



там ниже, чем в Москве или в Киеве, а организация надежного канала связи не является проблемой. Опыт показал, что даже при хорошо организованном сайте без «голосового» сопровождения заказов система все равно нормально не работает».

Решения от Xerox

Помимо активного участия в дискуссии, посвященной Web-to-Print, господин Мокhin также выступил с докладом «Бизнес цифровой печати с точки зрения Xerox», который открыл читателю одного из управленцев: «Полиграфия — не спорт, это бизнес». Как и в любом другом бизнесе, связанном с производством, здесь есть разные пути развития, которые Мокhin условно разделил на четыре категории. Первый путь — «Больше работ» — базируется на производственном аспекте: парке оборудования, средствах автоматизации, росте объемов. Второй — «Сокращение издержек» — предполагает оптимизацию производственных мощностей, кооперацию и аутсорсинг с целью роста прибыльности. К третьей категории относится «Наращивание бизнеса» — стратегия базируется на открытии новых рынков и привлечении новых клиентов, планировании, ориентации на конкурентные преимущества компании. При подходе «Удовлетворе-

ние клиентов» типография сосредоточена на организации «ВСЕГО» для существующих клиентов (качество, сроки, дополнительные услуги) и стратегическом партнерстве. В то же время спикер отметил, что «единственного и неделимого пути развития не существует».

«Невозможных вещей не бывает. Нужны лишь прямые руки и светлая голова!», — на этой оптимистичной ноте Дмитрий Мокhin передал эстафету коллеге по цеху — продакт-менеджеру компании Xerox EuraAsia Георгию Дудникову, который выступил с докладом «Новые возможности лазерной печати со специальными материалами Xerox». В частности, специалист представил уникальный материал — синтетическую бумагу Premium Never Tear, производимую из белой непрозрачной полиэстровой пленки. Материал имеет хорошую жесткость, термоустойчив (подходит для применения в лазерных принтерах) и стабилен в размерах. Двусторонне направленная структура NeverTear также обеспечивает очень высокую прочность на разрыв. На ощупь матовое покрытие ощущается как обычная бумага, причем по нему можно писать и ручкой, и карандашом. Чудо-материал устойчив к УФ-излучению (не желтеет), различным погодным условиям, грязи: ему не страшны алкоголь, брыз-

ги бензина, моторных масел или пищевых приправ и т. д. Он успешно используется для производства технических мануалов для буровых, нервущихся каталогов для посетителей ритейлов, бровок на растения. Работники сегмента HoReCa отметили практичность бумаги Premium Never Tear для печати справочников и меню для отелей. Покрытие на водной основе является экологичной альтернативой все менее воспринимаемым в Европе сольвентным материалам. Данный материал разработан компанией Xerox, поэтому оптимально подходит для печати на лазерных устройствах именно этого производителя.

Еще один интересный продукт — матовые синтетические наклейки на основе DuraPaper, которые также влагостойки и устойчивы к химически агрессивным средам (маслам, морской воде и др.). Такая полиграфическая продукция не выгорает на солнце и долго сохраняет цвет. Рабочий диапазон температур — от -30 °C до +80 °C (минимальная температура при наклеивании — не ниже -25 °C).

Наклейки Laser Window Graphics на белой и прозрачной основах выгодны тем, что прилипают за счет статики, поэтому поверхность не требует зачистки от клеевого слоя после снятия наклейки.

В ассортименте Xerox также представлена самокопирующая бумага Premium Digital Carbonless. Как сказал докладчик, это идеальное решение для оперативного создания многостраничных форм и бланков с цветным изображением и переменными данными на любом лазерном оборудовании. Производители фотокниг постоянно сталкиваются с такой проблемой, как «волна» при брошюровке обычных листов, в результате чего часть изображения «уходит» в шов. С фотобумагой EverFlat на основе материала Xerox Colotech Silk плотностью 220 г/м² каждая страница будет лежать идеально ровно. Она позволяет без проблем печатать панорамные изображения на разворот и сшивается как обычная бумага.

Вниманию публики также презентовались креативные материалы DigiBoard и CreateRange. Xerox DigiBoard — это листы упаковочного картона формата SRA3 и плотностью 210 г/м², предварительно конвертированные (частично перфорированные или с надсечками). Линии перфорации и надсечки на листах нанесены таким образом, чтобы поверхность оставалась плоской — для обеспечения идеального качества печати. Запечатанный материал достаточно обрезать по меткам или перфорированным линиям, чтобы получить конечный продукт. Xerox DigiBoard — идеальное решение для производства маркетинговой продукции короткими (от 1 копии!) тиражами: обложек для CD, папок, коробок для визиток, подарочных упаковок. Линейка Xerox CreateRange включает готовые изделия из полипропилена с бумажными вставками: пакеты различных размеров, пакеты формата A4, коврики для мыши. Все продукты можно использовать снова и снова: достаточно просто заменить старую вкладку на новую. Ассортимент Xerox Create — идеальное решение для создания привлекающих внимание материалов в поддержку мероприятий, выставок, маркетинговых кампаний.

Есть предложение!

Двигаться вперед и генерировать новые бизнес-идеи хотят и в Ассоциации цифровой печати Украины (АЦПУ). Ее идеологи — Сергей Водопьянов, директор по развитию типографии комплексных решений «Абрис-Принт», и Тарас Богатырев, директор компании «Печатин», — анонсировали на форуме создание и цели Ассоциации и пригласили единомышленников в свои ряды. Миссией данного союза является совместная координация и гармонизация деятельности провайдеров полиграфических услуг Украины. Основные задачи — обмен опытом между членами Ассоциации, техническая и информационная помощь. Всестороннее взаимодействие между членами АЦПУ предполагает реализацию общих проектов, внедрение единых стандартов для провайдеров полиграфических услуг, участие в разработке законопроектов и других нормативно-правовых актов в сфере полиграфического производства и смежных областях. В качестве перспективных сфер для коллективной деятельности намечены независимое тестирование полиграфического оборудования и расходных материалов; организация комплексных закупок расходных материалов и оборудования; реализация общей концепции профессиональной подготовки персонала; разработка стандартов антидемпинговых механизмов.

На данном этапе предстоит создать Секретариат Ассоциации, доработать устав, зарегистрировать Ассоциацию в государственных органах. Впрочем, начало положено. По словам Сергея Водопьянова и Тараса Богатырева, инициативу уже поддержали столичные типографии Color Lab, «Мануфактура Друк», «Копи-Трейд», «Авекс Групп», «Вик Принт» и запорожская Arhus. Серьезную заинтересованность в деятельности Ассоциации проявил производитель цифрового оборудования — компания Xerox. «В лучшем случае с коллегами по цеху мы общаемся пару раз в году на выставках или торгуемся на тендерных сайтах. Это неправильно. Мы хотим создать профессиональное сообщество, чтобы встречаться чаще и совместно решать важные для большинства вопросы», — отметил Тарас Богатырев.

Членом АЦПУ может стать любая типография с цифровым печатным оборудованием, а предложение стать учредителями Ассоциации будет сделано только лидерам рынка: производителям оборудования, поставщикам расходных материалов, типографиям, представителям профессиональных СМИ. **ДТ**

РЕДАКЦИЯ ПРИНОСИТ ИЗВИНЕНИЯ за неправильно подписанное фото в прошлом выпуске «ДТ»!

◀ Сергей Водопьянов («Абрис-Принт») и Тарас Богатырев («Печатин»)

