двигателя. Пока таких машин немного, но мы надеемся, что скоро они появятся в России.

ШИРОКОРОЛУННАЯ (КРУПНОФОРМАТНАЯ) ФЛЕКСОГРАФСКАЯ МАШИНА

Агрегат для печати, как правило, гибкой упаковки большими тиражами (партиями). Ширина ленты может достигать 3,2 м для стандартных моделей. Большая часть машин имеет планетарную конструкцию, что позволяет точно совмещать краски при печати на легко растягивающихся пленках. Работают с рулона на рулон. В состав машины часто входят секции нанесения покрытий (парафинирования, лакирования), клея и т. д.

ФЛЕКСОГРАФИЯ



Бернхард ГРОБ
Edale Limited
Управляющий директор

ГАРТ: Бернхард, насколько важен для фирмы Edale российский рынок?

Б.Г.: Мы работаем на этом рынке с 1987 г. и рассматриваем его как очень важный и перспективный. Мы не просто поставляли флексографские машины, но и занимались адаптацией машин по запросам конкретных российских заказчиков, включая такие возможности, как печать упаковки с рулона на рулон, печать на картоне и т. д.

Очень важно, на мой взгляд, что мы не просто поставляли машины, но проводили обучение, передавали клиентам наши знания. Это позволяло им не экспериментировать, а сразу начать работать. Теперь поставщики машин на российском рынке пользуются как раз тем, что флексографские производства, первые машины для которых поставляли мы, выросли, требуют нового оборудования и потребляют все больше расходных материалов.

Для нас Россия остается приоритетным рынком. Лишний раз это подтверждает недавнее открытие нашего офиса в Москве.

ГАРТ: Как Вы считаете, сегодня на рынке флексографского оборудования в России бум или это нормальное развитие?

Б.Г.: Я бы сказал, что это нормальное, но как и во всем мире, очень бурное развитие. Правда, насколько я понимаю, многие поставщики, пользуясь ситуацией, продают в Россию и СНГ дешевые машины устаревшей конструкции. Мне кажется, это не очень честно. Россия не может быть страной, куда можно сбывать устаревшее, не устраивающее весь остальной мир оборудование. Фирма Edale — не самый большой из производителей флексографских машин, но один из самых передовых. Наши машины имеют самую современную конструкцию и очень конкурентную цену.

Я думаю, что рост продаж оборудования будет и дальше продолжаться высокими темпами, но скоро потребители начнут понимать, что нельзя выбирать оборудование только по цене. Начнет выигрывать современный ди-

зайн и качество. Именно поэтому мы всегда будем расценивать российский рынок наравне с другими самыми развитыми рынками флексографского оборудования.

ГАРТ: И что может служить главными признаками современной конструкции флексографской машины?

Б.Г.: Современная машина должна работать в три смены шесть или семь дней в неделю и после года эксплуатации обеспечивать такое же совмещение цветов, как и в начале эксплуатации. Для этого конструкция машины должна включать геликоидные зубчатые передачи, станину с двумя боковыми стенками, сушильные устройства, расположенные над зонами печати. Должен быть обеспечен удобный доступ к механизмам и узлам. Кстати, я считаю, что выдвижные секции не дают ожидаемого эффекта, а их направляющие, изнашиваясь, ухудшают качество печати.

ГАРТ: Каковы, с Вашей точки зрения, сегодня отношения между флексографией и офсетом?

Б.Г.: Реально флексография начинает конкурировать с офсетной печатью по многим видам продукции, и при наличии хорошей машины основная трудность на сегодняшний день — качественная допечатная подготовка. Чем профессиональнее допечатная технология на конкретном флексографском производстве, чем больше ей уделяется внимания, тем больше шансов у такого производства потеснить на рынке своего конкурента — офсетную типографию.

ГАРТ: Что Вы можете рассказать нашим читателям о перспективных направлениях развития флексографского оборудования?

Б.Г.: На мой взгляд, перспективы — в интеграции с современными технологиями из других областей и в создании комплексов для особых видов продукции. Для одного из клиентов в Англии, которого я не могу назвать, мы сделали самую современную машину, в составе которой десять секций флексографской печати, две секции трафаретной, секция цифровой печати для в печатывания переменных данных, секции для нанесения магнитных полосок и припрессовки голограмм. На этой машине можно печатать разнообразнейшую продукцию, включая билеты мгновенной лотереи, защитные этикетки и всевозможные транспортные билеты.



Евгений КАГАН
«Анимар Графипресс»
Генеральный директор

ГАРТ: Евгений Борисович, среди оборудования, которое поставляет Ваша фирма, есть и офсетные, и флексографские машины, но начинали Вы все-таки с офсетных. Как пришли к флексо? **Е.К.:** Флексография в Советском Союзе практически не развивалась — причиной тому были социалистические принципы хозяйствования, дефицит товаров и приоритет офсета. До кризиса узкоролонная флексографская печать развивалась очень слабыми темпами. Зато развивались офсетные производства. Для большинства частных типографий основной рынок — рекламная продукция. При псевдоэкономическом буме, который наблюдался до кризиса, в таких типографиях от заказов отбоя не было, и прибыль была высокой.

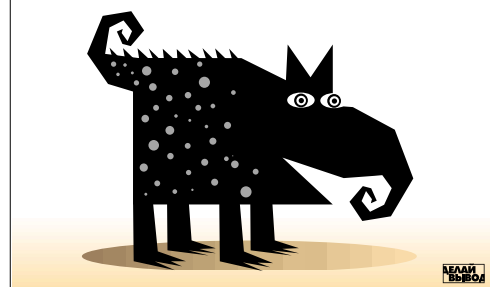
После кризиса рынок офсетных работ сильно сократился, упала прибыльность. Однако стало развиваться отечественное производство пищевых продуктов. Люди вспомнили, что наше масло ничуть не хуже, чем импортное, но покупать это масло в бумажной упаковке уже никто не хотел. А вот если оно будет хорошо упаковано, потребитель с удовольствием купит отечественный продукт. Такой момент рано или поздно должен был наступить. Предвидя это, мы в 1997 г. заключили дистрибьюторское соглашение с американской фирмой Propheteer — ведущим производителем флексографских машин. Это узкоролонные машины с шириной материала до 58 см.

ГАРТ: Ваши клиенты — в основном традиционные офсетчики. Как Вы оцениваете перспективы флексо среди них?

Е.К.: Те клиенты, о которых Вы говорите, только одна группа. Это полиграфисты, которые относятся к своему бизнесу как к очень стабильному, но приносящему все меньше доходов в связи с жесткой конкуренцией. Именно поэтому они стремятся на рынок упаковки и флексографской печати, где пока еще нет высокой конкуренции, особенно в регионах. Есть и вторая группа клиентов — частные инвесторы, которые ищут, куда вложить деньги, и часто новое флексографское произ-

ТИПОГРАФИЯ РЕПРОЦЕНТР КРИТИЦИОННИ www.prepress.ru

790 0883
790 0884
724 4491
912 9051
912 9304
912 9403



водство становится достаточно интересным для них.

ГАРТ: Ну и как, полиграфисты-офсетчики покупают флексо?

Е.К.: Да, и покупают, и интересуются — правда, больше интересуются, конечно. У офсетчиков есть определенные опасения по поводу загрузки флексографского оборудования. Есть клиенты, которые приобрели у нас офсетную машину, очень хотят купить флексо, но опасаются, будет ли удачным освоение нового рынка.

А на самом деле получается очень любопытная вещь. В любом регионе есть производители пищевых продуктов, иногда достаточно крупные, которые заказывают упаковку в Москве и даже за границей. Это серьезные деньги, которые могли бы и не уходить из региона, и руководство на местах стремится изменить ситуацию. У нас есть несколько проектов с администрациями регионов по организации общего для данного региона упаковочного производства. Кстати, когда встает вопрос о размещении такого производства, то первая мысль администрации —

поставить новую машину в существующую типографию. Так что я считаю, что офсетным типографиям на местах со временем придется осваивать флексо.

ГАРТ: Считается, что опыт работы на офсетных машинах технологу и печатнику во флексографии будет мешать?

Е.К.: Если мы говорим о регионах, то там никто и думать об этом не станет. У человека должность «печатник» — кто же будет искать кого-то другого?

ГАРТ: Какая комплектация узорулонных машин, на Ваш взгляд, перспективна для России на данном этапе?

Е.К.: Почему вообще рынок этих машин является перспективным в России? В первую очередь потому, что охватывает очень широкий диапазон заказов. Думаю, что оптимальная ширина рулона — 46 см. Я сужу об этом на примере одной из наших машин, которая работает в Москве. С одной стороны, она реально справляется с запечатыванием полутора тонн фольги в сутки, а с другой стороны, заказ и на 300 кг той же фольги является для нее рентабельным. Наш опыт говорит, что клиенты печатают, в основном, на фольге и

ГИБКАЯ УПАКОВКА

Под этим термином понимают те виды упаковки, которые изготавливают из бумаги, пленок, легких сортов картона, фольги, кашированных материалов, тканей.

пленке, а не на бумаге, где надо конкурировать с офсетом. Флексографские машины предыдущего поколения, установленные до кризиса, обычно имеют ширину рулона не больше 25 см и бедную комплектацию. Сегодня они уже не могут конкурировать на рынке.

Кроме классических флексографских машин, хорошие перспективы есть у комбинированных рулонных офсетных машин, которые могут комплектоваться дополнительными секциями, в том числе и флексографскими. Для той же этикетки это очень перспективное технологическое решение. Мы подписали недавно соглашение с американской фирмой, производящей такие машины — скорость печати у них достигает 250 м/мин.



Нина Николаевна ЕРЕМЕНКО
«Вариант»
Руководитель
отдела продаж

ГАРТ: Нина Николаевна, что происходит с рынком флексографской печати в России?

Н.Е.: Сегодня в нашей стране наблюдается общий рост производства, а это влечет за собой развитие полиграфии, и в первую очередь — флексографии. Это наблюдалось и в США, и в Европе, а сейчас мы видим это у нас. Динамика роста на сегодня в России весьма значительна, так как парк флексографских машин не очень большой, а потребность в них огромна. Очевидно, что в силу ограниченности денежных ресурсов у российского производителя, доля флексографской печати будет расти не слишком быстро, и мы вряд ли догоним в ближайшем будущем развитые страны по этому показателю. Но этот рост отражает объективные тенденции рынка, и он будет продолжаться.

ГАРТ: Как Ваш партнер-производитель флексографских машин относится к российскому рынку? Оценивается ли ситуация как бум?

Н.Е.: Любой производитель рассматривает сегодня российский рынок как очень важный и перспективный. Компания Mark Andy пришла в Россию значительно позже своих основных конку-

рентов, однако у машин этой марки большие перспективы: они отличаются надежностью, позволяют работать в три смены практически на любых материалах с минимальной переналадкой.

Бум самой флексографии сегодня в России еще не наступил — есть только бум спроса на флексографские машины, который не всегда подкреплен реальным наличием средств у потенциального покупателя.

Однако динамика роста в России в этом секторе существенно выше, чем в Европе. Опыт показывает, что развитие флексографии в каждом регионе мира следовало за подъемом производства. Это и наблюдается сейчас у нас в стране. Развитие же европейской экономики происходило более плавно, без очень резких скачков и потрясений.

ГАРТ: Какой тип флексографских машин наиболее перспективен, по Вашему мнению, для России?

Н.Е.: Наряду с ростом общего объема производства этикеток наблюдается тенденция к печати их меньшими тиражами. В этих условиях наилучшие перспективы у узорулонных флексографских машин секционного построения, так как они наиболее удобны для печати этикетки вообще и особенно в условиях частой смены тиражей. Стоимость таких машин существенно ниже, чем у хороших машин планетарного построения. К тому же научная мысль всех ведущих производителей комплектующих развивается именно в направлении узорулонных машин секционного типа. Растет, постепенно приближаясь к офсетному, качество оттисков, благодаря появлению высоколинейных анилоксовых валов и цифровых устройств изготовления форм.

ГАРТ: Как Вы считаете, совместимы ли офсет и флексография в рамках одного производства?

Н.Е.: Да, совместимы, хотя они действительно конкурируют в области печати этикеток, причем сегодня в России пальма первенства принадлежит офсету. Однако никто не мешает переходить на флексо, параллельно работая на офсете. Флексография более выгодна в производстве этикеток, так как обеспечивает высокую производительность, возможность осуществления полного технологического цикла и более низкую себестоимость продукции. В то же время нет необходимости полностью отказываться от офсетных машин, ведь на офсете пока можно получить более высокое качество печати, если того требует заказчик.

Флексография имеет существенно меньше ограничений по видам запечатываемых материалов, что позволяет владельцу флексомашины более широко охватить рынок этикетки, чем предприятию, оснащенному лишь офсетными машинами. Простота и доступность этого способа печати, приемлемая стартовая цена на оборудование, а самое главное — быстрая окупаемость вложений — все более привлекают предпринимателей, которые не имели опыта работы на офсетных машинах.

Однако узкая специализация производства в условиях России весьма рискованна, и лишь малая часть предприятий специализируется исключительно на флексографской печати. Так что флексография у нас в стране, как правило, развивается или как вспомогательное направление на базе производства упаковки, что вполне объяснимо, или как раз на базе крупных полиграфических предприятий, чье стремление укрепить свои позиции на рынке этикетки также достаточно естественно ввиду его огромной емкости и быстрой динамики. Флексография — новая и весьма перспективная ниша, и занять ее сегодня означает обеспечить стабильность предприятия на долгие годы.

УЗОРУЛОННАЯ ПЕЧАТНАЯ МАШИНА

В современном понимании агрегат, включающий до 24 печатных секций (большая часть из них флексографские, затем идут трафаретные, высокой, глубокой печати и т. д.), секции отделки (высечка, вырубка, снятие облоя, лакирование, нанесение покрытий, перфорация и др.) Как правило, узорулонные машины работают с рулона на рулон, иногда на выходе устанавливают листорезальное устройство. Применяются в производстве всех типов этикеток и мелкой упаковки (складные коробки, крышки для йогурта, упаковка из фольги для сливочного масла и т. д.) Ширина ленты условно принимается до 600 мм.

flexoplus.ru

сайт, посвященный флексографии. конференция.

заходите!



Виктор САМОЛОВ
«Акзо Нобель Инкс»
Менеджер

ГАРТ: Виктор, Ваша фирма — один из ведущих поставщиков красок на мировом рынке. Что Вы можете сказать об особенностях российского рынка?

В.С.: Если говорить о рынке в целом, то специфика его определяется тем, что флексография начала развиваться здесь с опозданием. С еще большим опозданием начало развиваться производство самоклеящихся этикеток. Еще пять лет назад их производили не больше пяти фирм. Теперь число таких производств возросло во много раз. Создается впечатление полной удовлетворенности рынка существующими мощностями флексографских производств. Тем не менее я полагаю, что новые типографии будут появляться.

Еще одной специфической особенностью российского рынка по сравнению с европейским является использование узкорулонных машин для печати, например, гибкой упаковки. Небольшая компания где-нибудь в глубинке не имеет возможности инвестировать сразу несколько миллионов долларов в широкоформатную флексомашину, поэтому приобретает узкую. Печатать на ней пытаются все, на что можно получить заказы, включая упаковку.

Другие секторы, например, флексографская печать на картоне, имели достаточно большие мощности еще во времена СССР. То есть динамика развития и объемы потребления расходных материалов в различных секторах рынка очень разные.

ГАРТ: Что можно сказать о доле рынка, принадлежащей «Акзо Нобель»?

В.С.: Всегда непросто оценивать свою компанию по отношению к другим. Можно сказать, что у нас разные доли в каждом секторе. Флексографские краски имеют очень много разновидностей — это и краски для этикеток (узкорулонные машины), для широкорулонной печати гибкой упаковки, картонной упаковки, обойных производств и др. Поэтому производители и поставщики красок, говоря о своей доле рынка, могут иметь в виду разные сектора или комбинации секторов.

На мировом рынке узкорулонная флексопечать самоклеящихся этикеток — сравнительно небольшой по

объемам потребления краски сектор. Среди присутствующих на этом рынке пяти ведущих мировых производителей «Акзо Нобель», пришедший первым на этот рынок, без сомнения, является лидером. В России мы также очень уверенно чувствуем себя на рынке красок для узкорулонных флексографских машин, имея больше 50% этого рынка, хотя в общем объеме продаж «Акзо Нобель Инкс» это составляет всего 10-15%.

ГАРТ: Потребность в самоклеящихся этикетках в России была не самая высокая. Произошло ли что-то на этом рынке в последнее время?

В.С.: Да, за последнее время этот сектор здорово шагнул вперед. Если зайти в любой магазин, например, косметики или бытовой химии, и взять в руки любой флакон, то в подавляющем большинстве случаев на нем будет самоклеящаяся этикетка, и, если товар произведен в России, то в 90% случаев этикетка напечатана на узкорулонной флексографской машине. Уже начали применяться самоклеящиеся этикетки для вина. Очень высокими темпами в связи с этим растет потребление рулонных самоклеящихся материалов.

ГАРТ: «Акзо Нобель» производит и офсетные краски. Каких красок Вы продаете больше на российском рынке — офсетных или флексо?

В.С.: Если взять объемы продаж всех типов наших флексографских красок, включая обойные, то это больше, чем объемы продаж офсетных красок. Кстати, непосредственно продажами и маркетингом наших офсетных красок занимается российская фирма Print-House, мы только помогаем ей.

ГАРТ: Как Вы считаете, могут ли офсет и флексо сосуществовать в рамках одного производства?

В.С.: Если говорить об отношениях офсета и флексо, то надо рассматривать два аспекта. Должны ли заниматься флексографией специалисты по офсету или этим должны заниматься специалисты из других областей? Я полагаю, что практики-офсетчики не всегда необходимы при организации нового флексографского производства. Главная причина в том, что производства эти очень разные и «офсетный» опыт может сослужить плохую службу. Насчет сосуществования в рамках одного производства я не берусь судить. Могу сказать, что флексография начинает вторгаться на территорию традиционного офсета — печати упаковки из картона хромэрзац. Особенно хорошие перспективы здесь у узкорулонных машин.

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Основные проблемы — хороший картон, правильно подобранные расходные материалы и отработанная технология. В особенности успешным является применение УФ-красок с добавками для уменьшения впитываемости, что обеспечивает очень насыщенные цвета.



Николай КУЗНЕЦОВ
SunChemical —
Московские
печатные краски
Руководитель
подразделения
жидких красок

ГАРТ: Николай, московский завод SunChemical — один из двух предприятий, производящих полиграфические краски в России. А какова доля жидких красок, то есть красок для флексографии и глубокой печати, в общем объеме продаж компании SunChemical в России?

Н.К.: Сейчас жидкие краски составляют около трети этого объема. Большая часть красок для флексографии — краски на базе растворителей, или на спиртовой основе. Среди упаковочных предприятий есть гиганты, потребляющие по несколько десятков тонн таких красок в месяц.

Необходимо сразу сказать, что краски на спиртовой основе мы в России продаем, но пока не производим, только начинаем к этому готовиться. Если же говорить о водных флексографских красках, то в Москве мы осуществляем так называемый «блендинг»: берем красочные концентраты, технологические лаки и некоторые добавки и по своим собственным рецептурам смешиваем их. Основа этого — красочные концентраты, базы или пасты — производятся всего на нескольких заводах SunChemical, а затем распространяются по всем остальным производствам компании в Европе. То есть в Москве мы получаем абсолютно те же самые краски, что и на любом другом заводе SunChemical, полностью отвечающие стандартам качества корпорации.

ГАРТ: Когда Московский завод начал заниматься жидкими красками?

Н.К.: Наше подразделение было создано два года назад. И начали мы с того, что пригласили на работу одного из самых крупных технических специалистов по краскам. Хочу подчеркнуть, что техническая составляющая в продаже

ФЛЕКСОГРАФИЯ

жидких красок намного больше, чем, например, в офсете. Я имею в виду, что при продажах офсетных красок самое большое значение имеет цена, а для жидких красок гораздо большее значение имеет постоянная техническая поддержка. Восемь человек в нашем подразделении занимаются технической поддержкой, а собственно продавцами — двое. Именно техническую поддержку мы рассматриваем как основной механизм приобретения новых заказчиков.

Нельзя не отметить, что у нас есть собственная лаборатория для контроля технологических процессов.

ГАРТ: Какова динамика поставок?

Н.К.: Наш объем продаж в России растет приблизительно на 50% ежегодно и через год-два жидкие краски должны сравняться по объемам с красками для офсетной печати.

ГАРТ: Ваши объемы сегодня растут за счет вытеснения конкурентов или за счет общего роста рынка упаковочной продукции?

Н.К.: В первую очередь, за счет вытеснения конкурентов. Правда, за счет роста рынка тоже, но в меньшей степе-

ни. Огромного роста рынка сегодня, конечно, нет, резкий скачок вверх произошел после кризиса, в конце 1998 — начале 1999 гг.

Если говорить о вытеснении конкурентов, то у нас очень сильные позиции в секторе водных красок. Например, по краскам для печати на гофрокартоне наша доля составляет не менее 75%. Если же взять весь рынок водных красок для печати упаковки, то нашу долю на этом рынке мы оцениваем приблизительно в 65-70%. И основная причина такого преимущества заключается в том, что наше производство находится здесь, и мы можем предложить клиентам оперативность и разумные цены.

ГАРТ: Вы, видимо, являетесь лидером на рынке водных красок. А как со спиртовыми?

Н.К.: Как я уже говорил, мы заканчиваем подготовку к производству спиртовых красок в России. Среди потребителей этих красок есть несколько типов производств, и для каждого необходимо иметь свою краску. Есть «чернушные» предприятия, которым подойдет практически любая краска, лишь бы

она имела яркий цвет и хорошую цену. В основном это мелкие заказчики. Есть также средний уровень и есть верхний, на котором находится всего десять или чуть больше производителей упаковки. Вот им-то и требуются краски самого высокого уровня.

В свое время у SunChemical не было красок для нижнего уровня, но теперь наше производство может предложить рынку именно то, что ему нужно. Для верхнего уровня мы раньше краски тоже не предлагали, а теперь успешно их поставляем. Наше самое большое преимущество состоит в том, что мы имеем краски для всех типов производств.

Для клиентов с большими объемами потребления мы также предлагаем поставку не готовых спиртовых красок, а их компонентов, рецептур и станций смешения. Клиент в этом случае может смешивать специальные краски для определенных разновидностей материалов в том количестве, которое ему необходимо для печати конкретного заказа.

БЕЗ УПАКОВКИ ГРУСТНО?

MARK ANDY всегда на шаг впереди конкурентов. Сегодня каждая третья установленная флексографская машина в мире — Mark Andy. С момента выпуска первой модели в 1950 году по сегодняшний день машины Mark Andy задают стандарт качества печати и надежности.

ФЛЕКСОГРАФСКИЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ MARK ANDY:

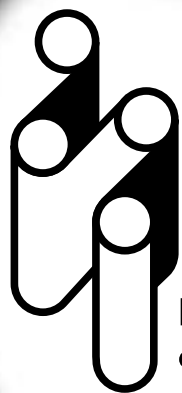
- Максимально жесткая конструкция с двойной станиной
- Высокоточное изготовление модулей и деталей по 2-микронной технологии
- Специальная конструкция пресса, обеспечивающая простоту и оперативность подключения дополнительных секций на месте эксплуатации
- Стабильно высокое качество печати в течение многих лет эксплуатации
- Революционная система быстрой смены красочного аппарата
- Беспрецедентно широкий диапазон запечатываемых материалов толщиной от 10 мкм до 0,6 мм

	MA830	MA2200	SCOUT	MA4150, MA4200
Макс. ширина рулона, мм	178/256	178/256/330/432	254	254/406/508
Макс. диаметр рулона на размотке, мм	457	1016	1016	1016
Макс. диаметр рулона на намотке, мм	457	762	660	762/1016
Количество печатных секций	3+1(опция)	до 12	до 8	до 14
Шаг печати, мм	140-381	140-610	108-381	140-610
Количество секций высечки	3	3	2	3
Скорость печати с ротационной высечкой, м/мин	9-90	15-154	15-154	15-154
Скорость печати с плоской высечкой, м/мин	15-90	15-90	15-92	15-90
Компьютерная система управления				CIMTROL (для MA4200)

♦ Фотонаборные автоматы ECRM ♦ Проявочные процессоры и контактно-копирующие рамы POLIGRAPH, IMAF, GLUNZ&JENSEN ♦ Листовые офсетные печатные машины RYOBI, MITSUBISHI ♦ Рулонные офсетные печатные машины ORIENT ♦ Листоподборочные комплексы WATKISS ♦ Модульные фальцевальные машины EUROFOLD ♦ Оборудование для бесцветного скрепления EUROTECNICA ♦ Проволокошвейные машины BOSTITCH ♦ Бумагорезальное оборудование SCHNEIDER SENATOR ♦ Рулонные машины для флексографской печати MARK ANDY ♦ Прессы для тиснения и высечки KLUGE ♦ Фальцевально-склеивающие линии MOLL

117574 Москва,
Новоосеневский пр-т, 6
Тел.: (095) 339 0033
(095) 424 4755
Факс: (095) 339 1544
E-mail: info@variant.ru

www.variant.ru
САМАЯ
ПОСЛЕДНЯЯ
ИНФОРМАЦИЯ



Ассоциация
флексографской
печати

Russian Association
of Flexography

Некоммерческая российская Ассоциация флексографской печати

объединяет всех,
кто заинтересован в развитии
флексографии и повышении
конкурентоспособности
российской печатной
продукции

Цели и задачи

Ассоциации флексографской печати

- содействие расширению использования флексографской печати для производства высококачественной продукции
- оперативная информация о современной технике, технологии и научных разработках
- проведение научных исследований, направленных на развитие технологии и повышение качества флексографской печати
- организация семинаров, конференций, учебных курсов
- издание специальной литературы, справочников, периодики по флексографской печати и смежным областям
- организация и проведение обучения и стажировки специалистов за рубежом
- консультации и техническая помощь предприятиям

**Приглашаем всех,
кто заинтересован в развитии
флексографии, вступить в члены
некоммерческой российской
Ассоциации флексографской печати.
Среди членов ассоциации — ведущие
производители печатной упаковки,
красок, материалов**

107140, Москва,
В. Красносельская, 15,
**Ассоциация
флексографской
печати**
тел/факс:
(095) 264 3175
264 3708
e-mail:
assocflex@kursiv.ru

ФЛЕКСОГРАФИЯ



**Владимир
АКСЕНОВ**
«Тампомеханика»
Директор

ГАРТ: Владимир, Вы поставляете на российский рынок фотополимерные пластины BASF. Это очень крупный производитель. Как Вам с ним работается?

В.А.: Нас все устраивает, и главное то, что качество производимых материалов самое высокое, и мы продаем их совершенно уверенно. Мы поставляем пластины для флексографии, высокой и тампонной печати, для лакировальных секций, но объемы продаж флексографских материалов, конечно, самые большие. Кроме того, у нас есть формное производство. Многие фирмы, найдя ресурсы на приобретение печатной техники, не всегда могут позволить себе приобретение допечатного оборудования. Для таких фирм мы и предлагаем услуги по изготовлению форм.

ГАРТ: Можете ли Вы оценить весь рынок фотополимерных формных пластин для флексографии?

В.А.: Можно сказать, что это несколько десятков тысяч кв. метров в год. На рынке работают несколько производителей. И каждый из них предлагает клиентам сервис, качество продукции, а также решение технологических проблем. С тем, у кого это получается лучше, клиенты и предпочитают работать дальше. Исторически самую большую долю рынка имела фирма DuPont. «Тампомеханика» начала продавать пластины BASF в 1997 г., и я считаю, работаем мы успешно. Объемы продаж растут достаточно быстро, и сейчас нам принадлежит не менее 30% российского рынка, но мы ставим для себя задачу довести долю BASF до 50%.

ГАРТ: Как развивается российский рынок флексографской печати?

В.А.: Мы проводим маркетинговое исследование рынка, но оно пока еще не завершено, поэтому я воздержусь от приведения конкретных цифр. Бесспорно, рынок растет высокими темпами. Кстати, по оценкам фирмы BASF, темпы роста российского рынка сохраняются высокими и дальше в отличие, например, от европейского рынка, рост которого замедлится. Лично я считаю, что на российском рынке упаковки все еще присутствует неудовлетворенный спрос, и будут появляться новые производства.

ГАРТ: То есть перспективы работы на этом рынке очень хорошие?

В.А.: Да! Причем рынок растет как за счет увеличения потребления расходных материалов существующими производствами, так и за счет появления новых. Нас не может не радовать то, что многие новые производства сразу вводят очень высокую технологическую культуру. Не секрет, что во флексографии нет общепринятых стандартов, как в офсете, несмотря на то, что флексография не такая уж и новая технология. Поэтому именно культура производства на каждом технологическом этапе может обеспечить качество продукции. Потребление расходных материалов на таких производствах растет самыми высокими темпами, и это внушает оптимизм.



**Елена
ЗЛОДЕЕВА**
«Александр Браун»
Менеджер

ГАРТ: Елена, Ваша фирма давно и, нам кажется, успешно продает предназначенную для полиграфии бумагу и листовые самоклеящиеся материалы, а в начале этого года Вы начали работать на рынке рулонных самоклеящихся материалов, установив у себя оборудование для резки рулонов. Кто был инициатором этого, вы или Raflatac?

Е.З.: Инициатором была фирма Raflatac, которая еще до кризиса собиралась организовать здесь производство по резке рулонов, но осуществить планы удалось только в этом году. Естественное решение, учитывая то, что два конкурирующих производителя материалов уже имеют в России такие производства. Из трех своих дистрибьюторов, работающих с листовыми самоклеящимися материалами, Raflatac выбрал именно нас.

ГАРТ: На многих флексографских производствах есть оборудование для резки рулонов, хотя не такое серьезное, как у Вас. В чем преимущества для клиента?

Е.З.: Первое — это качество резки. Оно у нас такое же, как на фабрике в Финляндии, и финские специалисты периодически контролируют работу оборудования. Второе — это оперативность. Клиенты приходят в типографию с очень разнообразными заказами, и возможность быстро получить под за-

каз рулон конкретной ширины и длины — это прямой путь к снижению себестоимости продукции, это в-третьих. Подавляющее большинство клиентов, работавших с Raflatac по рулонным материалам, теперь сотрудничают с нами. Кроме, может быть, самых крупных производителей этикетки и тех, кто использует специальные материалы.

ГАРТ: Хотелось бы понять, изменилась ли цена на материалы после того, как Вы начали нарезать рулоны здесь.

Е.З.: Цена осталась такой же, как и в случае заказа из Финляндии.

ГАРТ: А вообще цены на самоклеящиеся материалы упали за последние годы?

Е.З.: Да, цены на самоклеящиеся материалы существенно снизились, тут сказалась, видимо, конкуренция между работающими на рынке производителями. Появляются время от времени откровенно низкокачественные материалы, например, восточно-европейских производителей. Но кроме того, рынок самоклеящейся этикетки, на наш взгляд, растет не такими высокими темпами, как ожидалось. Существует избыток флексографских мощностей, который приводит к сильному давлению на нас — поставщиков бумаги — со стороны типографий с целью понизить цены. О конкуренции на рынке печати самоклеящейся этикетки можно судить по тому, что даже в Красноярске клиент, пришедший в типографию, требует напечатать тираж за сутки, в противном случае он уйдет к конкурентам.

ГАРТ: Каково соотношение объема продаж самоклеящихся материалов и офсетных бумаг в обороте фирмы «Александр Браун»? Как вы оцениваете свои позиции на рынке самоклеящейся бумаги?

Е.З.: По офсетным бумагам оборот, конечно, больше. Листовыми самоклеящимися материалами мы занимаемся уже несколько лет, этот рынок известен, и мы имеем достаточно большую его долю. Я полагаю, что доля листовой самоклеящейся бумаги фирмы Raflatac на российском рынке составляет 70–80%; торгуют этими материалами три фирмы — члены Союза бумажных оптовиков (СБО). По данным СБО, среди этих трех фирм по продажам самоклеящейся бумаги в первой половине года лидировали мы. Но все три дистрибьютора Raflatac относятся к этому рынку очень серьезно.

Раньше мы продавали совсем небольшие объемы рулонов. То, что мы начали резку здесь, позволило нам увеличить объемы продаж во много раз, но для конкретных цифр время пока еще не пришло. Надо хотя бы год поработать.



**Нина
Викторовна
ШАПИНОВА**
Журнал
«Флексо Плюс»
Главный редактор

ЖЕНСКИЙ ВЗГЛЯД В ИНТЕРНЕТ

Сразу должна сказать, что я не поклонница Интернета, как и всего виртуального в жизни. Реальность дана нам, как известно, в ощущениях, и их должно быть по возможности больше — иначе теряется смысл существования в реальной действительности. Тем не менее, Интернетом мне приходится пользоваться по роду моей работы довольно часто, и не могу сказать, что делаю я это с удовольствием. Особенно неприятно бывает видеть полное пренебрежение нормами русской орфографии и стиля на большей части русскоязычных сайтов. Я уж не говорю о пунктуации — знаки препинания часто отсутствуют вообще или ставятся по рекомендации О. Бендера: «перед что, как и потому что».

А уж делать покупки через Интернет — заведомо приобретатькота в мешке. Товар нельзя ни рассмотреть, ни пощупать, ни понюхать. На мой взгляд, покупать через Интернет можно только в самых крайних случаях. И такой случай наступил.

Собираясь в отпуск, я планировала на досуге почитать всласть тексты, ни в коем случае не связанные с полиграфией или упаковкой. Я отнюдь не причисляю себя к рафинированным интеллигентам, но когда-то мне доставляло большое удовольствие следить за литературными новинками. С тех пор жизнь очень изменилась, и времени для просто чтения — не с целью редактирования и подписания номера в печать — стало значительно меньше. Не удается прочитывать даже букеровских лауреатов, а это уж никуда не годится. В Москве несколько хороших книжных магазинов, и я надеялась перед отпуском закупить в одном из них хороших книг — сколько смогу унести. Но навалилось столько дел, что к вечеру четверга (а в субботу утром самолет) стало ясно, что в магазин никак не успеть (круглосуточных среди них пока нет). Коллеги подсказали — ступай в Интернет, тебе все принесут когда захочешь!

И я отправилась по двум сообщенным мне адресам. Правда, на деле оба эти адреса привели на один сайт, но это мелочи. Дизайн, организация, логика построения — все очень импонировало. Ну наконец-то, подумала я, и в Интернете появились культурные люди, у которых даже со знаками препинания все в порядке. Толковые аннотации, хороший подбор цитат. Что-то есть в этом сайте от хорошей библиотеки, что-то — от книжного магазинчика с доброжелательным продавцом. Где же найти букеровских лауреатов? Наиболее подходящим показался раздел «Бестселлер» — но оказалось, что лучше всего даже через Интернет продаются триллеры, блокбастеры и сочинения писателей «килобайтников» (К — увы, современная единица измерения прозы). Иду дальше: раздел «100 лучших книг». Уж здесь-то лауреаты точно должны быть! Но кроме «Штурмфогелей» и килобайтной фантастики из предыдущего раздела там оказался только «Понедельник начинается в субботу» Стругацких и несколько других их романов — но все сколько-нибудь приемлемое давно и не раз прочитано! Куда же еще пойти? Вот раздел «Художественная проза XX века — Культовый роман»! Ура! Кажется, это та самая заветная полка! Какие книги — «Имя розы» Умберто Эко, «Улисс» Джеймса Джойса, Пелевин в трех томах! Каким-то непонятным образом, правда, среди них оказались «Легенды Невского проспекта» М. Веллера. Пролистала список до конца. Ни одного из имен букеровских и даже антибукеровских лауреатов не оказалось. Ну что же, есть и другие хорошие книги. Закажу-ка я нечитанный роман У. Эко. Прекрасный язык, сюжеты, интеллект. Оформляю покупку. И тут — как обухом по голове: доставка курьером по Москве в течение трех суток после формирования заказа! Слово-то какое иезуитское! То есть состоящее из шести (!) ступеней и тщательно выполненное мною оформление — это не то, есть еще некое недоступное влиянию формирование! И не указан ни телефон, ни электронная почта, по которым можно было бы выяснить, возможна ли доставка на следующий день. Но коллеги меня утешили: не волнуйся, отправь заказ, и тебе из Интернет-магазина позвонят сами. Отнюдь. Ни в этот день, ни на следующий никто не позвонил. Заказ пришлось отменить. А в отпуске я читала то, что удалось купить в аэропортовском киоске — того же псевдокультового М. Веллера...

ИНТЕРНЕТ

ИНТЕРНЕТ-ПЕРЕЕЗД, ВТОРАЯ СЕРИЯ

Я уже сообщал читателями об окончании проблем интернет-переезда, но радость моя оказалась преждевременной. Технические проблемы разрешились удачно, а вот остальные остались.

Известно, что работа с Интернетом имеет огромный недостаток — нужно платить деньги провайдеру (если, конечно, речь не идет о профессиональных халявщиках). В нашем случае платить нужно столько, сколько наработали. А чтобы знать, сколько наработали, нужно получить счет, и счет этот нужно оплатить очень-очень быстро, пока провайдер не отключил доступ или не потерял ваш web-сервер. А счет провайдер отправляет по факсу или по почте (притом вовсе не электронной).

К чему я все это? Да к тому, что факс отправляется по конкретному номеру, почта — по конкретному почтовому адресу, а этот номер и адрес хранятся у провайдера за семью печатями в самом потайном месте — базе данных. Их туда как записали при заключении договора, так там и хранят, оберегая от всяких посягательств. Читать их из базы можно, а вот изменить — никогда. И вот шлют наши счета как бы нам по факсу, которого давно уже нет, и по почте, где тоже не знаю, что с ними такими делать.

То есть нам-то казалось, что проблема пустяковая — в нашем договоре с провайдером есть пункт о том, что если мы переехали, то мы информируем сотрудников провайдера, с которыми мы контактируем, о своем новом номере факса и почтовом адресе, а они (по логике) начинают пользоваться новыми данными — иначе зачем бы им эта информация? Но никак не добраться злым буржуинам-абонентам до военной тайны (базы) Кибальчиша-провайдера, никак не заменить им проверенный старый адрес на сомнительный новый.

И кончилось бы все это для нас полной отключкой (от Интернета), если бы не нашли мы у провайдера Мальчиша Плохиша в лице главного коммерсанта, который темной ночью повелел своим тайным агентам подменить информацию в базе данных. И рухнула тут все оборона Кибальчиша-провайдера, и обманном путем потекли на наш буржуинский новый номер реки факсов со счетами, и стали мы их оплачивать с утра до ночи, и все стало хорошо в нашем буржуинстве, а Плохиш стал получать ежемесячно бочку варенья и корзину печенья в виде абонентской платы.

Константин Игнатов,
издательство «Курсив»

ГОЛЛАНДСКИЕ КОРОЛЕВСКИЕ ФАБРИКИ



- краски и лаки для флексографской и глубокой печати
- офсетные краски и лаки
- универсальный UV-лак для офсетной, глубокой и флексографской печати

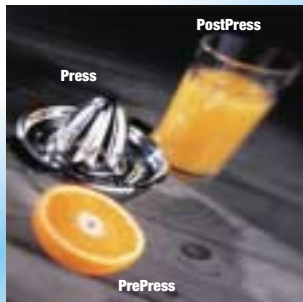
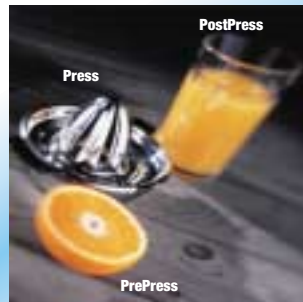
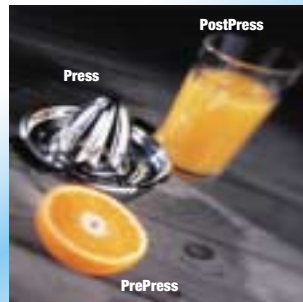
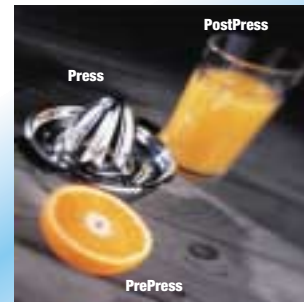
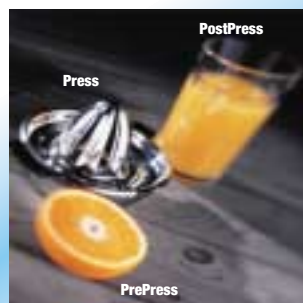
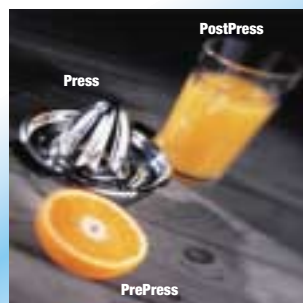


www.yam.ru

YAM
YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ 57
ТЕЛ: (095) 234 9000, 332 6420
EMAIL: INFO@YAM.RU

КИЕВ, КОСИОРА 33/30
ТЕЛ: (044) 216 4455, 221 8178

HEIDELBERG**gallus****HEIDELBERG****gallus****HEIDELBERG****gallus****HEIDELBERG****gallus****HEIDELBERG****arsoma****HEIDELBERG****arsoma****HEIDELBERG****arsoma****HEIDELBERG****arsoma**

Решительный шаг в мир этикетки и упаковки



Мы предлагаем Вам узкорулонные печатные машины и печатно-отделочные линии для изготовления этикеток, акцизных марок и упаковки от фирмы Gallus, машины офсетной, высокой и комбинированной печати этой же фирмы. Также Вы можете приобрести флексографские и комбинированные печатные машины Arsoma. Для максимального удобства работы возможна дополнительная установка секций ротационной трафаретной печати, тиснения, высечки, лакирования, переворота полотна и множества других опций.

Реализуя стратегию единого поставщика, мы предлагаем Вам расходные материалы, сервисное гарантийное и послегарантийное обслуживание печатной техники Gallus.

Heidelberg**Московское представительство**

127550 Москва, ул. Прянишникова, 2а

тел.: (095) 742-34-53

742-34-54

факс: (095) 742-34-56

E-mail: ashot.akopov@ru.heidelberg.com**HEIDELBERG**