

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

ОФОРМАТ

№ 8, ноябрь, 2010



АНАЛИТИКА



ЭКОНОМИКА



ТЕХНОЛОГИЯ



Делимся впечатлениями: инсталляция на рынке парфюмерной упаковки



Максим Евлампиев,
генеральный директор,
типография «Дельта Принт»
[Москва]

Московская типография «Дельта Принт» на российском полиграфическом рынке не очень широко известна. Но это вполне закономерно. Ее специализация — сложная парфюмерно-косметическая упаковка, а это довольно закрытый рынок. Требования к качеству здесь высочайшие, продукция одна из самых сложных среди печатной упаковки. При этом рынок сравнительно небольшой, отечественных производителей парфюмерии и косметики не очень много, да и объем потребления этой продукции совсем не такой, как, например, пищевых продуктов. При этом в большинстве случаев печатать парфюмерно-косметическую продукцию

можно только будучи специализированным предприятием.

Руководители «Дельта Принт» — люди в упаковочном бизнесе не новые. Основатель типографии Валерий Максимович Титов имеет огромный опыт работы в упаковке еще с 1990 г., когда возглавил Московский картонажно-полиграфический комбинат (МКПК), один из крупнейших в России производителей упаковки. При нем было организовано очень мощное производство гибкой упаковки, а затем и картонной. В 1998 г., покинув свой пост директора МКПК, Валерий Максимович вскоре приступил к созданию собственного бизнеса. Естественно, им стало производство упаковок.

Начинали со скромного производства, покупали бывшее в употреблении оборудование в Германии. Как ни странно, сильно помог кризис 1998 г. До него практически вся парфюмерия и косметика была привозной, а те немногие, кто делал ее в России, упаковку все равно импортировали. Но резкий рост курса валют привел к тому, что и саму парфюмерию, и упаковку к ней импортировать стало невыгодно. Многие отечественные производители начали искать возможность делать это в России. И тут опыт сотрудников «Дельта Принт» пригодился. Печатали сначала на Roland Praktika, потом приобрели MAN Roland 202. Ставка на парфюмерно-косметический рынок себя полностью оправдала. Этот

рынок и сегодня стабильно растет и интенсивно развивается.

Разумеется, одними печатными машинами престижную упаковку не изготовишь. Пришлось активно развивать всевозможные виды отделки и послепечатной обработки. Сначала приобретали в основном подержанную технику, но за последние годы удалось обновить весь производственный парк на новое современное оборудование. Сейчас из послепечатного и отделочного оснащения есть все необходимое: четыре пресса для вырубки, тиснения и конгрева, лакировальная машина для нанесения водного и УФ-лака, трафаретная машина для работы со сложными покрытиями (пигментными, глиттерными лаками и т. д.). И хотя некоторое отделочное оборудование китайского производства (например, вырубные прессы), тем не менее, они работают довольно надежно и эффективно (впрочем, выбиралось лучшее из китайского оборудования). Есть еще две фальцевально-склеивающие машины, которые, помимо картона, могут склеивать и пластиковую упаковку при помощи современных полиуретановых клеев.

Недавно компания приобрела режущий плоттер. Казалось бы, типографии он особо не нужен, но в составе «Дельта Принт» есть собственная студия разработки и проектирования упаковки. И теперь работать с заказчиками можно намного эффективнее: им можно продемонстриро-



Новое приобретение типографии «Дельта Принт»: пятикрасочная печатная машина Komori Lithrone S29 с секцией лакирования и системой спектрофотометрического контроля цвета



Режущий плоттер для макетирования упаковки

вать будущую упаковку в готовом виде, не прибегая к изготовлению штампов. Некоторое время назад в типографии был установлен собственный ламинатор, позволяющий самостоятельно изготавливать металлизированный картон нужного для печатных машин формата. Без использования такого картона не обходится практически ни одна косметическая упаковка, а покупать готовый металлизированный картон существенно дороже, чем делать его самим. Так что экономическая эффективность работы в этом случае существенно возрастает.

Не так давно в типографии «Дельта Принт» было установлено и оборудование для прямого экспонирования печатных форм. Раньше работали «через пленки», и в принципе больших проблем не испытывали. Но приобретение CtP позволило резко сократить простои по перевыводу пленок и переделке форм. Оказалось, что наличие такого устройства у себя существенно повышает производительность работы.

Разумеется, основа-основ любой типографии — это печатная техника. Исторически так сложилось, что в типографии «Дельта Принт» эксплуатировались машины MAN Roland. Знаковым событием стала установка в 2006 г. первой в России машины MAN Roland 505 в УФ-исполнении для печати на полимерных материалах и металлизированном картоне. Для печати на обычном картоне использовалась машина MAN Roland 204. Однако 4 красок для печати упаковки на тот момент уже явно не хватало. В типографии был составлен план развития, по которому эту машину должны были заменить в 2008 г. Но по ряду объ-



Ламинатор для изготовления металлизированного картона обеспечивает высокую экономическую эффективность работы

ективных и субъективных причин в то время это приобретение не состоялось. Вновь вернуться к этому вопросу компания «Дельта Принт» смогла только в 2010 г. Однако вместо планируемой машины в октябре этого года в типографии была установлена пятикрасочная Komori Lithrone S29 с секцией ВД-лакирования. Причин таких перемен оказалось несколько. Разумеется, руководство «Дельта Принт» изучало предложение компании manroland — это был новый пятикрасочный manroland 200-й серии с высокой приемкой для работы с картоном. В то же время запросили предложения и у других участников рынка, одним из которых был «ЯМ Интернешнл» (дистрибутор Komori в России). Как отметил Максим Евлампиев, «нельзя же покупать без альтернативы». Предложенная «ЯМ Интернешнл» машина руководству типографии понравилась: она существенно более высокого класса и в плане автоматизации, и по удобству работы. В итоге решение о покупке Komori было принято.

Но дальше произошло еще одно событие. Еще до подписания соглашения с «ЯМ Интернешнл» руководство «Дельта Принт» объявило о продаже своей машины MAN Roland 204, решив продавать ее самостоятельно, без привлечения trade-in (так выгоднее). И вот в августе на нее нашелся покупатель, но с одним условием: в сентябре машина должна быть у него установлена. «Либо в сентябре, либо никогда...» Остаться без второй машины в типографии не могли, тем более во время высокого сезона. Обратились к «ЯМ Интернешнл» с вопросом о возможности быстрой поставки Komori. И это оказалось реальным! Таким образом, в типографии в один день происходил демонтаж старой машины MAN Roland и разгрузка новой пятикрасочной Komori. Срок поставки фактически оказался 2 недели, а полный запуск прошел за 9 рабочих дней. Первого октября на новой машине уже был отпечатан первый коммерческий тираж! Печатники к этому моменту прошли обучение на машинах



Делегация «ЯМ Интернешнл» в типографии «Дельта Принт» (слева направо): генеральный директор «ЯМ Интернешнл» Игорь Ржевский, основатель ЗАО «Дельта Принт» Валерий Титов, ведущий менеджер проекта Борис Бешкуров («ЯМ Интернешнл»), директор типографии Максим Евлампиев



Упаковка из прозрачного пластика — одно из важных направлений работы типографии



Парфюмерная упаковка, как правило, продукт серийный и выпускается в нескольких вариантах. Это еще больше усложняет процесс производства, поскольку одни и те же элементы дизайна в разных тиражах и на разных упаковках должны быть одинаковыми

Комоги в других типографиях. «У нас 5 смен печатников, и все раньше работали только на машинах MAN Roland. Необходимо было изучить особенности работы на новой для нас технике Komori, и «ЯМ Интернешнл» предоставил такую возможность. Кроме того, после установки машины обучение продолжилось на месте. «ЯМ Интернешнл» выделил своих инструкторов, которые первое время подсказывали нашим печатникам, как работать на Komori. Сейчас уже справляемся самостоятельно. Надо сказать, что «ЯМ Интернешнл» оказывает превосходную техническую поддержку», — отметил генеральный директор типографии «Дельта Принт» Максим Евлампиев.

«У нас в типографии два типа заказов, — продолжает Максим, — на обычном картоне и на непьющих материалах. Новая машина нужна была для печати на картоне (поэтому она не в УФ-исполнении). До покупки Komori мы делали 4–5 приладок на картоне за смену. Сейчас на Komori пока делаем меньше, но мы так и предполагали — идет процесс освоения новой техники. У нас много переналадок — сначала СМΥК, потом СМΥК+пантон, затем 4–5 разных пантонов, поэтому кажется, что приладок мало. Простых работ не так много (не более 15% от всех заказов). Таким образом, почти каждая переналадка — это полная смывка машины. Мы делали подсчеты за год — у нас потребление красок Pantone в 2 раза выше, чем триады. Пришлось даже свою станцию смешения краски приобретать, так как станции смешения у наших партнеров не могли обеспечить необходимую оперативность. Мы покупаем только базовые цвета для УФ-красок, а для смешения традиционных красок Pantone приобретаем отдельно все компоненты (пигменты, компаунды, сиккатив)».

На вопрос о том, довольны ли в типографии «Дельта Принт» новой машиной, нам ответили, что пока еще говорить трудно, она не проработала и месяца. Пока печатникам еще сложно привыкнуть к новой машине: «Раньше все делали «на автомате», а теперь приходится над каждым шагом задумываться», — признаются они. Но есть и другие примеры: один из постоянных заказчиков типографии регулярно приезжает на приладки своих тиражей. Заказы у него довольно сложные, в несколько цветов Pantone. «Обычно минимум полсмены мы утверждаем и корректируем цвет,



Парфюмерная упаковка зачастую требует сложной отделки с помощью различных видов лаков, тиснения и т. д.

работа очень ответственная. А на новой Kotoгі за 40 минут уложились, с отклонением dE по всем цветам меньше 2», — отмечает Максим Евлампиев.

«Если судить по первому месяцу эксплуатации машины Kotoгі, — говорит Максим, — то я бы отметил несколько моментов, которые нас приятно удивили. Во-первых, ничего не ломается. Обычно после пуска машины в течение полугода приходится часто обращаться к сервисным инженерам компании-поставщика. А тут ничего... Во-вторых, у машины фантастическая колориметрия — она быстро и точно измеряет все необходимые параметры печати. Очень удобно. Хорошо держит накат краски. Пока скорость выхода на цвет оценить тяжело, еще не до конца печатники освоили машину. Но зато теперь у нас появился аргумент при воспроизведении цветов — значение dE. По прибору, а не на глаз, как раньше: «красненького чуть добавьте, потеплее будет». В-третьих, машина оснащена системой учета и управления производством KMS, которая фиксирует все манипуляции, выполненные на машине. Мы теперь имеем возможность получать абсолютно достоверную информацию о том, как прошла смена: сколько листов отпечатали, сколько ушло в брак, сколько времени понадобилось на смену форм или смывку и т. д. Поскольку у нас небольшая типография, то сквозной автоматизированной



Для парфюмерии иногда требуется упаковка из дизайнерского картона

системы производства у нас нет. Но благодаря этой системе учета, реализованной в Kotoгі, мы можем получать достоверную статистику. И принятие производственных решений происходит на основании фактических данных, а не отчетов печатников или начальника смены. Понравилось также и то, что можно четко следить за состоянием машины. В системе управления Kotoгі можно создавать задания на техническое обслуживание машины. Это некий органайзер, который автоматически напоминает печатнику о том, что нужно сделать. У нас, например, было заведено по понедельникам смазывать машину вне зависимости от загрузки. А на Kotoгі заложено проводить подобную операцию через 150 часов работы. Мы, таким образом, можем четко отслеживать, когда по факту требуется то или



В типографии печатают сложные виды упаковки на металлизированном картоне, с тиснением металлизированной фольгой и конгревом



В этой упаковке применена сложная в исполнении технология двойного конгревного тиснения с использованием фольги двух цветов (по этой технологии выполнены ордена)

иное действие по обслуживанию машины, и не тратим лишнее время на ненужные операции.

К тому же следует отметить, что инженеры, печатники-инструкторы из «ЯМ Интернешнл» — живые, отзывчивые люди, энтузиасты своего дела. Уровень сервиса и подготовки специалистов у этого поставщика очень высокий. Простой пример: в выходной день встала машина, а печатники машину еще не очень освоили. Звонят мне «...не работает самонаклад». Обычно поломка в выходные ничего хорошего не предвещает (это, как правило, сорванные или сдвинутые сроки всех последующих заказов). Пришлось срочно звонить сервисному инженеру «ЯМ Интернешнл» (утром в субботу!), на второй гудок поднимается трубка... Через 15 мин из типографии прислали sms, что машина запущена. Проблемы решились дистанционно. Причем эта была даже не поломка — просто печатник по неопытности переключил тумблер в тестовый режим».

Специалисты типографии уверены, что по мере освоения новой машины число выполняемых заказов увеличится минимум в полтора раза. И это будет существенный рост объемов производства, особенно если учесть, что продукция здесь очень сложная.



Еще один вид выпускаемой продукции в «Дельта Принт» — открытки