

Выигрышное сочетание лёгкости и МОЩИ

Типография Logosprint (Кишинёв, Молдова) стала первым в СНГ покупателем новой ЦПМ Ricoh Pro C5300S. Несмотря на кризис, вызванный пандемией коронавируса, владелец предприятия Дмитрий Мишин не сомневается в правильности такого решения.

Logosprint – цифровая типография. На момент покупки модели **Ricoh Pro C5300S** в её парке уже была цветная листовая ЦПМ Ricoh Pro C5200S и монохромное МФУ MP 5002, а также два широкоформатных принтера Epson.

«Мы приобрели цветную ЦПМ Ricoh Pro C5200S два года назад на выставке PrinTech 2018, и опыт её эксплуатации оказался настолько успешным, что в этом году решили расширить парк оборудования именно моделью C5300S», – объясняет **Дмитрий Мишин** и добавляет, что не боялся быть первым покупателем новой машины на постсоветском пространстве.



Дмитрий Мишин: «Опыт эксплуатации ЦПМ Ricoh Pro C5200S оказался настолько успешным, что в этом году мы решили приобрести именно модель C5300S»

Класс «лёгкий/тяжёлый»

«После виртуальной демонстрации новой машины в мае этого года я пересмотрел все её презентации в интернете, поговорил со специалистами, досконально изучил этот вопрос и выяснил, что печатный модуль C5300S почти идентичен её

предшественнице, которая за два года эксплуатации показала себя с наилучшей стороны, — вспоминает Дмитрий. — При этом самонаклад с вакуумной подачей — как у моделей старшей серии — C7100 и C7200, так что у меня была возможность увидеть его в работе на этих машинах. Все остальные опции, такие как распрямитель бумаги, модуль охлаждения и финишёр, тоже практически стандартные». По словам Мишина, его больше беспокоила первая покупка ЦПМ C5200S два года назад, так как типография расположена на периферии и сильно зависит от сервисного центра. «Без обученного и квалифицированного сервисного инженера с машинами такого уровня делать нечего», — уверен он. За два года работы официальный партнёр Ricoh в Молдове — **X-service** — доказал свою компетентность, обеспечивая нужный типографии уровень сервисного обслуживания.

Сравнивая новинку с предшественницей, Мишин подчёркивает, что по оснащению и максимальной месячной загрузке Ricoh Pro C5300S является начальной моделью среднего класса оборудования. «Заказчик на сайте может “собрать” машину под себя — от суперлёгкой конфигурации только с выводным и обходным лотками до самой полной, как взяли мы, — с вакуумным захватом, подачей листов длиной 1200 мм, финишёрами, выпрямителем бумаги, охладительным модулем и др.», — поясняет он. По словам Мишина, за полтора месяца эксплуатации машины он уже убедился, что дополнительные модули повышают её производительность на 20–30% при той же заявленной скорости, что и у Ricoh Pro C5200S.

Увеличение мощностей и возможностей

По словам Дмитрия, новая машина не столько расширила ассортимент продукции типографии, сколько повысила качество и производительность при сохранении примерно той же структуры заказов. Во многом Мишин объясняет этот феномен тем, что ЦПМ Ricoh Pro C5300S в Logosprint оснащена контроллером печати EFI Fiery, в то время как ЦПМ Ricoh Pro C5200S — встроенным контроллером. «Огромный плюс машин Ricoh Pro в наличии обширной библиотеки предустановленных профилей под имеющиеся на рынке запечатываемые материалы, — говорит Дмитрий. — Примерно в 90% заказов нам не пришлось подправлять какие-то параметры, кроме формата и плотности бумаги. Машина сама подставляет нужный профиль. А в остальных 10% случаев квалифицированный оператор может отрегулировать до 20 параметров и получить отличный результат». В библиотеке профилей новой машины есть такие востребованные у заказчиков Logosprint запечатываемые материалы, как бумага с высокоглянцевым покрытием, самоклеящиеся сорта, конверты, текстурная бумага плотностью от 60 до 360 г/м² и др. «Меня очень порадовал профиль для печати на конвертах, — не скрывает восторга Мишин. — Не было ни одного застревания или замятия клапана. Это очень важно. А на бумаге с неглубокой текстурой плашки получаются достойные, никаких проплешин нет даже при двусторонней печати!»



Logosprint изготавливает на ЦПМ Ricoh Pro C5300S широкий ассортимент продукции

По словам владельца Logosprint, её заказчики-художники оценили точность цветопередачи новой машины и просят, чтобы их репродукции и каталоги работ печатали на ней. «Мы очень довольны новой машиной! Если чего ещё и желать, так чтобы на входе была обычная бумага, а на выходе — сразу деньги», — шутит он.

По словам Дмитрия, для опытного оператора Logosprint переход с модели C5200S на C5300S не вызвал особых сложностей, так как «философия» машин очень схожа. Поэтому типография не настаивала на скорейшем проведении обучения, понимая при этом его важность. «Операторские курсы — очень хорошее дело со стороны Ricoh, — говорит Мишин. — Когда мы купили машину C5200S, нам предлагали обучение, но мы его пропустили — понадеялись на свой опыт работы с ЦПМ других производителей. Сейчас я немного жалею о том своём решении, ведь во время обучения на C5300S выяснились нюансы работы с C5200S, которых мы не знали».

Обучение проходило в формате онлайн через несколько месяцев после введения машины в эксплуатацию. Мишин видит в этом и плюсы: «У нас уже возникли собственные вопросы из практики, которые мы смогли выяснить у преподавателя в процессе обучения», — говорит он.

Особенности рынка и философия бизнеса

В начале 2020 г., когда типография начала вести переговоры о покупке машины, никто не мог предположить, что пандемия коронавируса внесёт в развитие рынка такие серьёзные изменения. «Мы брали машину под имевшиеся объёмы с надеждой, что они вырастут, но оказалось по-другому. Март был “просевший”, в апреле мы вообще не работали, в мае сработали на уровне 65–70% от мая прошлого года, лето практически не отличалось от обычного, а по сентябрю — вышли на уровень 60% от сентября прошлого года. Так что падение рынка составило 30–40%, и он уже восстанавливается», — говорит Дмитрий.

Достаточно выгодная, по словам Мишина, стоимость клик-контракта позволяет типографии спокойно конкурировать с офсетом на тиражах до 300–500 экз. (в зависимости от послепечатной обработки). «Самым вкусным куском пирога» он называет печать малых тиражей брошюр формата А4 объёмом 8–16 стр. со скреплением проволокой. Здесь цифровая печать значительно выигрывает во времени, не проигрывая в цене. Кроме брошюр, типография отбирает у офсета деловую полиграфию — визитки, папки, обложки для блокнотов. Однако основным преимуществом цифровой машины является возможность выполнения персонализированной печати. «Мы изготавливаем билеты — лотерейные, на все концерты и мероприятия. Напечатать типичный билет с шестью полями переменных данных для нас не проблема, — рассказывает Дмитрий. — Наш первый заказ на новой машине был на изготовление подарочных сертификатов программы лояльности местного мобильного оператора. Основное изображение формата А3 было напечатано офсетом, а мы проставили номера и штрихкоды. Заказчик получил готовый тираж в течение двух дней с учётом офсетной печати».



«Самый вкусный кусок пирога» — малые тиражи брошюр формата А4 объёмом 8–16 стр. со скреплением проволокой

Рынок Молдовы имеет свои особенности. «Наша страна — аграрно-винодельческая. Объёмы производства вина и аграрной продукции не сильно увеличиваются, а ассортимент растёт, поэтому достаточно большой процент заказов у нас — пробные или малые тиражи этикетки», — говорит Мишин и поясняет, что ЦПМ Ricoh Pro C5300S очень неплохо справляется с самоклеящейся бумагой, даже с надсечённой.

Дмитрий уверен — выбранный им путь развития с расширением печатных мощностей каждые полтора-два года — самый правильный. Он рассчитывает, что Ricoh Pro C5300S окупит себя за 24–36 месяцев и уже присматривается к рулонным этикеточным решениям. «Так как у нас есть заказы на пробные и малые тиражи этикетки, будем развиваться в направлении рулонной цветной цифровой печати», — говорит он.