

Бизнес цифровой печати с дополнительными возможностями



Борис Титов,
коммерческий директор,
типография «П-Центр»
[Москва]

Еще несколько лет назад при упоминании перспектив цифровой печати одним из важных ее направлений считалось производство фотопродукции, в частности фотокниг. Постепенно вектор интереса производителей цифрового оборудования несколько изменился, и главными источниками загрузки цифровой печати сейчас считаются другие сферы применения (например, производство упаковки). При этом важно отметить, что рынок фотопродукции существует, и объемы его роста говорят о весьма положительных прогнозах. Компания «П-Центр» одна из тех типографий,

которая, достигнув в своем развитии определенной точки роста, сделала выбор в пользу цифровой печати. Сегодня типография работает практически во всех направлениях применения «цифры» и постоянно ищет новые пути использования возможностей этого способа печати. Например, около четырех лет назад в компании было специально создано подразделение ImageBook, которое сфокусировалось на производстве фотокниг. О том, что интересного происходит в настоящее время на рынке цифровой продукции, нам рассказал коммерческий директор и совладелец компании «П-Центр» Борис Титов.

Выбор в пользу «цифры»

«Полиграфический бизнес мы начинали еще в начале 90-х гг., — рассказывает Борис. — Пробовали себя и в оперативной офсетной печати (часть ее и сейчас еще работает), и в цифровой. В один из ключевых моментов нашего развития мы принимали решение: уходить в «большой офсет» или рискнуть и пойти в «цифру». Выбрали «цифру», и ни разу не пожалели. За время нашей работы у нас было много цифровых печатных устройств компании Xerox. Начали с простых машин DC12, потом появилась и более сложная цифровая техника. Со временем приобрели Xerox Color 800. Благодаря большому опыту работы на цифровых машинах мы смогли добиться такого качества печати, которое удовлетворяет потребностям профессиональных фотографов (как известно, они в

этом вопросе весьма требовательны). А после приобретения Xerox Color 800 появилась возможность полноценно работать с такими заказчиками».

Проект ImageBook

В компании «П-Центр» решено было развивать направление работы с любителями фотографии, что послужило основой для начала производства фотопродукции на профессиональном уровне. «Для того, чтобы полноценно вести бизнес по изготовлению фотокниг, мы организовали отдельную структурную единицу ImageBook в составе компании «П-Центр», — говорит Борис. — Мы стремились максимально упростить для клиентов процедуру оформления заказа, поэтому организовали этот вид бизнеса как web-to-print решение. На нашем сайте можно воспользоваться шаблонами фотокниг, разместить в них свои фотографии и отправить макет в типографию. Мы его напечатаем, сделаем переплет и отправим заказчику». За годы, что существует проект ImageBook, его клиентами стали в основном профессиональные фотографы или продвинутые фотолюбители. Эта группа заказчиков имеет вполне определенные требования к получаемой продукции, которые касаются качества печати в целом и нюансов цветопередачи в частности.

Классические «цифровики»

Впрочем, для «П-Центр» фотокниги — не единственный бизнес. Компания занимается классическим цифровым полиграфическим производством.



Типография «П-Центр» работает в цифровом сегменте полиграфии и обладает мощным парком цифровых печатных машин для изготовления самой разной продукции. Одним из направлений деятельности компании является производство книжных изданий. Для этого здесь установлены две производительные машины Ricoh для черно-белой печати



Менее года назад к уже имеющемуся в компании «П-Центр» полноцветному цифровому оборудованию Xerox Color 800 добавилась машина Ricoh Pro C7100X, которая позволяет использовать белый тонер для печати на прозрачных или тонированных материалах, а также бесцветный тонер для имитации лакирования или печати флуоресцентных изображений. Для клиентов типографии это открывает дополнительные возможности для реализации печатных проектов

Здесь изготавливают немалый объем стандартной рекламной продукции: от простых визиток, до вполне серьезных полиграфических изданий. «У нас сформировался большой круг постоянных клиентов, среди которых очень известные российские и мировые компании. С одной стороны, может показаться, что производство визитных карточек — это мелкий неприбыльный бизнес, но это не так. Если есть крупные корпоративные заказы, то это становится хорошим бизнесом. У нас они есть. Тем более, что, помимо визиток, корпоративному заказчику всегда нужно еще много всего», — отмечает Борис Титов.

Также в группу «П-Центр» входит издательство «Эдитус», которое занимается выпуском книжных изданий. В основном заказы на книги поступают в типографию on-line, в первую очередь, это «самиздат». «Рынок

«самиздата» в России растет из года в год, — комментирует Борис. — Мы беремся за изготовление книг от одного экземпляра до нескольких сотен. Большие тиражи бывают редко, по крайней мере у нас. Но объемы заказов достаточ-

но приличные, и случается иногда, что наше производство не успевает их обрабатывать, прежде всего по послепечатным процессам. Что касается печати, то у нас две черно-белые цифровые машины Ricoh, которые с этой задачей легко справляются».

Расширение «цифрового» парка

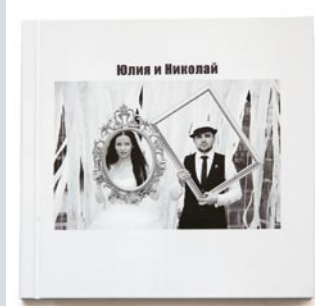
Почти год назад компания «П-Центр» снова увеличила свои производственные возможности. Здесь была установлена цифровая печатная машина Ricoh Pro C7100X. Борис рассказал о том, чем оказалось привлекательным для типографии это оборудование: «На самом деле причин выбора в основном две. Наша старшая машина Xerox Color 800 была установлена еще до очередной волны кризиса 2014–15 гг. Когда курс доллара существенно вырос, работа на машине Xerox стала для нас дорогой, по крайней мере для ряда относительно недорогих заказов. Мы стали искать решение, позволяющее печатать качественно, но дешевле. Так что одна из важных причин выбора Ricoh была экономическая. На этой машине действительно можно работать выгоднее, чем на нашем Xerox. Вторая причина, повлиявшая на наш выбор, это дополнительные возможности Ricoh Pro C7100X. Она позволяет использовать и белый тонер для печати на прозрачных или тонированных материалах, и бесцветный тонер, который применяется для создания эффекта лакирования или печати флуоресцентных изображений. Это расширяет возможности типографии и открывает определенные перспективы. В этой связи у Ricoh практически нет конкурентов. Кроме того, у нас имеется положительный опыт исполь-



Для послепечатной отделки и обработки цифровых отпечатков в типографии имеется необходимый комплекс оборудования: резальное устройство, ламинатор, пресс для тиснения, вырубной пресс и многое другое



На новой машине Ricoh Pro C7100X есть возможность запечатывать листы бумаги длиной до 692 мм. Это позволяет типографии изготавливать шестистраничные проспекты с двумя фальцами, в частности для компании Henkel



Несколько лет назад типография начала активно развивать направление печати фотопродукции. Для этого был организован проект ImageBook, пользователями которого стали профессиональные фотографы и фотолюбители

зования черно-белых машин Ricoh, поэтому эта марка оборудования вызывает у нас доверие».

Дополнительные преимущества

Надо отметить, что дополнительные возможности машины Ricoh Pro C7100X довольно быстро стали востребованы. Нанесение белого тонера с последующей цветной печатью на прозрачной пленке позволило типографии «П-Центр» приобрести перспективных клиентов, причем один из них тесно связан с другим производителем цифровых печатных машин, но вынужден использовать Ricoh, поскольку ни у каких других цифровых машин в относительно недорогом сегменте подобных возможностей нет. «У нас получается качественно печатать белым тонером по черной бумаге или черному «софттач ламинату», что позволяет изготавливать продукцию, претендующую на премиальный статус. А благодаря тому, что печать на машине Ricoh выходит дешевле, чем на Xerox, мы добиваемся еще и неплохой экономии всего процесса. При наших объемах печати разница в затратах может достигать 150–200 тыс. руб. в месяц, что,

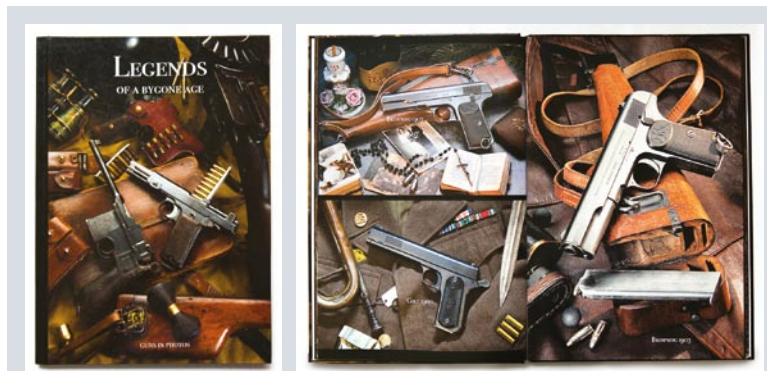
без сомнения, неплохой дополнительный доход», — отмечает Борис.

По словам коммерческого директора «П-Центр», очень удобным решением для типографии оказалась

печать «длинных» оттисков: «На машине Ricoh Pro C7100X мы можем печатать лист бумаги длиной до 692 мм. На таком листе мы изготавливаем шестистраничные проспекты с двумя фальцами. Этот вид продукции высоко востребован: например, большое количество подобных проспектов мы печатаем для компании Henkel, у которой в таком формате выполнены почти все продукт-каталоги. Разумеется, есть и другие заказчики. До появления у нас машины Ricoh легко и эффективно такие заказы мы печатать не могли».

«Наличие у нас полноцветных цифровых машин двух разных производителей позволяет типографии быть очень гибкими, — поясняет Борис. — Мы можем, например, выбирать наиболее экономичный способ производства или более производительный. Нашим клиентам-фотографам мы предлагаем выбор: печать на одной машине или на другой. Поведение машин при печати цвета немного отличается: Ricoh лучше прорабатывает тени, Xerox мягче в полутонах и передаче телесных цветов. Более того, за долгие годы использования Xerox мы научились очень тонко регулировать цветопередачу. Поэтому фотографы чаще выбирают Xerox, хотя это, скорее, дань традициям и консерватизму».

Пример московской типографии «П-Центр» показывает, что бизнес цифровой печати вполне эффективен даже в сегодняшнее непростое время, если его поддерживать новыми возможностями и новым оборудованием. ■



В «П-Центр» печатают много изданий, требующих профессиональной работы с цветом. В зависимости от поставленных задач у заказчиков теперь есть выбор между машинами Ricoh, которая лучше прорабатывает тени, и Xerox, которая мягче в полутонах и передаче телесных цветов